

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г.Шевченка

Кафедра права, філософії та політології

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри

проф. Чорний О. О.

_____ (підпис)

(прізвище та ініціали)

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАТИВІСТИКА

(назва навчальної дисципліни)

Освітня програма підготовки бакалаврів спеціальності 052 «політологія»

(назва освітньої програми для обов'язкових дисциплін)

2021 – 2022 навчальний рік

Робочу програму розглянуто та схвалено на засіданні кафедри
права, філософії та політології
(назва кафедри)

Протокол № 1 від «27» серпня 2021 року.

Розробник: канд. політ. наук, доцент Костирєв А. Г.
(вказати авторів, їхні посади, наукові ступені та вчені звання)

Мова навчання – українська.

Мета навчальної дисципліни

«Політична комунікативістика» є базовою нормативною дисципліною, яка охоплює теоретико-методологічні основи політичної комунікативістики, закономірності та моделі взаємодії політичної та медіа-систем, способи інформаційно-комунікаційного впливу на політичні процеси та прикладні аспекти політичної комунікативістики.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є відносини в інформаційно-політичній сфері суспільного життя. Предметом її вивчення у запропонованому курсі є вплив інформаційно-комунікаційних процесів на політичну свідомість та поведінку.

Метою викладання навчальної дисципліни «Політична комунікативістика» є формування у студентів відповідних загальних і спеціальних компетентностей та досягнення програмних результатів, визначених стандартом вищої освіти (СВВ) за спеціальністю 052 «Політологія» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» (Наказ МОН України від 20 липня 2020 року № 911), які стосуються знання теоретико-методологічних основ політичної комунікативістики, здатності аналізувати взаємодію політичної та медіа-систем, спроможності виявляти способи впливу інформаційно-комунікаційного впливу на політичні процеси та застосовувати їх у практичній діяльності.

Відповідно до означеної мети основними завданнями постають:

- засвоєння базових положень теорії комунікації;
- творче осмислення процесів впливу медіа на політичну сферу суспільного життя;
- оволодіння способами інформаційно-комунікаційного впливу на політичні процеси;
- формування вмінь та навичок використовувати отримані знання для самостійного планування та проведення інформаційних кампаній;
- виховання громадян демократичної держави з високим рівнем політичної свідомості та культури.

Обсяг дисципліни

Кількість кредитів ECTS	11
Кількість годин:	330
- лекції	42
- практичні / семінарські	40
- самостійна робота студента	248

Статус навчальної дисципліни нормативна.

Передумови для вивчення дисципліни полягають в опануванні курсами дисциплін «Вступ до політології», «Історія політичних вчень», «Теорії та методи сучасної політичної науки» та «Риторика».

Очікувані результати навчання

Згідно зі стандартом вищої освіти (СВВ) за спеціальністю 052 «Політологія» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» (Наказ МОН України від 20 липня 2020 року № 911) та з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

Знати:

- зміст основних підходів до розуміння сутності політичної комунікації на глобальному, національному і місцевому рівні;
- основні етапи розвитку політичної комунікативістики як наукової дисципліни та розуміти їхні ціннісні пріоритети;
- основні категорії та поняття сучасної комунікативістики;

- актуальні проблеми, які існують у сфері політичних комунікацій, а також основні підходи до їх формулювання та розв'язання;
- базовий інструментарій, а також методологічні підходи, які використовуються для вивчення теоретичних та практичних проблем у сфері політичних комунікацій;
- запропоновані формулювання сутності, походження, мети і засобів політичної комунікації, закономірності взаємодії політичної та медіа-систем, вимог до політичних лідерів та еліт у цій сфері, рекомендації щодо оптимальних форм політичної комунікації;
- базові тлумачення цілей, рушійних сил і детермінант політичної комунікації у сучасному мережевому суспільстві;
- основи організаційної діяльності в інформаційній сфері та відносинах з громадськістю.

Вміти:

- критично оцінювати наукові підходи до тлумачення цілей політичної комунікації та можливості застосування на практиці методів критичного мислення для оцінки медіа-повідомлень;
- пояснити події у сучасному медіа-просторі, ґрунтуючись на теоретичному фундаменті політичної комунікативістики;
- залучати базовий інструментарій, а також методологічні підходи політичної комунікативістики для пошуку шляхів вирішення практичних завдань;
- застосовувати прикладні аспекти політичної комунікативістики у практичній діяльності;
- складати план інформаційної кампанії, готувати виступи, розробляти та просувати власні ресурси в онлайн-мережах;
- використовувати Інтернет-ресурси для пошуку навчальних матеріалів, наукових та публіцистичних статей по проблематиці політичної комунікативістики;
- залучатися та організовувати спілкування у процесі онлайн-навчання.

Критерієм успішного проходження здобувачем освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом навчання навчальної дисципліни. Мінімальний пороговий рівень оцінки визначається здатністю студента охарактеризувати етапи розвитку зарубіжної політології, розкрити вміст основних політологічних теорій, описати базові методи політологічних досліджень, а також вмінням на основі узагальнення засвоєних теоретичних положень та методів представити власний аналіз суспільно-політичних проблем.

Після першого семестру (1 і 2 модулі – 6 кредитів) студенти здають залік.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 – 100	A	зараховано
83 – 89	B	
75 – 82	C	
68 – 74	D	
60 – 67	E	
35 – 59	Fx	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Після другого семестру студенти здають іспит за весь курс (11 кредитів) із застосуванням коефіцієнту 0,5 для розрахунку балів за роботу на лекціях та семінарах.

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для іспиту
90 – 100	A	відмінно
83 – 89	B	добре
75 – 82	C	
68 – 74	D	
60 – 67	E	задовільно
35 – 59	Fx	незадовільно з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Засоби діагностики результатів навчання

У якості засобів оцінювання та методів демонстрування результатів навчання використовуються:

- іспит;
- стандартизовані тести;
- усні відповіді, реферати;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах.

Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Разом	у тому числі					Разом	у тому числі				
		л	пр	лаб	інд	срс		л	пр	лаб	інд	срс
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Теоретико-методологічні основи політичної комунікативістики.												
Тема 1. Політична комунікативістика як наукова дисципліна.	10	2				8	10	1				9
Тема 2. Основні етапи розвитку та школи комунікативістики.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 3. Інформація: сутність та різновиди. Комунікація: інтерпретації та вміст.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 4. Комунікація у соціальних мережах: закономірності та критерії ефективності.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 5. Політична комунікація: поняття, моделі, функції.	16	2	2			12	16	1	1			14
Модуль 2. Політика і медіа.												
Тема 6. Етапи становлення та структура сучасної медіа системи.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 7. Політичні функції мас-медіа.	16	2				12	16	1	1			14
Тема 8. Основні наукові підходи до визначення впливу ЗМІ на політичні процеси.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 9. Рівні, типи та моделі взаємодії політичної та медіа-систем.	16	2	2			12	16	1	1			14

Тема 10. Політична комунікація в онлайн-мережах.	16	2	2			12	16	2	1			14
Тема 11. Політичне інформаційне та мережеве суспільство.	16	2	2			12	16	1	1			14
Модуль 3. Способи інформаційно-комунікаційного впливу на політичні процеси												
Тема 12. Пропаганда та маніпуляція суспільною свідомістю.	16	2	2			12	16	1	1			16
Тема 13. Імідж та «м'яка» сила як способи політичної комунікації.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 14. Фейки, дезінформація та місінформація у соціальних медіа.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 15. Інформаційні війни.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 16. Інформаційна безпека.	16	2	2			12	16	1	1			14
Модуль 4. Прикладні аспекти політичної комунікативістики												
Тема 17. Правила ведення переговорів.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 18. Технології ефективного копірайтингу.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 19. Алгоритми створення та просування онлайн-продукту.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 20. Організація роботи прес-служби.	16	2	2			12	16	1	1			14
Тема 21. Планування та проведення інформаційних кампаній.	16	2	2			12	16	1	1			14
Усього годин	330	42	40			248	330	22	20			288

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна:

1. Арістова І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти/ За загальною редакцією д-ра юрид. наук, проф. Бандурки О.М.: Монографія. Харків: Вид-во Ун-ту внутр. Справ, 2000. 368 с.
2. Бацевич Ф. *Основи комунікативної лінгвістики*: Підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
3. Берн Э. *Люди, которые играют в игры. Игры в которые играют люди*. С.-Петербург, 1998.
4. Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования. Санкт-Петербург 2013. 200 с. URL: chrome-extension://efaidnbnmnncbjpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fjf.spbu.ru%2Fupload%2Ffiles%2Ffile_1460022652_1434.pdf&clen=1219926&chunk=true
5. Гриценко О.М., Шкляр В.І. Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. Київ: Інститут журналістики КНУ, 2000. 82 с.
6. Дубас О. П. Інформаційно-комунікаційний простір: поняття, сутність, структура. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ: Український центр політичного менеджменту, 2010. Вип.19. 482 с.
7. Дуцик Д. Політична журналістика. Київ: Вид. дім «Києво-могилянська акад.», 2005. 138 с.
8. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1999. С. 90-91.
9. Зражевська Н. І. *Комунікаційні технології*. Черкаси, 2010. 224 с.
10. Кара-Мурза С. *Манипуляция сознанием*. Москва, 2000. 526 с.
11. Карнеги Д. *Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей*. Киев: Наукова думка., 1989. 2324 с.
12. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: Учеб. пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.
13. Квіт С. *Масові комунікації*. Київ: Вид-во «Київо-Мргілянська Академія», 2008. 206 с.
14. Кін Дж. *Мас-медіа і демократія* /Пер. с англ. Київ: К.І.С., 1999. 134с.
15. Коновець О. *Масова комунікація: теорія, моделі, технології* : навч. посіб. Київ: ЛГУ, 2007. 266 с.
16. Королько В. Г. *Паблік рилейнз. Наукові основи, методика, практика*: підручник. 2-е вид., доп. Київ: Вид. дім «Скарби», 2001. 346 с.
17. Лиллекер Д. Дж. *Политическая коммуникация. Ключевые концепты.* / Пер. с англ. С. Остнек. Харьков: Гуманитарный центр, 2010. 300 с.
18. Логунова М. *Значення політичних комунікацій у здійсненні державного управління* URL: <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=619>
19. *Масова комунікація: Підручник* / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. Київ: Либідь, 1997. 216 с.
20. Мелешкина Е. Ю. Политическая коммуникация URL: <http://mr-kaev2009.narod.ru/Politics/Meleshkina/11.htm>
21. Политическая имиджология / Под ред. А. А. Деркача, Е. Б. Перельгиной и др. Москва: Аспект Пресс, 2006. 400 с.
22. *Политические коммуникации* / Под ред. А. И. Соловьева. Москва: Аспект Пресс, 2004. 332 с.
23. Полянська В. *Символічна політика: сутність, структура, умови реалізації*. URL: <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=26&c=360>
24. Почепцов Г. Г. *Коммуникативные технологии XX века*. Москва–Київ, 2001. 352 с.
25. Почепцов Г. Г. *Теория коммуникации*. Москва: Рефл-бук; Київ: Ваклер, 2003. 652 с.
26. Почепцов Г. Г. *Информационные войны. Основы военно-коммуникационных исследований*. Ровно, 1999. 350 с.
27. Почепцов Г. *Психологические войны*. Москва,-Київ, 2000. 346 с.

28. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 р. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. №48. Ст. 650.
29. Рац М. В. Коммуникативистика: проблемы и пути развития. *Международный журнал Медиа. Информация, Коммуникация* 2012 №3 URL: <http://mic.org.ru/3-nomer-2012/135-kommunikativistika-problemy-i-puti-razvitiya>
30. Різун В. В. *Природа й структура комунікативного процесу*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1005>
31. Різун В. В. *Теорія масової комунікації*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/>
32. Санистебан Л.-С. *Основы политической науки*. / Пер. с исп. В. Л. Заболотного. Москва: Наука, 1992. 476 с.
33. *Современная политическая коммуникация: Учебное пособие* / Отв. Ред. А.П. Чудинов. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2009. 292 с. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fwindow.edu.ru%2Fresource%2F014%2F67014%2Ffiles%2Fucheб_posobie.pdf&clen=2975132&chunk=true
34. Соколов А. В. *Общая теория социальной коммуникации*. С-Петербург, 2002. URL: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=398
35. Тимофеева Л. Н. Политическая коммуникативистика: мировая и российская проекции. *Политическая наука*. 2016, № 2 С. 74-100. URL: <http://inion.ru/site/assets/files/3552/kommunikatci.pdf>
36. Указ Президента України №685/2021 28 грудня 2021 року «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки» URL: <https://www.president.gov.ua/documents/6852021-41069>
37. Фишер Р., Уилльям Юрии У. *Путь к согласию или переговоры без поражения*. С.Петербург. 2000. 314 с.
38. Фомін В. О., Рось А. О. Сутність і співвідношення понять «інформаційна безпека», «інформаційна війна» та «інформаційна боротьба». *Наука і оборона*. 1999. №4. С. 42-49.
39. Холод О. М. *Комунікаційні технології: підручник*. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 2013 с.
40. Шарков Ф. И. *Основы теории коммуникации: Учебник для вузов*. Москва: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. 248 с.
41. Штромайер Г. *Політика і мас-медіа*. / Пер. з нім. А. Орган. Київ: Вид-во «Київо-Могилянська Академія», 2008. 304 с.
42. Шульц В. Процес комунікації. *Публіцистика. Масова комунікація*. Київ: АУП, ЦВП, 2007. С. 619-646.
43. Bennett L., Livingston S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*. 2018. Vol. 33(2). PP. 122–139. DOI: <http://doi.10.org/1177/02673231187603170.1177>.
44. Blumler J. G. 2015. Core theories of political communication: Foundational and freshly minted. *Communication Theory*. № 25(4). P. 426–438. <https://doi.org/10.1111/comt.12077>.
45. Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society (The Information Age: Economy, Society and Culture, Volume 1)*. Vol 1. 2nd Edition with a New Preface. Oxford: Wiley Blackwell Publ. 2010. DOI: 10.1002/9781444319514.
46. Cooper T., Thomas J. *Nature or Nurture: A Crisis of Trust and Reason in the Digital Age*. London: Albany Associates, 2019. 258 p.
47. Freelon, Deen & Wells, Chris. Disinformation as Political Communication. *Political Communication (Beyond Fake News: The Politics of Disinformation)* 2020. 37(2): 145-156. DOI: 10.1080/10584609.2020.1723755.
48. Graber D.A. Political Language. *Handbook of Political Communication*. / Eds. Nimmo and Sanders. Beverly Hills, Sage, 1981, pp. 195-223.
49. Guadagno E. R., Gutteri K. 2019. Fake News and Information Warfare: An Examination of the Political and Psychological Processes From the Digital Sphere to the Real

- World. *Handbook of Research on Deception, Fake News, and Misinformation*. Online IGI Global. P. 167-191. DOI: <http://10.4018/978-1-5225-8535-0.ch011>
50. Harless. D J. *Mass Commucation*. Wm. C. Brown Publishes, Dubuque, Iowa, 1985. 572 p.
51. Jutel O. Post-Politics. *Routledge Handbook of Psychoanalytic Political Theory*. Ed. by Y. Stavrakakis. New York: Imprint Routledge, 2019. P. 430-444. DOI: <http://dx.doi.org/10.4324/9781315524771>
52. Lippman W. *Public Opinion*. N.Y.: Thousand Oaks, 1965. 316 p.
53. McNair B. *An Introduction to Political Communication*. London, New York: Routledge, 2007. 222 p.
54. Schramm W. The Nature of Communication Between Humans. *Process of Effects of Mass Communication* / Rev. ed. by Witbur Schramm and Donald F. Roberts.- Urbana, 1971.- P. 17.
55. Weaver W. The Mathematics of Communication. *Communication and Culture: Reading in the Codes of Human Interaction* / Ed. by Alfred G. Smith. N.Y., 1966. P. 15-34.
56. Wiio O.A. *Information and communication: A conceptual analysis*. Helsinki, 1981.

Додаткова:

1. Бацевич Ф. *Основи комунікативної лінгвістики: Підручник*. Київ: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Берн Э. *Люди, которые играют в игры. Игры в которые играют люди*. С.-Петербург, 1998. 318 с.
3. Блинов В. *Как стать копирайтером с нуля и с чего начать новичку в копирайтинге?* 2017. 05 март. URL: <https://iklife.ru/internet-professii/kopirajter/kak-stat-kopirajterom-s-nulya-i-s-chego-nachat.html>
4. Богущ Д. О. *Міжнародний імідж України : проблеми і перспективи* URL : <http://blogs.pravda.com.ua/authors/bogush/4b843f0bd3e45/>.
5. Бойко М. А. *Средства формирования положительного имиджа страны и конструирование коллективной идентичности*. URL: <http://tpl1999.narod.ru/WEBLSE2004/LSE2004Boiko.htm>.
6. Вацлавик П., Бивии Д., Джексон Д. *Прагматика человеческих коммуникаций: Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия* / Пер. с англ. А. Суворовой. Москва: Апрель-Пресс, Изд-во ЭКСМО Пресс, 2000. 320 с.
7. Викентьев И. Л. *Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты: 400 приемов, 200 учебных задач, 20 практических приложений*. С-Петербург: Изд. дом «БизнесПресса», 2004. 380 с.
8. Гладков И. А. Коммуникационные основы политической власти в современном обществе. *Политика и Общество*. 2018. № 4. С. 10-20. DOI: 10.7256/2454-0684.2018.4.25992 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25992
9. Грачев М. Н. Политическая коммуникация. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 1999. No1. С. 24–39.
10. Зубик О. Є. Імідж України: погляд з-за меж. URL: http://experts/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063.
11. Как стать блогером и зарабатывать на этом: пошаговая инструкция. URL: <https://medianation.ru/blog/influence-marketing/kak-stat-blogerom-i-zarabatyvat-na-etom-poshagovaya-instruktsiya/>
12. Как стать блогером и зарабатывать: разбираем путь к успеху по шагам. URL: https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/kak-stat-blogerom/
13. Как стать успешным YouTube-блогером: 10 советов для начинающих. URL: <https://www.marieclaire.ru/karera/kak-stat-uspeshnyim-youtube-blogerom-sovetyi-dlya-nachinayuschih/>
14. Как стать успешным блоггером в Instagram: полное руководство. URL: <https://popsters.ru/blog/post/kak-stat-instagram-blogerom>

15. Каплунов Д. *Нейрокопирайтинг. 100+ приёмов влияния с помощью текста*. URL: http://fictionbook.ru/author/denis_kaplunov/neirokopirayiting_100_priyomov_vliyaniy/read_online.html?page=2
16. Климанська Л. Д. *Комунікативні технології моделювання політичного простору в демократичному суспільстві*. URL: www.democracy.kiev.ua/publications/collections/conference_2005.
17. Корнєєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 6. С. 76-181.
18. Костырев А. Украина в новой системе европейской безопасности: роль «честного брокера»? *Современная Европа*. 2011. №3(47). С. 5-18.
19. Костырев А. Г. Політико-правові проблеми розбудови системи міжнародної інформаційної безпеки в умовах глобалізації. *Сучасна українська політика*. 2011. № 21. С. 234-245.
20. Костырев А. *Украина: буфер или форум? Межцивилизационная коммуникация как геополитическая функция Украины*: монографія. LAP Lambert Academic Publishing. 2013. 160 с.
21. Костырев А. Г. «Разумная сила», общественная дипломатия и социальные сети как факторы международной политики в эпоху глобализации. *Полис (Политические исследования)*. 2013. №2. С. 143-149.
22. Костырев А. Г. Постполитика в сетях постправды. *Полис. Политические исследования*. 2021. № 2. С. 64-75. <https://doi.org/10.17976/jpps/2021.02.05>.
23. Костырев А. Г. Роль засобів масової інформації у процесі демократичного розвитку суспільства. автореф... дис. канд. політ. наук. Київський Національний університет імені Тараса Шевченка, 2003. 18 с.
24. Кохтев Н. Н. *Десять эффектов рекламы*. URL: http://www.gramota.ru/mag_rub.html.
25. Кочубей Л. Особливості політичних комунікацій в умовах розвитку технологій інформаційного суспільства. *Віче*. 2009. №19. С. 26-44.
26. Лалл Дж. *Мас-медиа, комунікативна культура: глобальний підхід*. / Пер. с англ. Київ: К.І.С., 2002. С. 91-116.
27. Левин К. *Теория поля в социальных науках* / Пер. с нем. Е. Сурпина. -Петербург: Речь, 2000. 344 с.
28. Лукашевич Д. А. Применимость теории «спирали молчания» к сети Интернет и новым медиа. *Вестник НГУ. Серия «История, филология»*. 2013. Т. 12, вып. 6. С. 61-66.
29. Мантуло Н. Б. Зв'язки з громадськістю в сучасній комунікаційній парадигмі. *Держава та регіони. Сер. Соціальні комунікації*. 2011. Вип. 4. С. 151-155.
30. *Масс-медиа, сектор безопасности и власть. Роль новостных средств массовой информации в контроле и подотчетности сектора безопасности: научное пособие* / под ред. М. Капарини. Киев, 2005. 280 с.
31. Назаретян А. П. *Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии*. С-Петербург: «Питер», 2003. 112 с.
32. Назарчук А. В. Сетевое общество и его философское осмысление. *Вопросы философии*. 2008. № 7. С. 61-75 URL: es-dejavu.ru/w/WWW.html
33. Ноель-Нойман Э. *Общественное мнение. Открытие спирали молчания*. / Пер. с нем. Москва: Вагриус, 1996 С. 240-245.
34. Орбан-Лембрик Л. Чутки як соціально-психологічне явище. *Соціальна психологія*. 2004. № 3 (5). С. 47-62;
35. Панда П. *Копирайтер, расти! О продающих текстах и профессиональном росте*. URL: http://bookz.ru/authors/petr-panda/kopirait_979/1-kopirait_979.html
36. Подвірна Н. Комунікативний складник у відносинах між владою та суспільством. 2017. № 1. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. С. 96-108. DOI: <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2017-01-96-108> URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/43/37>

37. *Политическая имиджелогия*: Кол. моногр. / Под общ. научн. ред. Л. Г. Лаптева, Е. А. Петровой. Москва: РИЦ АИМ, 2006. 276 с.
38. Померанцев П. *Це не пропаганда: Подорож на війну проти реальності*. / пер. с англ. О. Форостина. Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
UR: <https://ua1lib.org/book/5499856/70effb?dsource=recommend>
39. Почепцов Г. Імідж політичний. Політична енциклопедія. / Редкол.: Ю. Левенець, Ю. Шаповал та ін. Київ: Парламентське видавництво, 2011. с.278.
40. Райхель Ю. Информационные войны становятся частью общественной жизни. *Журналист Украины*. 2006. № 8. С. 24-27;
41. Снурнікова Ю. *Комунікаційні ефекти взаємодії ведучого з аудиторією: сучасні українські реалії*. URL: http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n9/tele-and_radio_journalism-9-40.pdf
42. Ставченко С. В. Комунікативні аспекти управління в умовах політичної кризи. *Гілея*. 2011. Вип. 47 (5). С. 518-523.
43. *Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник* / За ред. В. Г. Королька. Київ: 2003. 216 с.
44. Терин В. П. *Массовая коммуникация: Социокультурные аспекты политического воздействия. Исследование опыта Запада*. Москва: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999.
45. Умаров М. *PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила*. Москва: Альпина Паблишер, 2016. 230 с.
46. Хабермас Ю. *Моральное сознание и коммуникативное действие*. / Пер. с нем. под ред. Д. В. Скляднева. С-Петербург: Наука, 2000. 380 с.
47. Хоган Б. Анализ социальных сетей в интернете. *Постнаука*. -21.11.2013
URL: <http://postnauka.ru/longreads/20259>
48. Чекмишев О. В. *Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум*. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 130 с.
49. Шаповал Ю. Г. *Личностные методы повышения эффективности средств массовой информации: Уч. Пособие для студентов*. Киев: УМК ВО, 1989. 64 с.
50. Шкляр В. І. *Світ інформації: особистість, суспільство, держава. (Медитації і маргіналізація)*. Київ: Слов'янський діалог, 1995. С. 72-73.
51. Яковлев И. П. *Современные теории массовых коммуникаций*. С-Петербург: Роза мира, 2004. 95 с.
52. Янков М. Конфронтация между материализмом и идеализмом по проблеме информация. *Информация и управление. Философско-методологические аспекты*. Москва, 1985. С.278-294.
53. Allcott, H., & Gentzkow, M. Social media and fake news in the 2016 election. *The Journal of Economic Perspectives*. 2017. Vol. 31(2). pp. 211–236. doi:10.1257/jep.31.2.211.
54. Lin H.S., Kerr J. *On Cyber-Enabled Information: Influence Warfare and Manipulation*. 2017.
URL: https://www.americanbar.org/content/dam/aba/administrative/law_national_security/Herbert%20Lin%20Cyber-Enabled%20Info%20Influence%20Warfare%20and%20Manipulation.authcheckdam.pdf
55. Bourdieu, P. The forms of capital / Pierre Bourdieu. *Handbook of theory and research for sociology of Education*. /Ed. by J. Richardson. New York, NY: Greenwood Press, 1986. pp. 241-258.
56. Burt R. S. Structural Holes versus Network Closure as Social Capital. *Social Capital Theory and Reserch*. / Ed. by Nan Lin, Karen Cook, Ronald S. Burt. University of Chicago Press, 2001. pp. 1-30. URL: <http://snap.stanford.edu/class/cs224w-readings/burt00capital.pdf>
57. Campbell B.L. Uncertainty as symbolic action in disputes among experts. *Social Studies of Science*. London, 1986. P. 429-453.
58. *Communicating Uncertainly Media Coverage of New and Controversial Science* / Edited by Sharon M. Friedman, Sharon Dunwoody, Carol L. Rogers Lawrence. New Jersey, London, 1999.
59. Klapper J. *The Effects of Mass Communication*, N. Y.: Free Press, 1960. 346 p.

60. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology* University of Chicago Press. 1988. Vol. 94. pp. 95-120.
URL: <http://courseweb.lis.illinois.edu/~katewill/for-china/readings/coleman%201988%20social%20capital.pdf>
61. De Solla Price D. Little Science Big Science. *Essays of an Information Scientist*. 1987. Vol. 10. pp. 72-75 URL: <http://datahub.io/ru/dataset/de-solla-price-little-science-big-science>
62. Deutsch K. W. *The nerves of government: Models political communication and control*. New York; London : Free press Collier-Macmillan, 1966. 356 p.
63. Harrop M. & Miller W.L. *Elections and Voters. A Comparative Introduction*. Hampshire: Macmillan Education, 1987. 282 p.
64. Lazarsfeld P., Berelson K., Gaudet G. *The People's Choice*. N.Y. : Free Press, 1948. 246 p.
65. Propaganda. *Merriam Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/propaganda>
66. Milgram S. The Small World Problem. *Psychology Today*. 1967. vol. 1, no. 1. pp. 61-67
URL: http://measure.igpp.ucla.edu/GK12-SEE-LA/Lesson_Files_09/Tina_Wey/TW_social_networks_Milgram_1967_small_world_problem.pdf
67. Mounk Y. *The People Vs. Democracy: Why Our Freedom Is in Danger and How to Save It*. Harvard University Press, 2018.. 400 p.
68. Lennart S. *Shaping political attitudes. The impact of interpersonal communication and mass-media*. SAGE Publications Ink, 1994. 155 p.
69. Maccoby M. *The Leader: A new Face for American Menegement*. N.Y.: Thousand Oaks, 1981. P. 268.
70. Nye J. S. *Soft Power. The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs, 2004. - 192 p.
71. Nye J. S. *The Benefits of Soft Power*. Harvard Business School Working Knowledge 2004/ 08 Feb. URL: <http://hbswk.hbs.edu/archive/4290.html>
72. Nye J. What China and Russia Do not Get About Soft Power. *Foreign Policy*. 2013 29 Apr. URL: HTTP://WWW.FOREIGNPOLICY.COM/ARTICLES/2013/04/29/WHAT_CHINA_AND_RUSSIA_DON_T_GET_ABOUT_SOFT_POWER
73. Rogers E. M., Douglas S. J. *Communication Campaigns* (Handbook of Communication Science) URL: <https://1soc.ru/pages/view/39>
74. Scott J. Social Network Analysis. Third ed./ John Scott. – Los Angeles: SAGE. 2013. P. 118-136. URL https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=MJoIGBfYDGEC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Social+Network+Analysis:+A+Handbook&ots=zwBt2-0n57&sig=6Vr1uLUg4qXRV9mxXs3rr1MzZvc&redir_esc=y#v=onepage&q=Social%20Network%20Analysis%3A%20A%20Handbook&f=false
75. *The Handbook of Communication and Security* / Ed. by Bryan C. Taylor and Hamilton Bean. New York, NY: Routledge, 2019. URL: [https://www.academia.edu/39867632/The_Handbook_of_Communication_and_Security_Bryan_C_Taylor_and_Hamilton_Bean_eds_`](https://www.academia.edu/39867632/The_Handbook_of_Communication_and_Security_Bryan_C_Taylor_and_Hamilton_Bean_eds_)
76. van Ham Peter. *The rise of brand state: the postmodern politics of image and reputation*. URL: <http://www.globalpolicy.org/component/content/article/162/27557.html>
77. Vosoughi S., Roy D., Aral S. 2018. The spread of true and false news online. – *Science*. Vol. 359, Iss. 6380. P. 1146–1151. DOI: <http://10.1126/science.aap9559>.
78. Walker Ch., & Ludwig J. The Meaning of Sharp Power: How Authoritarian States Project Influence. *The Foreign Affairs*. 2017. 16 Nov. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2017-11-16/meaning-sharp-power/>
79. Wood T., Porter E. 2019. The elusive backfire effect: mass attitudes' steadfast factual adherence. – *Political Behaviour*. № 41(1). P. 135-163. DOI: 10.1007/s11109-018-9443-y.
80. Woodyard T. M. *Crisis Communication: A Commanders Guide to Effective Crisis Communication*. URL: <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/acsc/98-307.pdf>.