

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
Кафедра міжнародної інформації

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Заступник директора
з навчальної роботи

« ____ » _____ 20__ року

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ПРОПАГАНДА І КОНТРПРОПАГАНДА
В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ**

для студентів

галузі знань **0302 Міжнародні відносини**

спеціальність **8.03020401** – Міжнародна інформація

КИЇВ – 2013

Розробник: к.політ.н., доцент **Добржанська Олена Леонідівна**

Схвалено Науково-методичною комісією Інституту міжнародних відносин

Протокол від « ____ » _____ 20__ року N _____

Голова науково-методичної комісії _____ **Коппель О.А.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 20__ року

© О.Л. Добржанська, 2013 рік

© _____, 201__ рік

© _____, 201__ рік

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни «Пропаганда і контрпропаганда в міжнародних відносинах» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» з галузі знань 0302 - міжнародні відносини, *спеціальність* – 8.03020401 міжнародна інформація.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є пропаганда як соціально-комунікативна технологія.

Міждисциплінарні зв'язки: навчальна дисципліна «Пропаганда і контрпропаганда в міжнародних відносинах» вимагає від студентів належного рівня знань з дисциплін бакалаврської підготовки, зокрема «Міжнародна інформація», «Країнознавство», «Теорія міжнародних відносин», «Міжнародні відносини та світова політика», «Системні методи дослідження міжнародних відносин» і є важливою для вивчення дисциплін професійної та практичної підготовки магістрів: «Інформаційні війни в міжнародних відносинах», «Інформаційна геополітика», «Інформаційні ресурси державної ідентичності».

Курс складається з *двох змістових модулів*. *Перший* присвячений предметному полю пропаганди, її методам та функціональним можливостям. *Другий* – характеризує пропаганду як соціально-комунікативну технологію в системі політичної комунікації.

1. Мета і завдання навчальної дисципліни

1.1. Мета дисципліни «Пропаганда і контрпропаганда в міжнародних відносинах»: на основі концептуальних засад зовнішньополітичної пропаганди як комунікативної стратегії управління інформаційними потоками, надати студентам знання процесу інституціоналізації та становлення офіційного урядового апарату зовнішньополітичної пропаганди, допомогти зрозуміти практику пропаганди політичних ідеологій в різних країнах світу.

1.2. Основні цілі та завдання дисципліни «Пропаганда і контрпропаганда в міжнародних відносинах» є: надати студентам **знання про**

- практику пропаганди політичних ідеологій в країнах світу;
- особливості технологій агітації в авторитарних, тоталітарних та демократичних країнах;
- технології та інструментарій політичної пропаганди;
- методи пропаганди в сучасному інформаційному суспільстві.

а також **сформувати вміння і практичні навички з:**

- виявлення інформаційних загроз та прогнозування їх політичних, культурних і економічних наслідків;

- виявлення методів політичної пропаганди та організації заходів контрпропаганди;
- організації та впровадження інформаційних кампаній через сучасні засоби масової інформації та комунікації;
- займатися плануванням, підтримкою та управлінням пропагандистського супроводу політичних кампаній та зовнішньої політики України.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати:

- концептуальні засади пропаганди як комунікативної технології;
- західні, російські та українські наукові школи в дослідженні пропаганди;
- історію інституціоналізації пропаганди в різних країнах світу;
- психологічні аспекти формування системи впливів в інформаційному просторі міжнародних відносин;
- практику пропаганди політичних ідеологій в різних країнах світу;
- класичні та сучасні прийоми та методи пропаганди;
- основи політичного дискурсу та семіотичні аспекти політичної пропаганди;
- медійні та немедійні канали пропагандистського впливу;
- специфіку внутрішньополітичної та зовнішньополітичної пропаганди;
- особливості етапів та функціональні можливості військової пропаганди;
- методика та методологію вивчення аудиторії пропагандистського впливу;
- зміст основних понять щодо інформаційної діяльності держави із забезпечення національних інтересів в міжнародному інформаційному полі та у країнах перебування дипломатичних установ.

вміти:

- аналізувати особливості технологій агітації в авторитарних, тоталітарних та демократичних країнах;
- визначати засади інформаційно-комунікативного суспільства як нового об'єкту сугестивного впливу;
- розробляти та ефективно використовувати пропагандистські стратегії як на міжнародному, так і на регіональному рівні;
- організовувати та проводити пропагандистські кампанії через сучасні засоби масової інформації та комунікації;
- досліджувати ціннісні орієнтації, інтереси та очікування громадськості;
- знаходити і вимірювати закономірності та тенденції змін станів громадської думки;

- ідентифікувати та розрізнити особливості невербальної комунікації різних культурних середовищ;
- працювати із методиками цілеспрямованого впливу через використання вербальних та невербально-комунікативних засобів;
- виконувати задачі по створенню, розповсюдженню та захисту власних інформаційних ресурсів, які зорієнтовані на певний набір соціально значущих ознак ідентичності;
- розрізняти маніпулятивні прийоми та техніки, що спрямовані на деструкцію національної ідентичності України та вміти організувати інформаційні заходи протидії.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться **108 години/ 3 кредити ECTS**. Зокрема: *лекції – 34 год., семінарських заняття – 17 год., самостійна робота – 57 год.*

2. Форма підсумкового контролю успішності навчання – іспит.

3. Засоби діагностики успішності навчання

3.1 Знання та розуміння студентів оцінюється за допомогою: доповідей, аналітичних записок, тематичних досліджень, здійснення аналітики, групової роботи, опитування у різних формах.

3.2. Когнітивні навички (навички мислення) оцінюються через: аналіз, аналітичні довідки, колоквиум, оцінювання усіх частин окремих модулів, включаючи самостійну роботу.

3.3 Практичні навички студентів оцінюються за допомогою: індивідуальних практичних робіт, доповідей, участі у дискусії, комбінованих тестів; написання практичних робіт, аналізу ситуацій, моніторинг новин ЗМІ, порівняльного аналізу міжнародних новин.

3.4 Контроль знань здійснюється за модульно-рейтинговою системою, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема **оцінювання теоретичної підготовки (100%)** включає: презентацію (20%), глибинність методології у репрезентованому дослідженні (20%), здійсненність та узгодженість пропозицій (20%), ступінь оригінальності (20%) та визначення методологічних проблем теми, ситуації (20%) та **оцінювання практичної підготовки (100%)** включає: якісну цілісність спостереження (25%), здатність оцінити проблему (25%), ідентифікацію шляхів і методологію вирішення проблеми, яка виникла чи може виникнути (25%), окреслення шляхів вирішення специфічних (неординарних) проблем (25%).

Контроль якості вищої освіти, засоби діагностики та методи оцінювання детально зазначені у «Положенні про порядок оцінювання знань студентів при кредитно-модульній системі організації навчального процесу» та відповідно у робочих програмах навчальних дисциплін.

4. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І. ПРЕДМЕТНЕ ПОЛЕ ПРОПАГАНДИ ТА ЇЇ ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ

ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ПРОПАГАНДИ (6 год.)

Формування політичної та інформаційної картини світу. Релігійна пропаганда як ознака традиційного суспільства. Політична пропаганда епохи модерну. Провідні ідеології сучасності та їх пропаганда. Історія розвитку пропаганди та контрпропаганди як політичної діяльності. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну. Пропаганда в системі політичної комунікації. Розбіжність в поняттях: «пропаганда», «зв'язки з громадськістю», «реклама», «агітація». Стратегічна мета та тактичні цілі пропаганди.

ТЕМА 2. НАУКА ПЕРЕКОНАННЯ ТА НАУКОВІ ШКОЛИ У ДОСЛІДЖЕННІ ПРОПАГАНДИ (9 год.)

Риторика як наука про способи переконання та впливу на аудиторію. Риторика античних часів. Три аспекти переконання за Аристотелем: джерело (етос), послання (логос), емоції аудиторії (пафос). Марк Туллій Цицерон, обов'язки оратора (*officia oratoris*). Еристика як риторика діалогічного мовлення, мистецтво сперечатися та вести полеміку. Базові жанри суперечки: дискусія, полеміка, диспут, дебати. «Прямий» та «обхідний» (рефлекторний метод переконання) шляхи переконання. Критерії вибору обхідного шляху: зовнішність комунікатора; позиція оточуючих; асоціації; наявна причина.

Спільність та розбіжність понять «пропаганда» та «переконання». Теоретичні засади пропаганди. Американська школа Гарольда Дуайта Лассуелла: пропаганда як менеджмент колективних відносин за допомогою маніпуляції суспільними символами. Специфіка «чорної», «сірої» та «білої» пропаганди. Успіхи реклами й аналіз пропаганди союзників США у Першій світовій війні. Інститут аналізу пропаганди (США 1937-1942 рр.). Інститут досліджень питань пропаганди Іллінойського університету (психолінгвістичний підхід). Методи не кількісного аналізу: утилітарно-прагматичний чи інструментальний, робота А.Джорджа «Аналіз пропаганди» (1959 р.). Школа комунікації Пенсільванського університету (США).

ТЕМА 3. ІСТОРІЯ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЇ ПРОПАГАНДИ (7 год.)

Класифікація пропагандистських установ. Форми та методи діяльності провідних пропагандистських установ світу. Процес інституціоналізації пропаганди під час Першої світової війни: Союзницький міжнародний комітет країн Антанти проти Німеччини та її союзників (Англія - Міністерство інформації та Департамент пропаганди проти супротивника, США - Комітет громадської інформації, Німеччина - Військове відомство друку). Історія та практика пропагандистської діяльності Агітпропу СРСР

(1917-1991 pp.), Імперське Міністерство народного просвітництва і пропаганди (Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda) Німеччини (1933-1945 pp.), Інформаційна агенція США (USIA) (1953-1999pp.) та інших пропагандистських структур та організацій.

ТЕМА 4. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ПРОПАГАНДИ (7 год.)

Психологічні основи сприйняття інформації. Характеристика психологічних процесів сприйняття інформації. Шари формування переконань: внутрішній, середній та зовнішній прошарок. Етапи первинної та вторинної соціалізації в формуванні цінностей, норм і правил для особистості. Біхевіоризм в дослідженні пропаганди (стимул-реакція). Модель обробки інформації Джона Уотсона (Університет Джонса Гопкінса США). Когнітологія та Теорія когнітивного дисонансу. Вплив асоціацій з минулого на прийняття рішення в поточному періоді. Поняття психологічних фільтрів. Концепція деривації Вільфредо Парето. Соціальні чинники психологічних основ пропаганди. Теорія психології народу та поведінки натовпу Гюстава Лебона та Жана Габріеля Тарда. Структура аудиторії у психологічних процесах сприйняття інформації. Інститут психіатрії і зовнішньої політики (США).

ТЕМА 5. ПРИЙОМИ ТА МЕТОДИ ПРОПАГАНДИ (12 год.)

Класичні прийоми пропаганди. Наклеювання ярликів (name calling). Перенесення (transfer). Рекомендація (testimonial). Апеляція до страху (fear appeal) та її чотири елементи: загроза; конкретні рекомендації щодо її зменшення; сприйняття, що саме ця рекомендація буде ефективною у боротьбі із загрозою; сприйняття здатності виконувати рекомендований поведінку. «Прості люди» (plain-folks). Ефект приєднання до більшості («ефект фургона з оркестром», bandwagon effect). Блискочивне узагальнення glittering generalities. Евфемізм (euphemism). Міф, чутки та плітки, метод "секретної інформації", метод дезінформації та дезорієнтації, історичне порівняння, метод "відволікання уваги" (red herring), метод "народного фольклору", метод дискредитації опонента та ін..

ТЕМА 6. ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС (6 год.)

Теорія дискурсу в сучасних політичних дослідженнях. Типології дискурсу. Дискурс як інструмент політичної дії. Механізми створення стереотипів та їхньої взаємодії. Функції стереотипів. Структура Уолтера Ліппмана: стереотип (формальна частина) - блок (зміст), у ньому: оболонка - середина - серцевина - ядро - центр - ім'я - місія. Стереотипізація як основа пропаганди. Стереотипи дискурсу президентів. Два типи повідомлень в дискурсі еліт: переконуючі; підказуючі. Модель Джона Цаллера: аксіома сприйняття (Reception Axiom); аксіома опору (Resistance Axiom); аксіома доступності (Accessibility Axiom); аксіома реакції (Response Axiom). Системоутворюючі ознаки політичного дискурсу. Політичний дискурс та

політична промова. Експлуатація гендерного чинника політичним дискурсом, маскулінізації "Своїх" та фемінізації "Чужих".

ТЕМА 7. СЕМІОТИЧНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ (5 год.)

Роль знаків в житті людини. Знаки в системі знаків. Три розділи семіотики: сінтактика, семантика и прагматика. Дослідження знакових відношень через Трикутник Фреге. Три типи знаків: ознаки, сигнали, знаки. Природні (ненавмисно вжиті) знаки та інтенціональні (навмисно вжитими). Функції знаків. Знаки в символах та текстах. Три виміри знаків, по теорії Чарльза Сендерса Пірса: матеріальна оболонка знака; об'єкт, позначається знаком, інтерпретант / інтерпретація знака. Базові принципи семіотики: принцип арбітрарності знака, принцип системно-історичної обумовленості знака, принцип асиметричного дуалізму, принцип кордону семіотичної системи, принцип багаторівневості семіозису. Знаки та їх знаковість в культурі різних країн світу. Семіотика політичного дискурсу. Знакова структура політичної агітації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

ПРОПАГАНДА ЯК СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ

ТЕМА 8. КАНАЛИ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ВПЛИВУ (8 год.)

Класифікація, структура, та специфіка каналів пропагандистського впливу. Засоби масової інформації та комунікації як канали пропаганди. Теорія «Магічних куль». Особливості пропаганди у друкованих виданнях. Використання Інтернет як каналу пропаганди. Специфіка електронних видань як сучасних каналів пропаганди. Радіо у пропагандистській діяльності. Телебачення як канал пропаганди. Дослідження Пенсільванського університету (США) впливу телебачення на формування в суспільстві картини світу. Метод «створення подій». Персоніфікація та узагальнення як пропагандистські методи подачі інформації. Інтерпретація подій в засобах масової інформації та комунікації.

Свобода вираження поглядів і пропаганда. Використання політичних та громадських акцій (мітингів, публічних заходів, демонстрацій тощо) як каналів пропаганди. Офіційні та неофіційні канали комунікації. Канали комунікації, що включають в себе особисте спілкування та забезпечують взаємодію декількох людей в процесі спілкування як безпосередньо, так і по телефону, Інтернету чи шляхом листування. Чутки як немедійний канал пропагандистського впливу. Інформаційно-комунікаційний марафон як засіб деструктивної пропаганди. Взаємопроникнення фольклору та політики. Пропаганда через графіті та листівки.

ТЕМА 9. ВНУТРІШНЬОПОЛІТИЧНА ПРОПАГАНДА (6 год.)

Внутрішньополітична пропаганда у діяльності політичних партій та владних структур. Історія, динаміка і практика внутрішньополітичної

пропаганди. Специфіка партійної пропаганди. Методи партійної пропаганди. Пропагандистські стратегії у політичних та виборчих кампаніях. Типологія пропаганди в умовах тоталітарного, перехідного, демократичного (відкритого) суспільства. Специфіка тотальної пропаганди. Аналіз пропагандистських акцій за різними ознаками. Роль механізмів навіювання у сучасному суспільстві. Практика внутрішньополітичної пропаганди в країнах з різними політичними режимами.

ТЕМА 10. ФОРМИ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ВПЛИВУ В МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ (6 год.)

Ознаки та особливості форм пропагандистського впливу. Специфіка зовнішньополітичної пропаганди різних політичних режимів: демократичного, ліберального, авторитарного та тоталітарного. Практика зовнішньополітичної пропаганди режимів за пануючою ідеологією (фашистські, теократичні, расистські, комуністичні, ліберально-правові, національно-демократичні та ін.). Комунікативні, аудіовізуальні та літературно-мистецькі форми пропагандистського впливу: архітектура і образотворче мистецтво у пропаганді; монументальна, плакатна, театральна та музична пропаганда. Інформаційні війни як чинник пропагандистського впливу. Використання війни компроматів у пропагандистських акціях. Прикладні аспекти використання технологій пропаганди і контрпропаганди в міжнародних відносинах.

ТЕМА 11. МЕТОДИКА ТА МЕТОДОЛОГІЯ ВИВЧЕННЯ АУДИТОРІЇ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ВПЛИВУ (6 год.)

Підходи до вивчення аудиторії пропагандистського впливу. Методики дослідження структури аудиторії. Соціологічні дослідження аудиторії. Пропаганда як механізм двохсторонній комунікації. Зворотній зв'язок як чинник вивчення пропагандистського впливу на аудиторію. Виявлення стереотипів на які зорієнтована аудиторія. Планування пропагандистської кампанії з врахуванням цільової аудиторії. Структурні особливості пропагандистської кампанії, що зорієнтовані на визначену цільову аудиторію. Етапи здійснення пропагандистської кампанії. Використання м'яких та жорстких пропагандистських технологій. Структурні особливості сучасної української аудиторії.

ТЕМА 12. ПРОПАГАНДА У СФЕРІ НАУКИ, МИСТЕЦТВА ТА СПОРТУ (16 год.)

Популяризація та поширення ідей у суспільній свідомості через масову культуру. Жанрова різноманітність пропаганди. Пропагандистські засоби впровадження та передачі образів, ідей або інформації. Канали пропаганди під час первинної та вторинної соціалізації особистості. Особливості формування політичних переконань у дітей. Пропаганда в казках та дитячій мультиплікації. Історія радянської пропаганди в мультиплікації. Американська пропаганда в мультиплікації. Аніме як форма Японської пропаганди. Роль комп'ютерної гри в формуванні особистості.

Пропаганда в комп'ютерних іграх. Комп'ютерні ігри як засіб впровадження політичних стереотипів. Емпіричне дослідження сучасних комп'ютерних ігор з погляду політичної пропаганди. Роль дитячого кіно в політичному вихованні.

Особливості формування політичних переконань у молоді. Форми набуття політичної ідентичності в підлітковому віці. Політична соціалізація молоді на початку ХХ ст. Комп'ютерна гра як складова сучасних політичних комунікацій. Телевізійні серіали як канали пропаганди. Віртуальні спільноти та їх вплив на норми і цінності сучасної молоді. Пропаганда деструктивних (тоталітарних) сект. Політизація міжнародних спортивних подій. Пропаганда спорту та здорового способу життя. Популяризація і пропаганда наукових знань. Освіта як складова державної пропаганди.

ТЕМА 13. ВІЙСЬКОВА ПРОПАГАНДА ТА ПРОПАГАНДА ВІЙНИ (7 год.)

Розбіжність понять «військова пропаганда» та «пропаганда війни». Пропаганда війни як злочин міжнародного характеру (Резолюція Генеральної Асамблеї ООН, 1947 р.). Законодавча база України, щодо пропаганди війни. Історичні приклади пропаганди війни.

Пропагандистський рівень спеціальних інформаційних операцій. Засоби дегуманізації і демонізації противника через використання національних, расових та релігійних забобонів і стереотипів. Моделі інформаційних війн. Цілі та задачі пропаганди перед початком бойових дій. Агітація в умовах війни (Wartime Propaganda). Цілі та задачі пропаганди після закінчення війни. Моделі та функціональні особливості військової пропаганди залежно від цільової аудиторії: світова спільнота; власне населення; населення супротивника; армія супротивника. Використання пропагандистських технологій під час терористичних актів. Специфіка пропагандистської комунікації після терористичного акту 11 вересня 2001 р. Історичні приклади військової пропаганди.

ТЕМА 14. КОНТРПРОПАГАНДА ЯК ФОРМА ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ВПЛИВУ (4 год.)

Специфіка зовнішньополітичної пропаганди у сучасному світі. Організація діяльності провідних служб зовнішньополітичної пропаганди країн світу. Характерні риси російської, американської, європейської пропаганди в Україні. Теоретичні засади контрпропаганди. Методики та методологія здійснення контрпропагандистських операцій. Практика сучасної контрпропаганди. Специфіка захисту національного інформаційного простору. Моделі (ідеальні типи) захисту від контрпропагандистських кампаній. Особливості ведення контрпропагандистських кампаній в Україні. Російська пропаганда та контрпропаганда в інформаційному просторі України.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

Основна:

1. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда/ Г.Г. Почепцов - М. : Центр, 2004. – 256 с.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз/ В.М. Бебик - К. : МАУП, 2005. - 440с.
3. Бернейс Э. Пропаганда/ Эдвард Бернейс – М.: «ГИППО», 2010. – 176 с.
4. Жарков Я.М. та ін. Інформаційно-психологічне протиборство (еволюція і сучасність): Монографія. / Я.М. Жарков, В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк та ін.. – К.: ПАТ «Віпол», 2013. - 248 с.
5. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Пратканис - Перераб. изд. - СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. - 384 с.
6. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939-1945/ Энтони Родс – М.: Эксмо, 2008. – 312 с.

Додаткова:

1. Рижков М.М., Добржанська О.Л., Литвиненко Н.П., Панченко Ж.О. Інформаційні ресурси державної ідентичності: Навч. посібник/ М.М. Рижков, О.Л. Добржанська, Н.П. Литвиненко, Ж.О.Панченко. - К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. - 401 с.
2. Фатеев А.В. Образ врага в советской пропаганде 1945-1954 гг. Монография./ А.В. Фатеев. - М.: Ин-т рос. истории РАН, 1999. – 261 с. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/fateev0.htm>
3. Петрик В.М., Присяжнюк М.М., Компанцева Л.Ф. та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / [В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева та ін.} за аг. ред.. Є.Д. Скулиша. – К.: Наук-вид. відділ НА СБ України, 2010. – 248 с.
4. Остроухов В.В., Петрик В.М., Присяжнюк М.М. та ін. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник. / [В.В. Остроухов В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк та ін.} за аг. ред.. Є.Д. Скулиша. – К.: КНТ, 2010. – 776 с.
5. Попова О.В. Политическая идентификация в условиях трансформации общества/ О.В. Попова- СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. - 257 с.
6. Хабермас Ю. Демократия. Разум. Нравственность: Московские лекции и интервью / Ю. Хабермас [отв. ред. Н. В. Мотрошилова]. – М.: АО «КАМІ»: Изд. центр АСАДЕМІА, 1995. – 244 с.
7. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас [пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева; отв. ред. Б. В. Марков]. – СПб.: Наука, 2000. – 377 с.
8. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологи/ Г.Г. Почепцов - М. : Центр, 2003. - 381с.

9. Почепцов Г. Г. Психологические войны/ Г.Г. Почепцов - М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» – 2000. – 528 с.
10. Почепцов Г. Г. Семиотика/ Г.Г. Почепцов - М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» – 2002. – 432 с.
11. С. Тичер, М. мейер, Р. Водак, Е. Веттер. Методы анализа текста и дискурса / Перю с англ.. – Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.
12. Почепцов Г. Г., Чукут С. Інформаційна політика: Навч. посіб/ Г.Г. Почепцов - К. : Видавництво УАДУ, 2002. - 88с.
13. Почепцов Г. Г. Тоталитарный человек: Очерки тоталитарного символизма и мифологии\ Г.Г. Почепцов - К. : Глобус, 1994. - 152с.
14. Качанов Ю.Л. Опыты о поле политики/ Ю.Л. Качанов - М.: Институт экспериментальной социологии, 1994. - 159 с.
15. Кара-Мурза С. Г. Власть манипуляции. - М. : Академический проект, 2007. - 380 с.
16. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство/ А.Ф. Лосев - М.: Искусство, 1976. - 367 с.
17. Поливанова Н.П. Психология возрастных кризисов/ Н.П. Поливанова – М.: ЭКСПО-Пресс, 2000. – 315 с.
18. Белинская Е.П., Стефаненко Т.Г. Этническая социализация подростка. – М.; Воронеж: изд-во НПО «Модэк», 2000. – 263 с.
19. Ричард Харис. Психология массовых коммуникаций. С.-П. Пройм-ЕВРОЗНАК, М. - "ОЛМА-ПРЕСС", 2003. - 448с.
20. Бабин Б.В. Право на сопротивление как глобальное право. // ВВ: Вопросы права и политики. — 2013. - № 5. - С.181-200. DOI: 10.7256/2305-9699.2013.5.817. URL: http://e-notabene.ru/lr/article_817.html
21. Андреас С. Шесть слепых слонов. Понимание себя и друг друга / С. Андреас – М.: Твои книги, 2010. - 704 с.
22. Нагорна Л. П. Політична культура українського народу: історична ретроспектива і сучасні реалії / Інститут політичних і етнонаціональних досліджень НАН України/ Л.П. Нагорна - К. : Стилос, 1998. - 278с.
23. Біда О. А., Берладин О. А., Бугакова Л. О., Гончарук В. А., Денисюк І. А. Українська символіка: народознавчий аспект. Хрестоматія: навчальний посібник для студ. вищих навч. закладів. - Умань : УДПУ, 2008. - 224с.