

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ПСИХОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ»**

**053 «Психологія»**

**Київ – 2020**

Розробник:

Жадан Ірина Василівна, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді;

Чуніхіна Світлана Леонідівна, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології спілкування.

Рецензенти: Хазратова Н.В., доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри теоретичної та практичної психології Національного університету «Львівська політехніка».

Робочу програму схвалено на засіданні вченої ради Інституту соціальної та політичної психології НАПН України  
Протокол від «26» травня 2016 року № 07/16

Робочу програму оновлено та схвалено на засіданні вченої ради Інституту соціальної та політичної психології НАПН України  
Протокол від «16» січня 2020 року № 01/20

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

**Мета навчальної дисципліни** – надання аспірантам узагальненого і систематизованого знання про психологію політичної комунікації на сучасному етапі її теоретичного осмислення і практичного застосування; ознайомлення з психологічними закономірностями процесу політичної комунікації з перспективи класичних і сучасних теорій соціальної та політичної психології, а також із суспільно-політичним досвідом, заснованим на розумінні цих закономірностей.

Дисципліна включає знайомство з сучасними дискусіями з проблем можливої і етично припустимої глибинні психологічного впливу політичної комунікації на свідомість і поведінку людей, актуалізує дилему семантичного спрощення/збагачення комунікації, та закладає основи аналізу та оцінки впливу процесів комунікації на розвиток і психологічне благополуччя суспільства.

Програму побудовано таким чином, щоби забезпечити найбільшу продуктивність та ефективність навчального процесу через стимулювання інтерактивної складової навчання, пошуків пошукової активності та пізнавального інтересу, наближення матеріалу, що викладається, до індивідуальних потреб слухачів. Тому значна частина аудиторних занять проводиться з опорою на показовий та діалогічний методи навчання, які дадуть змогу спонукати аспірантів до самостійного пошуку рішень політико-комунікативних кейсів.

### **Завдання навчального курсу:**

1. Викласти теоретичні засади психології політичної комунікації, основні етапи становлення і розвитку наукової думки в цій царині, взаємозв'язок з іншими галузями психологічного та політичного знання.
2. Розкрити зміст основних психологічних закономірностей і механізмів функціонування політичної комунікації та її засобів.
3. Ознайомити з методологічними підходами до вивчення психологічних закономірностей функціонування політичної комунікації та можливостей її впливу на масову і індивідуальну свідомість і поведінку.
4. Сформувані цілісне розуміння загальної логіки розвитку політичної комунікації від до-цифрових до цифрових і пост-цифрових форм.
5. Розвинути здатність до творчого використання викладених теоретичних засад і практичного досвіду функціонування політичної комунікації.
6. Сформувані навички сучасного психологічного дослідження процесу політичної комунікації на основі визначення її структурних елементів, моделей, цілей та механізмів впливу.
7. Сприяти розвитку навичок критичного сприйняття і оцінки джерел інформації, необхідної для здійснення осмисленого світоглядного і професійного самовизначення.

**За підсумками вивчення дисципліни аспірант повинен знати:**

- предметне поле і історію психології політичної комунікації;
- основи методології дослідження комунікативних процесів, можливості і обмеження використання загальних і спеціальних методів для аналізу масової політичної комунікації;
- структуру процесу сучасної політичної комунікації;
- основні засоби політичної комунікації;
- психологічні особливості та закономірності сприйняття громадянами політичної інформації;
- основні механізми впливу політичної комунікації на масову та індивідуальну свідомість та поведінку;
- особливості вербальної і невербальної семантики політичної комунікації та засобів її передачі у комунікативному процесі;
- психологічні особливості цифрової політичної комунікації.
- моделі наукового дослідження політичної комунікації.

**За підсумками вивчення дисципліни аспірант повинен вміти:**

- застосовувати сучасну наукову і методологічну термінологію,
- аналізувати та інтерпретувати політичні тексти,
- виділяти структурні елементи (символічні, семантичні, прагматичні) та загальний контекст політичних повідомлень,
- здійснювати методологічний аналіз політико-комунікативного акту і політико-комунікативного процесу з точки зору механізмів психологічного впливу.

**Компетенції, що формуються:**

- Здатність проводити критичний аналіз, оцінку і синтез нових та складних ідей та соціально-психологічних явищ;
- Здатність переосмислювати наявне та створювати нове цілісне психологічне знання та професійну практику і розв'язувати значущі соціальні, наукові, культурні, етичні та інші проблеми;
- Здатність розроблення та реалізація проектів, включаючи власні дослідження;
- Здатність ініціювання дослідницько-інноваційних проектів та автономно працювати під час їх реалізації;
- Здатність слідувати етичним і правовим нормам у професійній діяльності;
- Здатність використовувати адекватні методи ефективної взаємодії з представниками різних груп (соціальних, культурних і професійних);
- Здатність адаптувати і узагальнювати результати сучасних психологічних досліджень для вирішення наукових і практичних проблем;

- Здатність використовувати особливості соціально психологічних явищ в управлінні;
- Здатність враховувати особливості загально-соціальних процесів при організації роботи та керуванні;
- Здатність виявляти психологічні закономірності поведінки та діяльності особистості у соціальному середовищі;
- Здатність досліджувати соціальні особливості і якості особистості як суб'єкта соціальних стосунків і відносин;
- Здатність виявляти умови та механізми виникнення відхилень у процесі розвитку особистості;
- Здатність визначати психологічні закономірності формування спільнот та соціально-психологічні механізми регуляції їх життєдіяльності;
- Здатність здійснювати критичний аналіз, оцінку та прогноз масових соціально-психологічних процесів, явищ та стихійних впливів.

**Місце в структурно-логічній схемі спеціальності.** Навчальна дисципліна «Психологія політичної комунікації» є нормативною дисципліною циклу підготовки аспірантів з психології, що тісно пов'язана із політичною та соціальною психологією, психологією мас і спільнот, психологією спілкування тощо).

Вивчення дисципліни «Психологія політичної комунікації» передбачено навчальним планом у 4 семестрі.

Загальний обсяг курсу – 60 годин, з яких 20 годин лекцій та семінарських занять, на самостійну роботу відводиться 40 годин. Завершується вивчення курсу екзаменом.

**Система контролю та оцінки.** Протягом вивчення дисципліни оцінюються доповіді та відповіді аспірантів на семінарських заняттях. Завершується вивчення курсу екзаменом.

## СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-професійний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів – 2	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» Напрямок підготовки 053 «Психологія»	Дисципліна вільного вибору аспірантів	
Модулів – 2	Спеціальність	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		2-й	
		Семестр	
Загальна кількість годин – 60		4-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 1,1  самостійної роботи аспіранта – 2,3	Освітньо-кваліфікаційний рівень: доктор філософії з психології	Лекції	
		10 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		10 год.	6 год.
		Лабораторні	
		Самостійна робота	
		40 год.	48 год.
		Модульний контроль	
		2 год.	2 год.
Семестровий контроль			
2 год	2 год.		
Вид контролю:			
залік	залік		

## II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ З№ /П	Назва теми	Кількість годин							
		Разом	Аудиторні	лекцій	практичні заняття	семінарських	Самостійна робота	Модульний контроль	Семестровий контроль
<b>_ -й семестр</b>									
<b>Змістовий модуль I. Теоретичні засади психології політичної комунікації</b>									
1.	Психологічні закономірності побудови, передачі і сприймання політичного повідомлення	12	4	2		2	8		
2.	Семантика, семіотика та символіка у політичній комунікації	12	4	2		2	8		
<b>Змістовий модуль II. Напрями практичного застосування психології політичної комунікації</b>									
3.	Моделі політичної комунікації	12	4	2		2	8		
4.	Психологічні механізми впливу на емоції та свідомість індивідів і груп	12	4	2		2	8		
5.	Кризові політичні комунікації	12	4	2		2	8		
Модульна контрольна робота								2	
<b>Разом за семестр</b>		<b>60</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Всього за навчальним планом</b>		<b>60</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

### III. ПРОГРАМА

#### **Тема 1. Психологічні закономірності побудови, передачі і сприймання політичного повідомлення (2 год.).**

Специфіка політичної комунікації та її значення у сучасному світі. Історична перспектива розвитку наукових ідей і практичних розробок, пов'язаних з політичною комунікацією. Структура, рівні та учасники політичної комунікації. Повідомлення, інформація і текст у політичній комунікації. Зв'язок основних політико-комунікативних теорій із корпусом психологічних ідей щодо комунікації, самопрезентації, міжособистісної та міжгрупової взаємодії, владно-підвладних відносин. Місце політичної комунікації в загальній комунікативній системі сучасної особистості. Основні психологічні підходи до вивчення масової та політичної комунікації. Політико-комунікативні практики як чинник самоідентифікації і формування ідентичностей.

#### **Семінарське заняття (2 год.):**

1. Політична комунікація з точки зору теорії каузальної атрибуції Дж. Келлі
2. «Парадокс Лап'єра»: настановлення та стереотипи у політичній комунікації
3. Політична комунікація в світлі ідей Т. Адорно і Дж. Цаллера
4. Політична комунікація і теорія когнітивного дисонансу Л. Фестингера
5. Концепція «мережевого суспільства» М. Кастельса.
6. «Суспільство спектаклю» в концепції Гі Дебора.
7. Взаємозв'язок ефективності управління та впорядкування інформації в концепції К. Дойча.
8. Теорія політичної комунікації Ю. Габермаса

#### **Самостійна робота (8 год.):**

1. Перспективи міждисциплінарних досліджень політичної комунікації на стику гуманітарних та негуманітарних наук.
2. Особливості політичної комунікації в умовах соціокультурної кризи
3. Політична комунікація і теорії мотивації
4. Роль політичної комунікації у формуванні світогляду
5. Вплив політичної комунікації на моделювання позаполітичної поведінки особистості
6. Поняття «фігури» і «фону» у політичній комунікації

#### **Література:**

1. Fiske J. Introduction to communication studies/John Fiske. –New York, 2002. – 203 p.
2. Nisbet M. C. The Social Psychology of Political Communication / M. C. Nisbet, L. Feldman // The Social Psychology of Communication / Hook



- D., Franks B., Bauer M.W. (eds). – London: Palgrave Macmillan, 2011. – С. 284–299.
3. Severin W. J. Communication theories. Origins, methods, and uses in the mass media / W. J. Severin, J. W. Tankard, Jr. – New York etc., 2001. – 411 p.
  4. Васютинський В.О. Інтеракційна психологія влади : Моногр. / В. Васютинський. – Київ, 2005. – 492 с.
  5. Галлін Деніел С., Манчіні Паоло. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Переклад з англ. О. Насика. — К.: Наука, 2008. — 320 с.
  6. Лиллекер Дарен Дж. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. / Даррен. Дж. Лиллекер; пер. с англ. С. И. Остнек. – Х.: Гуманитарный центр, 2010. – 300 с.
  7. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. – М.: Гиперборей; Кучково поле, 2007. – 464 с.
  8. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем./Общ. ред. и предисл. Мансурова Н.С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 е.: илл.
  9. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – 656 с.
  10. Психологія масової політичної свідомості та поведінки / Відп. ред. В. О. Васютинський. — К. : Док-К, 1997. – 163 с.
  11. Слюсаревський М. М. Індивідуальне та надіндивідуальне у психічних станах соціуму / М. М. Слюсаревський. // Психологічні перспективи. – 2003. – №4. – С. 153–160.

## **Тема 2. Семантика, семіотика та символіка у політичній комунікації (2 год.).**

Поняття знаку та значення у політичній комунікації, політичний аспект семіозису. Особливості образної та символічної мови політичних повідомлень. Особливості процесів кодування та декодування політичної інформації. Вербальні та невербальні знакові форми. Метафоричні, архетипічні та міфічні структури політичної комунікації. Взаємодія тексту і контексту у політичній комунікації. Методи дослідження знаків та знакових систем у політичній комунікації: психосемантичний підхід, контент-аналіз, концепт-аналіз, аналіз метафор, нарративний аналіз, дискурс-аналіз

### **Семінарське заняття (2 год.):**

1. Політична комунікація та «чиста семіотика» Ч. Морріса
2. «Тріада Сосюра» у політичному дискурсі
3. «Фактор очевидності» політичного повідомлення.
4. Основні форми невербальної комунікації у друкованих ЗМІ.
5. «Гарячі» та «холодні» канали комунікації М. Маклюєна.
6. Семантика та семіотика державної цензури ЗМІ.

### Самостійна робота (8 год.):

1. Діалогічні та монологічні форми політичної комунікації.
2. Дискурсивний підхід до вивчення політичної комунікації.
3. Знаково-символічне втілення політичних ієрархій у комунікативному акті
4. Прагматика політичної комунікації
5. Феномен політичної «новомови»
6. Кодування політичних повідомлень за допомогою кольору в політичній рекламі
7. Символічний простір українських політичних комунікацій

### Література:

1. Lilleker D. G. The Power of Visual Political Communication: Pictorial Politics Through the Lens of Communication Psychology / D. G. Lilleker // Visual Political Communication / Veneti A., Jackson D., Lilleker D. (eds). – Cham: Palgrave Macmillan, 2019. – P. 37–51.
2. Mateus S. Communicative Silences in Political Communication/ S. Mateus // Pathologies and dysfunctions of democracy in the media context / Correia JC, Gradim A, Morais R, (eds.). – Covilhã, Labcom, 2020. – pp.109-134.
3. Bignell J. Media semiotics: an introduction / J. Bignell. – Manchester: Manchester University Press, 2002. – 240 с.
4. Edelman M. The Symbolic Uses of Politics / M. Edelman. – Urbana: University of Illinois Press, 1985. – 232 p.
5. Зеленін В. Основні фізиологічні та психотехнологічні аспекти керування медіареальністю / В. Зеленін. – Київ: ZeleninLaboratory, 2017. – 168 с.
6. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафори, котóryми ми живемо: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
7. Мисюров Д.А. Политика и символы / Д.А. Мисюров. – М.: РИП-холдинг, 1999. – 124 с.
8. Почепцов Г. Г. Семиотика / Почепцов Г.Г.–М.:«Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2002.- 432 с.
9. Слюсаревский Н.Н. Слово, рисунок, цвет: Психологический анализ наглядных средств политической агитации / Н.Н. Слюсаревский, Л.Н. Карамушка, А.Б. Федоришин. – Киев: АТ «Реклама», 1995. – 178 с.
10. Череповська Н.І. Феномен візуального інформаційного простору. Медіаперцептивна комунікація – новий вид візуальної практики людини в медіагенному середовищі. Проблема візуального медіасприймання / Медіапсихологія: на перетині інформаційного та медіаосвітнього просторів: монографія / [О.Т. Баришполец, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубева, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдьонова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська] ; за наук. ред.. Л.А. Найдьонової, Н.І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України,

Інститут соціальної та політичної психології. К.: Міленіум, 2014. – С. 58-86.

11. Шейгал Е. Многоликий нарратив / Е. И. Шейгал. // Политическая лингвистика. – 2007. – № 2(22). – С. 86-93.
12. Элиаде М. Аспекты мифа. / М. Элиаде; пер. с франц. – М.: Академический проект, 2000. – 222 с.

### **Тема 3. Моделі політичної комунікації (2 год.).**

Смисл і призначення комунікативних моделей. Основні підходи до моделювання політичної комунікації. Моделі, засновані на структурі та послідовності розгортання комунікативного акту (процесуальні) та моделі, що описують систему політичних комунікацій та спрямованість інформаційних потоків в ній (мережеві). Лінійні, транзакційні та інтерактивні моделі. Моделювання на основі розподілу ролей учасників комунікативного акту. Психологічні моделі політичної комунікації.

#### **Семінарське заняття (2 год.):**

1. Класична модель комунікації Г. Ласуелла та її похідні (К. Шеннона – У. Вівера, М. Дефлера, Дж. Гербнера, Д. Макквейла тощо).
2. «Модель домінування» та «плюралістична модель» Дж. Гебнера
3. Модель політичної системи К. Дойча
4. Моделі Ж.-М. Коттре і К. Сінна

#### **Самостійна робота (8 год.):**

1. Зворотній зв'язок у політико-комунікативному процесі. Циркулярні моделі політичної комунікації.
2. Моделювання симетричної та асиметричної комунікацій.
3. Проблема «комунікативного посередника» та напрями її моделювання.
4. Моделювання напрямів руху інформації.
5. Основні моделі політичної комунікації Президента України, Уряду, парламентської опозиції.

#### **Література:**

1. Vo-Anderson. Lazarsfeld's two step hypothesis: data from some swedish surveys I / Vo-Anderson, C. O. Melen // Acta Sociologica. – 1959. – Vol. 4. – № 2. – P. 20-34.
2. Демченко М. Основні політичні моделі взаємодії влади і масової комунікації / М. Демченко // Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. – 2010. – 2(20). – С. 152-157.
3. Gerbner G. Toward a general model of communication / G. Gerbner. // Audio-Visual Communication Review. – 1956. – №4. – С. 171–199.
4. Вартофски М. Модели. Репрезентация и научное понимание [Текст] / М. Вартофски. – М.: Прогресс, 1988. – 324 с.

5. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография / М.Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
6. Жадан І. В. Модель комунікації влади і суспільства: аксіологічний аспект / І.В. Жадан // Політична ситуація в Україні: кризові тенденції та шляхи подолання (2007р. - вересень 2008 р.) : [зб. аналіт. матеріалів] / за ред. В. М. Яблонського ; Нац. ін-т стратегічних досліджень. – К. : ПП Санспарель, 2009. – С. 95-108.
7. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26.
8. Фінклер Ю. Мас-медіа та влада: технологія взаємин: монографія / Ю. Фінклер. – Львів: Аз-Арт, 2003. – 212 с.
9. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис ; [пер. с англ. Рысев С.]. – 4-е междунар. изд. - Санкт-Петербург : Прайм-ЕВРОЗНАК ; Москва : ОЛМА-ПРЕСС, 2001. – 445 с.

#### **Тема 4. Психологічні механізми впливу на емоції та свідомість індивідів і груп (2 год.).**

Поняття та проблематика психологічного впливу. Колективна та індивідуальна свідомість та несвідоме як об'єкти впливу. Особливості психологічного впливу засобами політичної комунікації. Класичні підходи та сучасна нейронаукова «революція» у дослідженнях механізмів психологічного впливу. Етичні засади застосування прямого та прихованого політико-психологічного впливу. Цифрове середовище політичної комунікації. Віртуальність та парасоціальність мережевого спілкування. Поняття інерційної та інноваційної комунікативних систем. Медіаризики та медіабезпека як чинники сучасної політичної комунікації.

#### **Семінарське заняття (2 год.):**

1. Нейронний «слід» політичної комунікації
2. Переконавання vs навіювання як механізми політико-психологічного впливу
3. Зараження vs наслідування у політичній комунікації
4. Психологічне підґрунтя маніпулятивних політичних комунікацій
5. Ідеологічні трансформації сучасних політичних комунікацій
6. Специфіка політичної комунікації в українському сегменті глобальних соціальних мереж
7. Ботоферми та інші форми безособової політичної комунікації

#### **Самостійна робота (8 год.):**

1. Феномен моди та його вплив на політичну комунікацію
2. Лідери громадської думки як агенти політико-психологічного впливу
3. Когнітивні викривлення у політичній комунікації
4. Перспективи нейронаукових досліджень політико-психологічного впливу

5. Структура цифрової ідентичності в контексті віртуальної мережевої комунікації
6. Політична комунікація і штучний інтелект
7. Особливості цифрової комунікативної культури
8. Напрями подальшої модифікації комунікативних практик у цифрову епоху

### **Література:**

1. Bobbitt R. Exploring Communication Ethics. A Socratic Approach / R. Bobbitt. – New York: Routledge, 2020. – 324 с.
2. Chaiken S. Principles of persuasion / S. Chaiken, W. Wood, Chaiken S., Wood W., Eagly A.H. Eagly X. // Social psychology: Handbook of basic mechanisms and processes. / E.T. Higgins and A. Kruglanski (Eds.). – New York: Guilford Press, 1996. – P. 702-742
3. Chaiken S., Maheswaran D. Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment / S. Chaiken, D. Maheswaran // Journal of Personality and Social Psychology. – 1994. – № 66 (3). – P. 460–473.
4. Petty R., Cacioppo J. Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change / R. Petty, J. Cacioppo. – New York: Springer-Verlag, 1986. – 224 p.
5. Taseñte T. The elements of political communication on Facebook / T. Taseñte. // Technium Social Sciences Journal. – 2020. – Vol. 4.- P. 50-54.
6. Баришполець О. Т. Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації : монографія / О. Т. Баришполець ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 648 с.
7. Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова / Карстен Бредемайер; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 224 с.
8. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии / Т.В. Евгеньева. –СПб.: Питер, 2007. – 112 с.
9. Жадан І.В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження / І.В. Жадан // Проблеми політичної психології. – 2016. – № 3(17). – С. 3-11
10. Морозова И. Слагая слоганы / И. Морозова. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 170с.
11. Назаретян А.П. Психология массового стихийного поведения. Лекции / А.П. Назаретян. – М.: ПЕР СЭ, 2001. – 112 стр.
12. Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності//: монографія / Т. М. Титаренко, О. М. Кочубейник, К. О. Черемних .- К. : Міленіум, 2014. – 206 с.

13. Штальберг Д., Фрей Д. Установка: структура, измерение и функции / Д. Штальберг, Д. Фрей // Перспективы социальной психологии / Ред.-сост. М. Хьюстон, В. Штребе, Дж. Стефенсон. – М: ЭКСМО, 2001. – С. 228-264.

### **Тема 5. Кризові політичні комунікації (2 год.).**

Поняття кризи; криза як предмет і контекст політичної комунікації. Соціально-психологічні закономірності функціонування громадської думки у кризовий період. Основні функції та етапи кризової комунікації. Основні теоретико-методологічні підходи до вивчення проблеми управління кризовими комунікаціями. Принципи формування ключового повідомлення. Основи планування та організації комунікаційних кампаній в політиці. Сучасні теоретико-методологічні вимоги до побудови комунікаційних кампаній. Суб'єкт-суб'єктні та суб'єкт-об'єктні кампанії в політиці. Традиційні та інноваційні підходи до сегментування цільових аудиторій та таргетування політичних повідомлень. Маркетингові та PR-методи у політичних кампаніях. Цілепокладання та періодизація кампанії.

#### **Семінарське заняття (2 год.):**

1. Основні психологічні методи оцінки ефективності комунікаційної кампанії
2. Теорія ігор як методологічний підхід до аналізу кризових комунікацій
3. «Модель вахтера» та інші підходи до планування комунікаційної кампанії
4. Основні лідерські стилі кризової комунікації
5. Інформаційні спецоперації як різновид комунікаційної кампанії в політиці

#### **Самостійна робота (8 год.):**

1. Люди та бренди у фокусі кризової комунікації
2. Політична комунікація в умовах множинної кризи або «ідеального шторму»
3. Особливості політичної комунікації на різних етапах розвитку кризової ситуації
4. Кризове та проблемно-орієнтоване мислення у політиці
5. Проектування кризових ситуацій засобами політичної комунікації
6. Специфіка мобілізаційних політичних кампаній
7. Особливості планування комунікаційних кампаній у невизначених або нестабільних умовах
8. Комунікаційна кампанія як складова цілісної політичної кампанії
9. Конфлікт як форма у політичної комунікації

### Література:

1. Coombs W. T. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (2nd ed.) / W.T. Coombs. - Thousand Oaks, CA: Sage, 2007. – 207 p.
2. Coombs W.T. The Handbook of Crisis Communication / W.T. Coombs, S.J. Holladay. – Malden:MA: Wiley-Blackwell, 2010. – 737 p.
3. De Wolf D., Mejri M. Crisis communication failures: The BP Case Study / D. De Wolf, M. Mejri // International Journal of Advances in Management and Economics. – 2013. – V.2. – Issue 2. – P. 48-56
4. McLuhan M. At the moment of Sputnik the planet became a global theater in which there are no spectators but only actors / M. McLuhan // Journal of Communication. – 1974. - , V. 24. - Issue 1. – P. 48–58.
5. Seeger M. Communication, Organization, and Crisis / M. Seeger, T. Sellnow, R. Ulmer. // Annals of the International Communication Association. – 1998. – V. 21. – Issue 1. – P. 231–276.
6. Андерхилл Рой. Ботинок Хрущёва, или заставьте 1000 человек слушать именно вас. / Р. Андерхилл; пер. с англ. – М.: АСТ: Транзиткнига, 2005.– 285 с.
7. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
8. Зеленін В. По той бік правди. НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни / В. Зеленін. – Київ: ZeleninLaboratory, 2015. – 384 с.
9. Лисовский, С.Ф. Политическая реклама/ С.Ф. Лисовский. – М.: ИВЦ Маркетинг, 2000. – 256 с.
10. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 766 с.
11. Почепцов Г. Г. Информационные войны. / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 574 с.
12. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 349 с.
13. Почепцов, Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – К.: Спадщина, 2012. — 461 с.

#### IV. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення аспірантів із дисципліни «Психологія політичної комунікації» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності аспірантів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до зазначених видів й термінів контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 1 та табл. 2:

**Таблиця 1. Розрахунок рейтингових балів за видами  
поточного (модульного) контролю**

№ /п	Вид діяльності	Кількість рейтингових балів (к-ть х бал)
1	Відвідування лекцій	1x8 =8
2	Робота на семінарському занятті	3x7=21
3	Самостійна робота	3x7=21
4	Модульна (підсумкова) контрольна робота	1x10 =10
	<b>Всього</b>	<b>60</b>
	Підсумковий рейтинговий бал	
	Екзамен	<b>40</b>
	<b>Всього</b>	<b>100</b>

У процесі оцінювання навчальних досягнень аспірантів застосовуються такі методи:

- *методи усного контролю*: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда;
- *методи письмового контролю*: письмове опитування, тестування.
- *методи самоконтролю*: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз;
- *методи взаємного та спільного контролю*.



Таблиця 2. Шкала оцінювання: національна та ECTS

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
<b>A</b>	<b>90 – 100</b> балів	<b>Відмінно</b> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з. можливими незначними недоліками
<b>B</b>	<b>82 – 89</b> балів	<b>Дуже добре</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
<b>C</b>	<b>75 – 81</b> балів	<b>Добре</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
<b>D</b>	<b>69 – 74</b> балів	<b>Задовільно</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
<b>E</b>	<b>60 – 68</b> балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
<b>FX</b>	<b>35 – 59</b> балів	<b>Незадовільно з можливістю повторного складання</b> – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання.
<b>F</b>	<b>1 – 35</b> балів	<b>Незадовільно з обов'язковим повторним вивчення курсу</b> – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни.

## V. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

1) За джерелом інформації:

– Словесні: лекція (традиційна, проблемна, лекція-прес-конференція) із застосуванням комп'ютерних інформаційних технологій (PowerPoint – Презентація), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.

– Практичні: вправи, case studies.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота аспірантів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності: створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

III. Інтерактивні методи навчання: дискусії; мозковий штурм, ділові і рольові ігри, тренінги.

## VI. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- опорні конспекти лекцій;
- навчальні посібники;
- робоча навчальна програма;
- методичні матеріали з підготовки до семінарських і практичних занять;
- засоби реалізації підсумкового контролю;
- технічні засоби;
- мультимедійні матеріали;
- новітні інформаційно-комунікативні технології.

## VII. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Визначення «політичної комунікації» за Р.-Ж. Шварценбергом.
2. Основні способи політичної комунікації за К. Дойчем?
3. Який зв'язок існує між «суспільство спектаклю Гі Дебора і комунікативними процесами в сучасних демократіях?
4. Як оцінює значення електронних засобів масової інформації в житті сучасної людини М. Маклюен?
5. Різниця між поняттями «повідомлення» і «інформація» за Н. Луманом.
6. «Код» і його значення в політичній комунікації.
7. Чому М. Маклюен визначає посередника комунікативного акту як «перекладача»?
8. Які знакові системи переважно використовуються для передачі інформації, а які – для передачі ієрархічних відносин?
9. Наведіть основні точки зору на роль ЗМІ в управлінні громадською думкою.
10. Поясніть смисл поняття «інфотейнмент».
11. В чому полягає сакральний аспект символізації у політичній комунікації?
12. Як політична комунікація використовує символічний час та простір?
13. Як співвідносяться механізми переконання і навіювання у політичній комунікації?
14. Які політичні стереотипи, на вашу думку, найчастіше поширюються українськими медіями?
15. Наведіть приклад метафори у політичній комунікації.
16. Яку функцію виконують чутки у політичній комунікації?
17. Які види неформальної політичної комунікації ви знаєте?
18. З якого етапу потрібно починати планування комунікаційної кампанії?
19. Основні особливості цифрових політичних комунікацій.
20. Назвіть найпоширеніші комунікаційні помилки політиків у кризовій ситуації.

### VIII. ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ

1. Загальні характеристики комунікації
2. Поняття комунікативного простору
3. Основні структурні та процесуальні характеристики політичної комунікації
4. Суб'єкт і об'єкт політичної комунікації
5. «Образ Я» та життєвий світ особистості як основа сприймання політичних повідомлень
6. Теорія політичної комунікації Уолтера Ліппмана
7. Теорія політичної комунікації Гарольда Лассвелла
8. Теорія політичної комунікації Уілбура Шрамма
9. Теорія політичної комунікації Пауля Лазарсфельда
10. Політична комунікація з точки зору теорії каузальної атрибуції Дж. Келлі
11. Структура, рівні та учасники політичної комунікації.
12. «Парадокс Лап'єра»: настановлення та стереотипи у політичній комунікації
13. Політична комунікація в світлі ідей Т. Адорно і Дж. Цаллера
14. Політична комунікація і теорія когнітивного дисонансу Л. Фестингера
15. Концепція «мережевого суспільства» М. Кастельса.
16. «Суспільство спектаклю» в концепції Гі Дебора.
17. Взаємозв'язок ефективності управління та впорядкування інформації в концепції К. Дойча.
18. Теорія політичної комунікації Ю. Габермаса
19. Знакові системи політичної комунікації
20. Проблема мноозначності політичних повідомлень
21. Символ, міф і нарратив у політичній комунікації
22. Дискурсивність емоцій у політичній комунікації
23. Політична комунікація та «чиста семіотика» Ч. Морріса
24. «Гарячі» та «холодні» канали комунікації М. Маклюєна
25. Методи дослідження знаків та знакових систем у політичній комунікації
26. Класична модель комунікації Г. Ласуелла та її похідні (К. Шеннона – У. Вівера, М. Дефлера, Дж. Гербнера, Д. Макквейла тощо).
27. «Модель домінування» та «плюралістична модель» Дж. Гебнера
28. Модель політичної системи К. Дойча
29. Моделі Ж.-М. Коттре і К. Сінна
30. Соціо-психологічні моделі політичної комунікації
31. Семіотичні моделі політичної комунікації
32. Міфологічні моделі політичної комунікації
33. Прикладні моделі політичної комунікації
34. Вплив настановлень і стереотипів масової свідомості та несвідомого на побудову політичної комунікації

35. Динаміка політичних вподобань особистості у процесі політичної комунікації
36. Ставлення до лідера(ів) як чинник політичної комунікації
37. Психологічні моделі неманіпулятивного переконуючого впливу
38. Основні принципи і методи політичної аргументації
39. Основні ознаки маніпулятивної політичної комунікації та напрями протидії маніпуляціям
40. Навіювання та емоційне зараження у політичній комунікації
41. Мобілізаційний потенціал політичної комунікації
42. Комунікативні ефекти масової і масовидної поведінки
43. Побудова діалогічних та полілогічних комунікативних актів
44. Основні канали політичної комунікації та особливості їх використання
45. Принципи таргетування та сегментування аудиторії комунікативного повідомлення
46. Ключові етапи комунікативної кампанії
47. Критерії ефективності комунікативної кампанії
48. Глобальний і локальні контексти комунікації
49. Принципи мультимедійності та мультіекранності у сучасних політичних комунікаціях
50. Поняття комунікативного кіберпростору

## **ІХ. ЛІТЕРАТУРА:**

1. Bignell J. Media semiotics: an introduction / J. Bignell. – Manchester: Manchester University Press, 2002. – 240 с.
2. Bo-Anderson. Lazarsfeld's two step hypothesis: data from some swedish surveys I / Bo-Anderson, C. O. Melen // Acta Sociologica. – 1959. – Vol. 4. – № 2. – P. 20-34.
3. Bobbitt R. Exploring Communication Ethics. A Socratic Approach / R. Bobbitt. – New York: Routledge, 2020. – 324 с.
4. Chaiken S. Principles of persuasion / S. Chaiken, W. Wood, Chaiken S., Wood W., Eagly A.H. Eagly X. // Social psychology: Handbook of basic mechanisms and processes. / E.T. Higgins and A. Kruglanski (Eds.). – New York: Guilford Press, 1996. – P. 702-742
5. Chaiken S., Maheswaran D. Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment / S. Chaiken, D. Maheswaran // Journal of Personality and Social Psychology. – 1994. – № 66 (3). – P. 460–473.
6. Coombs W. T. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding (2nd ed.) / W.T. Coombs. - Thousand Oaks, CA: Sage, 2007. – 207 p.
7. Coombs W.T. The Handbook of Crisis Communication / W.T. Coombs, S.J. Holladay. – Malden:MA: Wiley-Blackwell, 2010. – 737 p.

8. De Wolf D., Mejri M. Crisis communication failures: The BP Case Study / D. De Wolf, M. Mejri // *International Journal of Advances in Management and Economics*. – 2013. – V.2. – Issue 2. – P. 48-56
9. Edelman M. *The Symbolic Uses of Politics* / M. Edelman. – Urbana: University of Illinois Press, 1985. – 232 p.
10. Fiske J. *Introduction to communication studies*/John Fiske. –New York, 2002. – 203 p.
11. Gerbner G. Toward a general model of communication / G. Gerbner. // *Audio-Visual Communication Review*. – 1956. – №4. – С. 171–199.
12. Lilleker D. G. *The Power of Visual Political Communication: Pictorial Politics Through the Lens of Communication Psychology* / D. G. Lilleker // *Visual Political Communication* / Veneti A., Jackson D., Lilleker D. (eds). – Cham: Palgrave Macmillan, 2019. – P. 37–51.
13. Mateus S. *Communicative Silences in Political Communication*/ S. Mateus // *Pathologies and dysfunctions of democracy in the media context* / Correia JC, Gradim A, Morais R, (eds.). – Covilhã, Labcom, 2020. – pp.109-134.
14. McLuhan M. At the moment of Sputnik the planet became a global theater in which there are no spectators but only actors / M. McLuhan // *Journal of Communication*. – 1974. - , V. 24. - Issue 1. – P. 48–58.
15. Nisbet M. C. *The Social Psychology of Political Communication* / M. C. Nisbet, L. Feldman // *The Social Psychology of Communication* / Hook D., Franks B., Bauer M.W. (eds). – London: Palgrave Macmillan, 2011. – С. 284–299.
16. Petty R., Cacioppo J. *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change* / R. Petty, J. Cacioppo. – New York: Springer-Verlag, 1986. – 224 p.
17. Seeger M. *Communication, Organization, and Crisis* / M. Seeger, T. Sellnow, R. Ulmer. // *Annals of the International Communication Association*. – 1998. – V. 21. – Issue 1. – P. 231–276.
18. Severin W. J. *Communication theories. Origins, methods, and uses in the mass media* / W. J. Severin, J. W. Tankard, Jr. – New York etc., 2001. – 411 p.
19. Taseţe T. *The elements of political communication on Facebook* / T. Taseţe. // *Technium Social Sciences Journal*. – 2020. – Vol. 4.- P. 50-54.
20. Андерхилл Рой. *Ботинок Хрущёва, или заставьте 1000 человек слушать именно вас.* / Р. Андерхилл; пер. с англ. – М.: АСТ: Транзиткнига, 2005. – 285 с.
21. Баришполец О. Т. *Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації : монографія* / О. Т. Баришполец ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 648 с.
22. Бредемайер К. *Черная риторика: Власть и магия слова* / Карстен Бредемайер; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 224 с.

23. Вартофски М. Модели. Репрезентация и научное понимание [Текст] / М. Вартофски. – М.: Прогресс, 1988. – 324 с.
24. Васютинський В.О. Інтеракційна психологія влади : Моногр. / В. Васютинський. – Київ, 2005. – 492 с.
25. Галлін Деніел С., Манчіні Паоло. Сучасні медіасистеми: три моделі відносин ЗМІ та політики / Переклад з англ. О. Насика. — К.: Наука, 2008. — 320 с.
26. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография / М.Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
27. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. Учеб. пособие для студентов вузов / Т. Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
28. Демченко М. Основні політичні моделі взаємодії влади і масової комунікації / М. Демченко // Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках. – 2010. – 2(20). – С. 152-157.
29. Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. Спецкурс по политической психологии / Т.В. Евгеньева. –СПб.: Питер, 2007. – 112 с.
30. Жадан І. В. Модель комунікації влади і суспільства: аксіологічний аспект / І.В. Жадан // Політична ситуація в Україні: кризові тенденції та шляхи подолання (2007р. - вересень 2008 р.) : [зб. аналіт. матеріалів] / за ред. В. М. Яблонського ; Нац. ін-т стратегічних досліджень. – К. : ПП Санспарель, 2009. – С. 95-108.
31. Жадан І.В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження / І.В. Жадан // Проблеми політичної психології. – 2016. – № 3(17). – С. 3-11
32. Зеленін В. По той бік правди. НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни / В. Зеленін. – Київ: ZeleninLaboratory, 2015. – 384 с.
33. Зеленін В. Основні фізичні дизайни. Психотехнології керування медіареальністю / В. Зеленін. – Київ: ZeleninLaboratory, 2017. – 168 с.
34. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафори, котóryми ми живемо: Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
35. Лиллекер Дарен Дж. Политическая коммуникация. Ключевые концепты. / Даррен Дж. Лиллекер; пер. с англ. С. И. Остнек. – Х.: Гуманитарный центр, 2010. – 300 с.
36. Лисовский, С.Ф. Политическая реклама/ С.Ф. Лисовский. – М.: ИВЦ Маркетинг, 2000. – 256 с.
37. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. – М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007. – 464 с.
38. Мисюров Д.А. Политика и символы / Д.А. Мисюров. – М.: РИП-холдинг, 1999. – 124 с.

39. Морозова И. Слагая слоганы / И. Морозова. – М. : РИП-холдинг, 2001. – 170 с.
40. Назаретян А.П. Психология массового стихийного поведения. Лекции / А.П. Назаретян. – М.: ПЕР СЭ, 2001. – 112 стр.
41. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем./Общ. ред. и предисл. Мансурова Н.С. — М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.: илл.
42. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 766 с.
43. Почепцов Г. Г. Информационные войны. / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 574 с.
44. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 349 с.
45. Почепцов Г. Г. Семиотика / Почепцов Г.Г.–М.:«Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2002.- 432 с.
46. Почепцов Г.Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології / Г. Г. Почепцов // Комунікація. – 2010. – № 1. – С. 19–26.
47. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001. – 656 с.
48. Почепцов, Г. Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації / Г. Почепцов. – К.: Спадщина, 2012. — 461 с.
49. Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності//: монографія / Т. М. Титаренко, О. М. Кочубейник, К. О. Черемних. - К. : Міленіум, 2014. – 206 с.
50. Психологія масової політичної свідомості та поведінки / Відп. ред. В. О. Васютинський. — К. : Док-К, 1997. – 163 с.
51. Слюсаревский Н.Н. Слово, рисунок, цвет: Психологический анализ наглядных средств политической агитации / Н.Н. Слюсаревский, Л.Н. Карамушка, А.Б. Федоришин. – Киев: АТ «Реклама», 1995. – 178 с.
52. Слюсаревський М. М. Індивідуальне та надіндивідуальне у психічних станах соціуму / М. М. Слюсаревський. // Психологічні перспективи. – 2003. – №4. – С. 153–160.
53. Фінклер Ю. Мас-медіа та влада: технологія взаємин: монографія / Ю. Фінклер. – Львів: Аз-Арт, 2003. – 212 с.
54. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис ; [пер. с англ. Рысев С.]. – 4-е междунар. изд. - Санкт-Петербург : Прайм-ЕВРОЗНАК ; Москва : ОЛМА-ПРЕСС, 2001. – 445 с.
55. Череповська Н.І. Феномен візуального інформаційного простору. Медіаперцептивна комунікація – новий вид візуальної практики людини в медіагенному середовищі. Проблема візуального медіасприймання / Медіапсихологія: на перетині інформаційного та медіаосвітнього просторів: монографія / [О.Т. Баришполець, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубєва, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдьонова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська] ; за наук. ред.. Л.А. Найдьонової, Н.І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України,



- Інститут соціальної та політичної психології. К.: Міленіум, 2014. – С. 58-86.
- 56.Шейгал Е. Многоликий нарратив / Е. И. Шейгал. // Политическая лингвистика. – 2007. – № 2(22). – С. 86-93.
- 57.Штальберг Д., Фрей Д. Установка: структура, измерение и функции / Д.Штальберг, Д. Фрей // Перспективы социальной психологии / Ред.-сост. М. Хьюстон, В. Штребе, Дж. Стефенсон. – М: ЭКСМО, 2001. – С. 228-264.
- 58.Элиаде М. Аспекты мифа. / М. Элиаде; пер.с франц. – М.: Академический проект, 2000. – 222 с.