

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Укрупненная группа направлений
подготовки
Программа высшего образования
Направление подготовки

Направленность (профиль)
образовательной программы
Квалификация
Форма обучения

42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело
Программа магистратуры
42.04.01 Реклама и связи с
общественностью
Реклама и связи с общественностью

Магистр
Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Медиакоммуникации в современном мире»** для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:

Заведующий кафедрой журналистики,
д-р наук по соц. коммуникациям, доцент

И. М. Артамонова

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н. А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4
Председатель

А. Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. коммуникациям,
доцент
14.04.2026 г.

И. М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Теория журналистики, Введение в специальность, История зарубежной журналистики.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Современные медиасистемы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.7 Медиакommunikации в современном мире
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	3,5 / 126

В случае предъявления от обучающегося или его родителя (законного представителя) заявления на обучение по адаптированной образовательной программе высшего образования, подкрепленного заключением психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) или медико-социальной экспертизы (МСЭ) с рекомендациями создания индивидуальной программы реабилитации и абилитации (ИПРА), данная рабочая программа может быть адаптирована с учетом индивидуальных особенностей здоровья обучающегося.

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	1	34	–	17	74	126	экзамен
Заочная	1	1	6	–	4	116	126	экзамен

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Медиакommunikации в современном мире» – приобретение знаний о теории и модели МК, специфике социальной точки зрения на МК.

Задачи курса:

- формирование теоретических и практических навыков анализа МК как социальной системы, выполняющей широкий спектр социальных функций;
- изучение эвристических возможностей концептуальных построений медиа, в основе которых лежат системно-структурные представления.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений, анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает актуальные проблемы современных журналистиковедческих исследований. Умеет анализировать актуальные проблемы современных журналистиковедческих исследований. Владеет навыками воплощения в рамках научного исследования актуальных проблем современных журналистиковедческих исследований.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Цивилизации и коммуникации	
Тема.1 Методология стратегических коммуникаций.	Основы медийного функционирования. Информационное воздействие на социосистемы. Информационная и коммуникативная составляющая трансформации социосистем.
Тема 2. Стратегические коммуникации.	Особенности реализации коммуникативно-цивилизационных переходов. Коммуникативные механизмы современного общества. Информационно- коммуникативные технологии в развитии цивилизации. Социокоммуникации и социосистемы.
Тема 3. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария	Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством. Спин-докторинг как метод коррекции информационного пространства. Спин-докторинг как метод управления информационным пространством. Стратегии и тактики спин-докторинга. Инструментарий спин-докторинга. Стратегические коммуникации: основные отличия. Инструментарий мягкой силы. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария. Коммуникативный инструментарий. Понятие фрейма. Фреймы и фрейминг в информационной практике. Виды и типы фреймов. Фрейминг как манипулятивный прием. Нарративный контроль. Функции и виды нарративов. Задачи нарративного контроля. Стратегические принципы нарративного контроля. Шкала пространства нарратива.

	Нарративный и медиа-контроль: сходство и различия. Слухи как особый вид коммуникации.
Тема 4. Коммуникативные механизмы современного общества.	Технологии производства смыслов, доставки смыслов. Технологии восприятия смыслов. Медиа как фиксатор смыслопотоков. Операции влияния. Области несовпадения интересов. Манипулятивный потенциал телевизионных политических ток-шоу.
Тема 5. Медиа как инструмент социинжиниринга.	Управление массовым сознанием как цель социинжиниринга. Социотехники конструирования разных видов общества: большие проекты в истории человечества. Демократическое государство: коммуникативные основы. Тоталитарное государство: коммуникативные основы.
Тема 6. Новые типы проектов по трансформации действительности.	Информационная война: теория, определения и базовые понятия. Цветные революции: коммуникативные механизмы: Методология ненасильственного сопротивления Дж. Шарпа. Цветные революции и мыльные оперы как коммуникативные аналоги. Современный терроризм и его коммуникативный инструментарий. От цветных революций до современного терроризма: сопоставление коммуникативных механизмов. Информационная политика и безопасность современных государств. Американские и российские представления об информационной политике и безопасности. Дж. Арквилла и его представления об информационной безопасности.
Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра	
Тема 7. Медиафеномены современной цивилизации.	Информационные войны в мирной жизни. Коммуникативные операции вчера и сегодня. Управление массовой активностью населения в социосистемах.
Тема 8. Новый статус информационного пространства в современных условиях.	Медиа как способ управления вниманием аудитории. Медиаконструирование: базисная модель. Виртуальные войны в борьбе за виртуальный мир.
Тема 9. Основы коммуникативного воздействия. Взаимоотношения физического, информационного и виртуального пространств.	Инструментарий коммуникативных интервенций Фейки и конспирология. Коронавирус как инструментарий управления массовым сознанием: конкуренция политических систем, национальная идентичность. Коронавирус, конспирология и пропаганда. Коронавирус вскрывает конфликты: медиа и фейки, политика и враги. Коронавирус как досрочный приход будущего. Конспирология, смеховая политическая культура, телесериалы, художественные фильмы, конфликтуализация событий. Медиабренды как принудительная социализация и форма социального контроля: «символические» действия навязывания моделей для масс-медиа.
Тема 10. Модели массовых	Семиотическая модель массовых коммуникаций. Теория третьей волны Э. Тофлера. Э. Кастельс.

коммуникаций.	Теория инновации Э. Роджерса.
Тема 11. Теории функционирования медиа	Медиапредставления канадской школы коммуникации: Г. Иннис, М. Маклюэн, Э. Хэвлок. Медиа в моделях массовой культуры: С. Эйзенштейн, У. Эко, Дж. Фиск, Ж.Ж. Бодрийар. Коммуникология в теориях К. Леви-Строса, Р. Дебре, Д. Бурстина, П. Бойера.
Тема 12. Прикладное использование массовых коммуникаций.	Новые профессии в МК. Информационные операции. Социальный маркетинг. Политический маркетинг. Медиабрендинг.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Цивилизации и коммуникации	17		10	34	63
Тема.1 Методология стратегических коммуникаций.	4		2	5	10
Тема 2. Стратегические коммуникации.	2		2	5	10
Тема 3. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария	2		2	5	10
Тема 4. Коммуникативные механизмы современного общества.	4		1	6	10
Тема 5. Медиа как инструмент социинжиниринга.	2		1	6	10
Тема 6. Новые типы проектов по трансформации действительности.	3		2	7	13
Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра	17		7	40	63
Тема 7. Медиафеномены современной цивилизации.	4		1	8	10
Тема 8. Новый статус информационного пространства в современных условиях.	2		1	8	10
Тема 9. Основы коммуникативного воздействия. Взаимоотношения физического, информационного и виртуального пространств.	4		1	8	10
Тема 10. Модели массовых коммуникаций.	2		2	5	10
Тема 11. Теории функционирования медиа	2		1	5	10
Тема 12. Прикладное использование массовых коммуникаций.	3		1	6	13
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ООП	34	-	17	74	126

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 1

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Цивилизации и коммуникации	3		2	60	65
Тема.1 Методология стратегических коммуникаций.	0,5		0,5	10	11
Тема 2. Стратегические коммуникации.	0,5		0,25	10	10,75
Тема 3. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария	0,5		0,25	10	10,75
Тема 4. Коммуникативные механизмы современного общества.	0,5		0,25	10	10,75
Тема 5. Медиа как инструмент социоинжиниринга.	0,5		0,25	10	10,75
Тема 6. Новые типы проектов по трансформации действительности.	0,5		0,5	10	11
Раздел 2. Коммуникативно-информационные технологии: вчера, сегодня, завтра	3		2	56	61
Тема 7. Медиафеномены современной цивилизации.	0,5		0,5	10	11
Тема 8. Новый статус информационного пространства в современных условиях.	0,5		0,25	10	10,75
Тема 9. Основы коммуникативного воздействия. Взаимоотношения физического, информационного и виртуального пространств.	0,5		0,25	10	10,75
Тема 10. Модели массовых коммуникаций.	0,5		0,25	10	10,75
Тема 11. Теории функционирования медиа	0,5		0,25	10	10,75
Тема 12. Прикладное использование массовых коммуникаций.	0,5		0,5	6	11
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ООП	6	-	4	116	124

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Основы медийного функционирования.
2. Информационное воздействие на социосистемы.
3. Информационная и коммуникативная составляющая трансформации социосистем.
4. Особенности реализации коммуникативно-цивилизационных переходов.
5. Коммуникативные механизмы современного общества.
6. Информационно-коммуникативные технологии в развитии цивилизации. Социокоммуникации и социосистемы.

7. Информационная повестка дня как метод управления информационным пространством.
8. Спин-докторинг как метод коррекции информационного пространства.
9. Спин-докторинг как метод управления информационным пространством. Стратегии и тактики спин-докторинга.
10. Инструментарий спин-докторинга.
11. Стратегические коммуникации: основные отличия.
12. Инструментарий мягкой силы.
13. Информационные операции влияния как новый тип коммуникативного инструментария.
14. Коммуникативный инструментарий.
15. Понятие фрейма. Фреймы и фрейминг в информационной практике.
16. Виды и типы фреймов.
17. Фрейминг как манипулятивный прием.
18. Нарративный контроль.
 - а. Функции и виды нарративов.
 - б. Задачи нарративного контроля.
 - с. Стратегические принципы нарративного контроля.
19. Шкала пространства нарратива.
20. Нарративный и медиа-контроль: сходство и различия.
21. Слухи как особый вид коммуникации.
22. Технологии производства смыслов, доставки смыслов.
23. Технологии восприятия смыслов.
24. Медиа как фиксатор смыслопотоков.
25. Операции влияния.
26. Области несовпадения интересов.
27. Манипулятивный потенциал телевизионных политических ток-шоу.
28. Управление массовым сознанием как цель социоинжиниринга.
29. Социотехники конструирования разных видов общества: большие проекты в истории человечества.
30. Демократическое государство: коммуникативные основы.
31. Тоталитарное государство: коммуникативные основы.
32. Информационная война: теория, определения и базовые понятия.
33. Цветные революции: коммуникативные механизмы:
34. Методология ненасильственного сопротивления Дж. Шарпа.
35. Цветные революции и мыльные оперы как коммуникативные аналоги.
36. Современный терроризм и его коммуникативный инструментарий.
37. От цветных революций до современного терроризма: сопоставление коммуникативных механизмов.
38. Информационная политика и безопасность современных государств.
39. Американские и российские представления об информационной политике и безопасности.
40. Дж. Арквилла и его представления об информационной безопасности.

Раздел 2

41. Информационные войны в мирной жизни.
42. Коммуникативные операции вчера и сегодня.
43. Управление массовой активностью населения в социосистемах.
44. Медиа как способ управления вниманием аудитории.
45. Медиаконструирование: базисная модель.
46. Виртуальные войны в борьбе за виртуальный мир.
47. Инструментарий коммуникативных интервенций

48. Фейки и конспирология.
49. Коронавирус как инструментарий управления массовым сознанием: конкуренция политических систем, национальная идентичность.
50. Коронавирус, конспирология и пропаганда.
51. Коронавирус вскрывает конфликты: медиа и фейки, политика и враги.
52. Коронавирус как досрочный приход будущего.
53. Конспирология, смеховая политическая культура, телесериалы, художественные фильмы, конфликтуализация событий.
54. Медиабренды как принудительная социализация и форма социального контроля: «символические» действия навязывания моделей для масс-медиа.
55. Семиотическая модель массовых коммуникаций.
56. Теория третьей волны Э. Тофлера. Э. Кастельс.
57. Теория инновации Э. Роджерса.
58. Медиапредставления канадской школы коммуникации: Г. Иннис, М. Маклюэн, Э. Хэвлок.
59. Медиа в моделях массовой культуры: С. Эйзенштейн, У. Эко, Дж. Фиск, Ж.Ж. Бодрийар.
60. Коммуникология в теориях К. Леви-Строса, Р. Дебре, Д. Бурстина, П. Бойера.
61. Новые профессии в МК.
62. Информационные операции.
63. Социальный маркетинг.
64. Политический маркетинг.
65. Медиабрендинг.

7.2. Образец содержания экзаменационного билета

Донецкий государственный университет
Филологический факультет
Кафедра журналистики

Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью
Форма обучения	Очная, заочная
Семестр	Третий
Дисциплина	Медиакоммуникации в современном мире

Экзаменационный билет № 1

1. Новые профессии в МК.
2. Фрейминг как манипулятивный прием.

Утверждено на заседании кафедры журналистики, протокол № 12 от 18.04.2025 г.

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

Экзаменатор

И.М. Артамонова

В случае ведения учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, содержание билета может отличаться от приведенного.

7.3 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 1, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 1, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	10
	Самостоятельная работа	30
	Контрольная работа по теоретическому материалу	20
ИТОГО		60
Экзамен		40
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в учебно-методическом кабинете (ауд. 111) 3-го учебного корпуса (ул. Щорса, 17) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. Артамонова, И.М. Современные медиасистемы зарубежных СМИ: учебно-методическое пособие / И.М. Артамонова. - Донецк: ДонНУ, 2020. – 145 с. – Текст: электронный
2. Артамонова, И.М. Современные медиасистемы зарубежных СМИ: учебное пособие / И.М. Артамонова. - Донецк: ДонНУ, 2020. – 191 с. – Текст: электронный

10.2. Дополнительная литература

3. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием [Текст]. – М.: Эксмо:Алгоритм, 2009. – 528 с. – Текст: непосредственный.
4. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. „Журналистика” / Л. А. Коханова, А. А. Калмыкова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 536 с. – Текст: непосредственный.
5. Назарчук, А.В Теория коммуникации в современной философии. – М.:Прогресс-традиция, 2009. – 320с. – Текст: непосредственный.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. ЭБС Юрайт: электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. Электронно-библиотечная система ДонГУ: сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. Электронный каталог Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. Электронный архив ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

12. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).