**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Затверджено

Вченою радою

Запорізького національного університету

протокол № \_\_ від \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ р.

Голова Вченої ради, ректор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М. О. Фролов

**ПРИКЛАДНІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

**У НАУЦІ ПРО СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

ступеня доктора філософії

Укладач:

***Бондаренко І. С.***, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, кандидат філологічних наук, доцент

Погоджено:

проректор з наукової роботи Г. М. Васильчук

проректор з науково-педагогічної роботи Ю. О. Каганов

зав. відділу аспірантури і докторантури О. П. Єфіменкова

Запоріжжя 20\_\_\_\_\_

**1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Найменування показників** | **Галузь знань,**  **напрям підготовки,**  **рівень вищої освіти** | **Характеристика навчальної дисципліни** |
| Денна, вечірня, заочна  форми навчання |
| Кількість кредитів – 3 | Галузь знань  06 Журналістика  (шифр і назва) | вибіркова |
| Цикл професійної  підготовки |
| Змістових модулів – 4 | Спеціальність  061 Журналістика  (код і найменування) | **Рік підготовки:** |
| Загальна кількість годин – 90 | 2-й |
| **Лекції**  14 год. |
| Освітньо-наукова програма  Журналістика  (назва програми) | |
| **Практичні**  14 год. |
| Рівень вищої освіти:  **третій** (доктор філософії) | | **Самостійна робота** |
| 62 год. |
| **Вид підсумкового контролю**:  залік |

**2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Метою** викладання дисципліни «Прикладні комунікаційні технології у науці про соціальні комунікації» є ознайомлення здобувачів третього рівня вищої освіти з сучасними соціально-комунікаційними технологіями у розрізі здійснення інформаційних операцій, інформаційним інструментарієм гібридних воєн. Водночас курс фокусує увагу на новітніх методах науки про соціальні комунікації, оволодіння інструментарієм формування стратегічних комунікацій, що сприятиме поглибленню й систематизації відповідних наукових теоретичних знань та формуванню вмінь у царині медіазнавства.

Основні **завдання** курсу: Ознайомлення з принципами медіамоніторингу в розрізі використання мас-медіа маніпуляцій, формування розуміння інформаційних стратегій і тактик соціально-комунікаційних технологій, уміння впроваджувати соціально-комунікаційні технології у масовоінформаційний процес, вироблення навичок продукувати комплекс заходів щодо протидії інформаційним маніпуляціям, запроваджувати сучасні соціально-комунікаційні технології для розв’язання широкого кола суспільних проблем.

Згідно з вимогами освітньо-наукової програми аспіранти повинні досягти таких програмних **компетентностей і програмних результатів навчання**:

|  |  |
| --- | --- |
| **Програмні компетентності** | |
| ЗК 2 | Здатність вчитися, оволодівати сучасними знаннями, застосовувати їх у практичних ситуаціях. |
| ЗК 3 | Здатність до формування системного наукового світогляду та загального культурного кругозору. |
| ЗК 4 | Здатність до критичного мислення. |
| ЗК 6 | Здатність до пошуку, оброблення та аналізу наукової інформації з різних джерел; використання інформаційно-комунікаційних технологій у дослідницькій та викладацькій діяльності. |
| ЗК 11 | Здатність працювати у науковому колективі та організовувати його діяльність; виявляти та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення, діяти свідомо та відповідально, демонструвати ініціативу та наполегливість щодо поставлених завдань і взятих зобов’язань. |
| ЗК 13 | Здатність до міжособистісної взаємодії та комунікації; володіння технікою публічних виступів, риторики та аргументації. |
| СК 1 | Здатність до засвоєння теоретико-методологічних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань за спеціальністю061 Журналістика, термінології з досліджуваного наукового напряму. |
| СК 2 | Здатність досліджувати медіасередовище, керуючись релевантною методологією та методами наукових медійних досліджень. |
| СК 4 | Здатність аналізувати медійні явища з погляду фундаментальних галузевих принципів і знань, класичних та новітніх дослідницьких підходів, а також на основі відповідних загальнонаукових методів. |
| СК 6 | Здатність планувати й організовувати професійну та науково-інноваційну діяльність у галузі журналістики, зокрема в ситуаціях, що потребують інноваційних стратегічних підходів. |
| СК 7 | Здатність до всебічного аналізу соціокультурних процесів, до моделювання та прогнозування тенденцій розвитку медіасфери. |
| СК 8 | Здатність критично оцінювати медіаландшафт, цифрові тенденції його розвитку, що передбачає глибоке переосмислення наявних і створення нових цілісних знань та/або професійної практики. |
| СК 9 | Здатність виявляти тенденції розвитку галузі журналістики, творчо використовувати наявні знання під час викладання медійних дисциплін. |
| **Програмні результати навчання** | |
| ПРН 1 | Демонструвати системний науковий світогляд та загальний культурний кругозір; володіти техніками і технологіями критичного мислення. |
| ПРН 2 | Розуміти основні засади дослідницько-інноваційної діяльності у закладі вищої освіти та основні вимоги, що висуваються до її суб’єктів (аспірантів, наукових та науково-педагогічних працівників); використовувати знання законодавства у сфері освітньої, наукової, інноваційної діяльності, захисту прав інтелектуальної власності, мас-медіа. |
| ПРН 7 | Оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичній діяльності; здійснювати абстрактний аналіз, оцінку і синтез нових та комплексних ідей; демонструвати відданість їх розвитку у передових контекстах професійної та наукової діяльності в галузі журналістики. |
| ПРН 8 | Започаткувати, планувати, проводити та коригувати послідовний процес ґрунтовного наукового дослідження в галузі журналістики, що дає можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання; відповідати за якість проведених досліджень та достовірність їх результатів. |
| ПРН 10 | Ініціювати, розробляти та/або реалізовувати освітні і наукові проєкти у галузі журналістики на національному та міжнародному рівнях; володіти навичками роботи у колективі, забезпечувати його організацію та координацію. |
| ПРН13 | Вільно спілкуватися з питань, що стосуються сфери наукових та експертних знань, з колегами, широкою науковою спільнотою (у тому числі міжнародною), суспільством у цілому; демонструвати навички публічних виступів, аргументації та риторики |
| ПРН 16 | Виявляти та вирішувати проблеми, самостійно приймати обґрунтовані рішення, забезпечувати їх виконання; здійснювати планування та управління своїм часом; демонструвати ініціативність, лідерство та автономність у професійній та науковій діяльності. |
| ПРН 18 | Застосовувати критичне мислення під час аналізу соціокультурних та інших трансформаційних процесів у медіасфері, її традиційному і цифровому середовищі. |
| ПРН 19 | Застосовувати критичне мислення під час аналізу соціокультурних та інших трансформаційних процесів у медіасфері, її традиційному і цифровому середовищі. |
| ПРН 20 | Ґрунтовно володіти основними концепціями, теоріями комунікацій, знаннями з історії розвитку та сучасного стану наукових знань у галузі журналістики. |

**3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Змістовий модуль 1. *Комунікаційні технології у системі прикладної науки***

**Тема 1. Типологічна система соціально-комунікаційних технологій.** Поняття «технологія» у сучасному гуманітарному знанні. Концепти «соціальна технологія» та «соціальний інжиніринг». Сучасні концепції технології. Складові реалізації технології. Соціальні технології та їх класифікація. Ознаки та критерії соціально-комунікаційних технологій.Основні підходи до класифікації соціально-комунікаційних технологій. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за сферою розповсюдження. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за об’єктом впливу. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за типом цільової орієнтації. Класифікація соціально-комунікаційних технологій за функціональним показником.

**Змістовий модуль 2. *Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій.***

**Тема 2. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну.** Пропаганда як соціально-психологічний та комунікаційний феномен. Стратегічна мета та тактичні цілі пропаганди.Історія розвитку пропаганди та контрпропаганди як політичної діяльності. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну.Моделі пропаганди: механістична (тоталітарна), маніпулятивна (релятивістська), діалогова (демократична, конструктивна). Універсальні методи пропаганди: переконання (принципи повторення, несуперечності, первинності інформації), спрощення, замовчування, вигаданий факт, пряме і непряме коментування, двостороння аргументація, напівправда, інсинуація, інформаційне дроблення й перевантаження, інформаційно-пропагандистська індукція, семантичне маніпулювання, політичний евфемізм, дифамація.

**Змістовий модуль 3. *Інформаційно-психологічні війни як комунікаційні технології інформаційного протиборства***

**Тема 3. Інформаційно-психологічна війна як особлива форма інформаційної війни.** Мета та завдання інформаційної війни у сучасному світі. Спеціальні інформаційні операції (СІО) та акти зовнішньої інформаційної агресії (АЗА) як основні форми ведення інформаційної війни. Дезінформування як метод інформаційно-психологічного впливу (СІО та АЗА). Поняття «інфологема». Специфіка пропаганди у ході ведення «гібридних» воєн. Диверсифікація громадської думки як метод СІО та АЗА. Психологічний тиск та інформаційний тероризм у ході ведення «гібридних» воєн. Поширення чуток як метод інформаційно-психологічного впливу. Особливості впровадження та «життя» чуток у глобальних комунікаційних системах.

**Змістовий модуль 4. *Іміджмейкінг у моделюванні соціальнокомунікаційних фактів***

**Тема 4. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система.** Типологія соціальної перцепції. Перцептивне спілкування. Соціальні стереотипи й аттітюди (установки) у процесі іміджування. Соціально-психологічні феномени трансляції й сприйняття іміджу: інтуїція, хіндсайт, соціальні очікування, фундаментальна помилка атрибуції, установка, переконання, оцінка. Психологія впливу та іміджування. Соціально-психологічний інструментарій іміджування та його вплив на аудиторію.

**4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви тематичних розділів і тем | Кількість годин | | | |
| усього | у тому числі | | |
| л. | практ. | сам. роб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **Змістовий модуль 1. *Комунікаційні технології у системі прикладної науки*** | | | | |
| Тема 1. Типологічна система соціально-комунікаційних технологій | 22 | 4 | 4 | 16 |
| Разом за змістовим модулем 1 | 22 | 4 | 4 | 16 |
| **Змістовий модуль 2. *Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій*** | | | | |
| Тема 2. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну | 19 | 2 | 2 | 15 |
| Разом за змістовим модулем 2 | 19 | 2 | 2 | 15 |
| **Змістовий модуль 3. *Інформаційно-психологічні війни як комунікаційні технології інформаційного протиборства*** | | | | |
| Тема 3. Інформаційно-психологічна війна як особлива форма інформаційної війни | 22 | 4 | 4 | 16 |
| Разом за змістовим модулем 3 | 22 | 4 | 4 | 16 |
| **Змістовий модуль 4. *Іміджмейкінг у моделюванні соціальнокомунікаційних фактів*** | | | | |
| Тема 4. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система | 19 | 4 | 4 | 15 |
| Разом за змістовим модулем 4 | 19 | 4 | 4 | 15 |
| Усього годин | 90 | 14 | 14 | 62 |

**5. ТЕМИ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  теми | Назва теми | Кіл-ть  годин |
| **Змістовий модуль 1. . *Комунікаційні технології у системі прикладної науки*** | | |
| 1 | Тема 1. Типологічна система соціально-комунікаційних технологій | 4 |
|  | Разом за змістовим модулем 1 | 4 |
| **Змістовий модуль 2. *Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій в інформаційному просторі*** | | |
| 2 | Тема 2. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну | 2 |
|  | Разом за змістовим модулем 2 | 2 |
| **Змістовий модуль 3. *Інформаційно-психологічні війни як комунікаційні технології інформаційного протиборства*** | | |
| 3. | Тема 3. Інформаційно-психологічна війна як особлива форма інформаційної війни | 4 |
|  | Разом за змістовим модулем 3 | 4 |
| **Змістовий модуль 4. *Іміджмейкінг у моделюванні соціальнокомунікаційних фактів*** | | |
| 4. | Тема 4. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система | 4 |
|  | Разом за змістовим модулем 4 | 4 |
| Усього годин | | 14 |

**6. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  теми | Назва теми | Кіл-ть  годин |
| **Змістовий модуль 1. . *Комунікаційні технології у системі прикладної науки*** | | |
| 1 | Тема 1. Типологічна система соціально-комунікаційних технологій | 4 |
|  | Разом за змістовим модулем 1 | 4 |
| **Змістовий модуль 2. *Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій в інформаційному просторі*** | | |
| 2 | Тема 2. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну | 2 |
|  | Разом за змістовим модулем 2 | 2 |
| **Змістовий модуль 3. *Інформаційно-психологічні війни як комунікаційні технології інформаційного протиборства*** | | |
| 3. | Тема 3. Інформаційно-психологічна війна як особлива форма інформаційної війни | 4 |
|  | Разом за змістовим модулем 3 | 4 |
| **Змістовий модуль 4. *Іміджмейкінг у моделюванні соціальнокомунікаційних фактів*** | | |
| 4. | Тема 4. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система | 4 |
|  | Разом за змістовим модулем 4 | 4 |
| Усього годин | | 14 |

**7. САМОСТІЙНА РОБОТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  теми | Назва теми | Кіл-ть  годин |
| **Змістовий модуль 1. . *Комунікаційні технології у системі прикладної науки*** | | |
| 1 | Тема 1. Типологічна система соціально-комунікаційних технологій | 16 |
|  | Разом за змістовим модулем 1 | 16 |
| **Змістовий модуль 2. *Технології політичних комунікацій. Роль ЗМІ у здійсненні політичних комунікацій в інформаційному просторі*** | | |
| 2 | Тема 2. Особливості пропагандистських кампаній в епоху постмодерну | 15 |
|  | Разом за змістовим модулем 2 | 15 |
| **Змістовий модуль 3. *Інформаційно-психологічні війни як комунікаційні технології інформаційного протиборства*** | | |
| 3. | Тема 3. Інформаційно-психологічна війна як особлива форма інформаційної війни | 16 |
|  | Разом за змістовим модулем 3 | 16 |
| **Змістовий модуль 4. *Іміджмейкінг у моделюванні соціальнокомунікаційних фактів*** | | |
| 4. | Тема 4. Іміджмейкінг як комунікаційна технологія та система | 15 |
|  | Разом за змістовим модулем 4 | 15 |
| Усього годин | | 62 |

**8. ВИДИ КОНТРОЛЮ І СИСТЕМА НАКОПИЧЕННЯ БАЛІВ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № змістового моду  ля | Вид контролю | Кіл-ть балів |
| **ПОТОЧНИЙ** | | |
| 1 | *Аналітичний кейс*: Опис методології ідентифікації використання комунікаційних технологій у мас-медійній діяльності (*max 5 балів*) | 5 |
| *Самостійна робота 1*. Збір актуальних соціальнокомунікаційних фактів (*max 5 балів*) | 5 |
| 2 | *Аналітичний кейс*: Збір та паспортизація матеріалу щодо залучення новітніх комунікаційних технологій у реалізації масовоінформаційної кампанії (*max 10 балів*) | 10 |
| *Самостійна робота*: Підготовка матеріалу із залученням новітніх комунікаційних технологій для реалізації певної масовоінформаційної кампанії (*max 10 балів*) | 10 |
| 3 | *Аналітичний кейс:* Добір фактичної бази щодо стандартів та законодавчих норм участі мас-медіа у політичних процесах, зокрема, виборах *(max 5 балів)* | 5 |
| *Самостійна робота:* Підготовка концепції виборчої кампанії (*max 5 балів*) | 5 |
| 4 | *Аналітичний кейс:* Дослідження конкретного мультигалузевого проєкту щодо позиціонування, просування іміджу конкретного політичного / публічного суб’єкта(*max 10 балів*) | 10 |
| *Самостійна робота:* Розробкамультигалузевого проєкту щодо позиціонування, просування іміджу конкретного політичного / публічного суб’єкта (*max 10 балів*) | 10 |
|  | *Загалом за поточним контролем* | 60 |
| **ПІДСУМКОВИЙ** | | |
|  | Залік, у т.ч. | 40 |
| *Тестування у системі Moodle* | 10 |
| *Підготовка тексту доповіді на наукову конференцію за тематикою курсу* | 30 |
| Разом: | | 100 |

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***За шкалою***  *ECTS* | *За шкалою*  **університету** | * + 1. ***За національною шкалою*** |
| A | 90 – 100  (відмінно) | * + - 1. 5 (відмінно) |
| B | 85 – 89  (дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84  (добре) |
| D | 70 – 74  (задовільно) | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69  (достатньо) |
| FX | 35 – 59  (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) |
| F | 1 – 34  (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

**Модулі 1-4**

1. Бондаренко І. С. Іміджелогія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії: монографія. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).
2. Бондаренко І. Соціальнокомунікаційні техніки та ресурси у війнах нового покоління. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. № 3 (27). С. 13-18.
3. Бондаренко І. Трансдисциплінарність у дослідженнях соціальнокомунікаційних технологій. *Українське журналістикознавство* : науковий журнал / голова редкол., гол. ред. В.В. Різун ; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. 2016. Вип. 17. 57 с. С. 13-18.
4. Бондаренко І. Постнекласичні практики інтерпретації соціально-комунікаційної системи. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 1 (29). С. 9-13.
5. Бондаренко І. Теорія соціоінженерного розвитку у контексті аналізу комунікаційних технологій. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 2 (30). С. 9-15.
6. Бондаренко І. Концептуальне моделювання суспільних систем у соціоінженерних та культурно-історичних практиках. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 3 (31). С. 9-16.
7. Бондаренко І. Перші методологічні моделі соціального інжинірингу та їх комунікаційні стратегії. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 4 (32). С. 4-11.
8. Бондаренко І. Концептуалізація поняття “соціальний інжиніринг” в індустріальних парадигмах та мас-медійних практиках. *Діалог: Медіа студії*. 2017. № 23. С. 17-36. DOI: https://doi.org/10.18524/2308-3255.2017.23.137290
9. Бондаренко І “Totalitarian language” as a communication technique for construction of pseudo reality (based on the regional press of the 20-40s of 20th century. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2017. Випуск 42. С. 102–110
10. Бондаренко І. Концептуалізація поняття «соціальний інжиніринг» у філософії К. Поппера. *Поліграфія і видавнича справа*. 2017. № 2 (74). С. 115-127.
11. Бондаренко І. Індустріальні й комунікаційні парадигми соціальної інженерії: історія української школи наукової організації праці. Поліграфія і видавнича справа. 2018. № 2 (74). С. 108-118.
12. Бондаренко І. Концепт “human engineering” в американській філософській традиції та соціоінженерній практиці: трансдисциплінарна теорія А. Коржибського. Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2018. № 1 (33). С. 119-123.
13. Бондаренко І. Фордизм як унікальна модель соціального інжинірингу: комунікаційно-технологічний підхід. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2018. № 2 (34). С. 85-92.
14. Бондаренко І. Сучасні філософські концепції технології у контексті цивілізаційної динаміки. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 3 (35). С. 86-94.
15. Бондаренко І. Репрезентація технології у критичній теорії представників Франкфуртської школи: технофілософська концепція Ю. Габермаса. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2018. № 4 (36). С. 83-91.
16. Бондаренко І. Поняття «соціальна технологія» та «соціальний інжиніринг»: проблеми концептуалізації й операціоналізації термінів. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2019. № 1 (37). С. 66-72.
17. Бондаренко І. Дисциплінарні матриці інтерпретації поняття “соціальна технологія”: історія світового досвіду. *Держава і регіони .Серія:Соціальні комунікації.* 2019. № 2 (38). С. 64-71.
18. Бондаренко І. Технології агітації й пропаганди як комунікаційні платформи радикального соціального інжинірингу: український досвід 20-х рр. ХХ ст. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2019. № 3 (39).С. 84-92.
19. Бондаренко І. Проєкт “нова людина” в українській історії соціальної інженерії: комунікаційні виміри. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2020. № 1 (40).С. 101-107.
20. Бондаренко І. Концепт “реконструкція” як символічний маркер радикального соціального інжинірингу. *Держава і регіони .Серія:Соціальні комунікації*. 2020. № 2 (41).С. 116-122.
21. Бондаренко І. До проблеми формування методологічних орієнтирів науки про соціальні комунікації. *Держава і регіони .Серія: Соціальні комунікації.* 2020. № 3 (42).С. 89-93.
22. Бондаренко І. Прикладні комунікаційні технології у фокусі методології соціального інжинірингу. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації.* 2020. Том 31 (70). № 3. Частина 3. С. 199-205.
23. Лук’янець В. С. NBICS-технологічна цивілізація: обрії майбутнього. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Гуманітарні студії.* 2014. Вип. 203(1). С. 74-80.
24. Бугрим В. Іміджологія/іміджмейкінг. Київ : ВПЦ “Київський університет”, 2013. 255 с.
25. Гуляєв О. В. Спін-операції як специфічна форма інформаційного впливу в сучасному політичному процесі. *Гілея*: науковий вісник. Збірник наукових праць. Київ : ВІР УАН. 2011. Вип. 44. С. 548-553.
26. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. Kиїв : Вид. дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. 206 c.
27. Кіслов Д. В. Інформаційні війни: монографія. Київ : Віпол, 2013. 300 с.
28. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. Москва : Прогрес-Академия, 1996. 423 с.
29. Основи соціальної психології: навчальний посібник / Акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології АПН України; ред.   
    М. М. Слюсаревський. Київ : Міленіум, 2008. 495 с.
30. Петрик В. М., Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. Київ : Наук-вид. відділ НА СБ України, 2010. 248 с.
31. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXІ століття. Київ : Видавничий дім “КМА”, 2017. 260 с.
32. Почепцов Г. Г. Комунікативний інжиніринг: теорія і практика: навч. посіб. Київ : Альтпрес, 2008. 408 с.
33. Почепцов Г. Г. Спин-доктор и его работа: нетрадиционные методы управления информационным пространством. URL : http://www.telekritika.ua/lyudi/2001-11-30/1945.
34. Родс Э. Пропаганда. Плакаты, карикатуры и кинофильмы Второй мировой войны 1939-1945. Москва : Эксмо, 2008. 312 с.
35. Сенченко М. І. Четверта світова інформаційно-психологічна війна. Київ : МАУП, 2006. 64 с.
36. Соціальні технології: заради чого? яким чином? з яким результатом?: монографія / колектив авторів, наук. ред. В. І. Подшивалкіна. Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2014. 546 с.
37. Стоцький В. В. Комунікативні технології у політичному дискурсі ЗМІ в Україні: автореф. дис. … канд. політ. : 23.00.02. Одеса, 2010. 20 с.
38. Суїменко Є. І. Соціальна інженерія. Експериментальний курс лекцій: навч. посіб. Київ : Ін-т соціології НАН України, 2011. 224 с.
39. Сурмин Ю. П. Теория социальных технологий: учеб. пособие. Киев : МАУП, 2004. 608 с.
40. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій: навч. посіб.; В. М. Петрик [та ін.]. Київ : Росава, 2006. 208 c.
41. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ : “Центр учбової літератури”, 2013. 213 с.
42. Шведа Ю. Р. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії: навч.-метод. посіб. Київ : Знання, 2012. 373 с.
43. Яковлєва Н. І. Пропаганда як складова політичної комунікації: автореф. дис. … канд. політ. : 23.00.02. Київ, 2010. 20 с.
44. Gaber I. Government by spin: An analysis of the process. *Media, Culture and Society*. 2000. 22(4). Рр. 507-518.
45. Ewart J. Social Technologies and Collective Intelligence: Monograph. Vilnius : Mykolas Romeris University, 2015. 628 p.
46. Marx L. Technology The Emergence of a Hazardous Concept. *Technology and Culture*. 2010. Vol. 51. N. 3. Рp. 561-577. DOI : 10.1353/tech.2010.0009.
47. Mitcham С. Thinking through Technology: The Path between Engineering and Philosophy. University Of Chicago Press, 1994. URL : <http://lib1.org/_ads/D2224107CBAB9F69FE32E52F1EECDB75>.
48. Tamošiūnaitė R. Socialinių technologijų taikymo galimybės gyventojų dalyvavimui viešojo valdymo sprendimų priėmimo procesuose: daktaro disertacija. Vilnius, Lituania: Mykolas Romeris University, 2018. 222 р.
49. Tamošiūnaitė R., Skaržauskaitė М. Theoretical Insights for Developing the Concept of Social Technologies. *Social Тechnologies*. 2012/ 2(2). Рp. 263-272. URL : https://www3.mruni.eu/ojs/social-technologies/article/view/198/189.
50. Valentini C. Spin Doctoring. *The International Encyclopedia of Political Communication*. 2016. Рр. 1-5. DOI :10.1002/9781118541555.wbiepc035.
51. Wieckowski, A. T., White, S. W. Application of technology to social communication impairment in childhood and adolescence. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*. 2017. Vol. 74. Рр. 98-114. DOI :10.1016/j.neubiorev.2016.12.030.

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Детектор Медіа. URL : <https://detector.media/>
2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL : <https://nbuv.gov.ua>
3. Бібліотека українських підручників. URL: <http://pidruchniki.ws>.
4. Oxford Reference Online [Інтернет-ресурс] : Електронні версії словників, довідників та енциклопедій видавництва Oxford University Press. Розділ: гуманітарні і соціальні науки: класика, історія та археологія, міфологія і фольклор, релігія і філософія.