Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Директора НІІ соціології
та медіакомунікацій
Олена МУРАДЯН



«31» серпня 2026 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Соціокультурні ризики інтернет-комунікацій»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський) рівень вищої освіти

галузь знань_____ С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»_____

спеціальність_____С5 – Соціологія_____

освітня програма_____Цифровий соціум_____

спеціалізація_____

вид дисципліни _____обов'язкова_____

факультет_____соціологічний_____

2026/2027 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою ННІ соціології та медіакомунікацій ХНУ імені В.Н. Каразіна

Протокол від «26» серпня 2026 року № 1.

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Субота Марина Миколаївна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій ННІ соціології та медіакомунікацій ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від «26» серпня 2026 року № 1.

Завідувачка кафедри
прикладної соціології
та соціальних комунікацій

Ірина СОЛДАТЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми «Цифровий соціум»

Гарант освітньої програми Лариса ХИЖНЯК
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією ННІ соціології та медіакомунікацій ХНУ імені В.Н. Каразіна
Протокол від «26» серпня 2026 року № 1.

Голова науково-методична комісія соціологічного факультету

(Юлія СОРОКА)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Соціокультурні ризики інтернет-комунікацій» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Цифровий соціум» соціологічного факультету спеціальності С5 Соціологія.

Інтернет-комунікації, окрім очевидних переваг, мають й соціокультурні ризики, що впливають на суспільні процеси та інститути. З одного боку, інтернет-комунікації впливають на різноманітні соціальні практики, розширюють можливості для маркетингової діяльності, реклами, зв'язків з громадськістю, брендингу, впливаючи на охоплення цільової аудиторії і досягнення рекламних та PR-цілей, надають нові можливості для позиціонування, просування та популяризації людей та ідей, відкривають простір для використання креативних технологій. З іншого боку, інтернет-комунікації створюють низку соціокультурних ризиків, які необхідно враховувати у діяльності.

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування розуміння практичної складової соціокультурних ризиків інтернет-комунікацій в умовах цифрового соціуму для розуміння алгоритмів врахування та роботи з ними в маркетинговій, рекламній та PR-діяльності, (само)презентації та просування товарів і послуг, особистостей чи ідей.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:
- досягнення розуміння студентами соціокультурних ризиків інтернет-комунікацій;
- досягнення розуміння типології ризиків (маніпуляціїй «токсичності», порушення приватності, мови ворожнечі, психологічних ефектів і поляризації, радикалізації, координованої неавтентичної поведінки тощо).
- ознайомлення з технологіями та методами визначення та аналізу соціокультурних ризиків в рекламній та PR-діяльності, в онлайн-комунікацій брендів і інституцій;
- формування базових навичок планування превенції та реагування на соціокультурні ризикі в інтернет комунікації: політики, протоколи, інструменти моніторингу;
- формування навичок інтеграції етичних стандартів (приватність, інклюзія, прозорість реклами) у PR/рекламу/маркетинг в цифрову епоху.

1.3. Кількість кредитів - 4.

1.4. Загальна кількість годин - 120 д.в.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова / за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
16 год.	4 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	4 год.

Лабораторні заняття	
Самостійна робота	
88 год.	112 год.
Індивідуальні завдання	

1.6. Перелік компетентностей, що формує дана дисципліна

Загальні компетентності:

ЗК 3. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
ЗК 4. Здатність працювати в міжнародному контексті.
ЗК 6. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
ЗК 7. Здатність розробляти соціальні проєкти на різних рівнях з використанням методології дослідження сучасних комунікативних просторів у міждисциплінарному дискурсі.

Фахові компетентності:

ФК 1. Здатність аналізувати соціальні явища і процеси.
ФК 2. Здатність виявляти, діагностувати та інтерпретувати соціальні проблеми українського суспільства та світової спільноти.
ФК 5. Здатність обговорювати результати соціологічних досліджень та проєктів українською та іноземною мовами.
ФК 6. Здатність дотримуватися у своїй діяльності норм професійної етики соціолога та керуватися загальнолюдськими цінностями.
ФК 9. Здатність до пошуково-дослідної роботи в межах реалізації соціальних проєктів з використанням методології дослідження сучасних комунікативних просторів.

1.7. Перелік результатів навчання, що формує ця дисципліна

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Аналізувати соціальні явища і процеси, використовуючи емпіричні дані та сучасні концепції і теорії соціології.
ПРН 2. Здійснювати діагностику та інтерпретацію соціальних проблем українського суспільства та світової спільноти, причини їхнього виникнення та наслідки.
ПРН 6. Вільно спілкуватись усно і письмово українською мовою та однією з іноземних мов при обговоренні професійних питань, досліджень та інновацій у сфері соціології та суміжних наук у тому числі в контексті співпраці з європейськими та євроатлантичними інституціями.
ПРН 9. Планувати і виконувати наукові дослідження у сфері соціології, аналізувати результати, обґрунтовувати висновки.
ПРН 10. Володіти навичками аналізу та прогнозування векторів розвитку цифрового простору та формування відповідних тенденцій на міжнародному й національному рівні та на рівні територіальних громад.
ПРН 11. Планувати і виконувати соціологічні дослідження та брати участь у реалізації проєктів, що сприяють розвитку територіальних громад і спрямовані на удосконалення діяльності органів влади та управління різних рівнів, місцевого самоврядування.

1.8. Пререквізити. Перелік дисциплін, що передують вивченню цієї дисципліни:
«Соціологія масової комунікації», «Маніпулятивні технології в соціальних комунікаціях», «Соціологія інтернету»

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Вступ до курсу: ризики комунікацій цифрового соціуму.
Понятійний апарат курсу.
Інтернет-комунікації та соціальні медіа, які змінили світ. Соціокультурні та практичні наслідки виникнення та розвитку інтернет-комунікацій та соціальних медіа для суспільства, бізнесу, міжособистого спілкування та особистості. Феномен цифрового аутизму.
Інтернет та соціальні медіа як простір реалізації мрій та загроз – від мрії про пряму, електронну демократію до цифрового абсентеїзму, від мрії про необмежаний та безперешкодний доступ до знань/інфмації до феномену втоми від інформації, та дезінформвції; від мрії про безпечний, комфортний, віртуальний простір до фунціонування інтернету як простору анонімного хейту, тролінгу, кібербулінгу тощо.
Визначення впливовості в умовах цифрового соціуму – боротьба за увагу в умовах економіки уваги, медіаприсутність за будь-яких умов та війна лайків.
Архітектура платформ – алгоритми ранжування, модерація, прозорість

Тема 2. Приватність, публічність, нагляд і відстежування: можливості та загрози інтернет-комунікацій
Публічність та приватність в епоху інтернет-комунікацій та соціальних медіа – можливості та загрози. Анонімність та приватність у соціальних медіа – різниця та визначення. Вплив анонімності на комунікації в інтернеті та соціальних медіа.
Приватність і нагляд – трекінг, профілювання, dark patterns; кібербезпека користувача; персональні данні; цифровий слід.
Приватність і дані: принципи законної обробки (GDPR у загальних рисах), прозорість збору даних, cookie-практики.
Координована неавтентична поведінка в мережі. Боти та тролі в інтернет-комунікаціях: алгоритм визначення та класифікація.
Протидія ботам та тролям у соціальних мережах, алгоритми ефективної поведінки.
Хейт, флейм, тролінг: визначення та алгоритми ефективних дій.
Кібербулінг: діагностика, реагування, протидія.

Тема 3. Розбудова та загрози репутації в умовах цифрового соціуму
Інструменти/технології управління репутацією в мережі, в умовах цифрового соціуму. Феномен цифрової візитівки. Сутність SERM (Search Engine Reputation Management (управління репутацією в пошукових системах)). Робота з відгуками (етично: відповіді, верифікація, заохочення реальних відгуків). Дотримуватися етики й політик платформ.
Регуляторні рамки для платформ**:** огляд DSA (системні ризики, прозорість реклами), політики основних соцмереж; наслідки для PR.
Негативні кіберкампанії проти людей та брендів: діагностика, реагування, протидія. Фейк та дезінформація: спільне та відмінне. Дипфейки та засоби боротьби з ними.

Тема 4. Етика та етикет в інтернет-комунікаціях як нова норма.
Особливості онлайн-етикету. Сучасні тенденції digital-етикету. Функції digital-етикету. Цифрова етика. Основні види та характеристики цифрової етики. Принципи використання цифрового етикету.
Етика реклами та таргетингу**:** microtargeting, dark patterns, інклюзивність і недискримінація в креативах.
Інфлюенсери та економіка уваги: ризики співпраці, фейкові аудиторії, disclosure/позначення реклами, репутаційні кейси

Тема 5. Маніпулятивні та негативні технології в інтернет-комунікаціях та соціальних медіа.
Дезінформація, пропаганда, ІПсО – наративи, меметика, «вірусність»; кейси російсько-української війни. Вплив на громадську думку і репутацію.

Тема 6. «Синтетичні медіа» та ШІ.
Deepfakes, ботогенерація контенту, водяні знаки/детекція, етика використання ШІ.
Координована неавтентична поведінка (CIB) – боти/тролі/ мережеві патерни; базові OSINT-процедури.
Мова ворожнечі, харасмент і «токсичність» – соціокультурні наслідки, інструменти модерації.

Тема 7. Хайп та резонансні технології як інструменти просування особистостей, ідей, бренду.
Хайп як маніпулятивна технологія: визначення, ознаки, сценарії створення, застереження та наслідки використання.
«Вірусний» контент в інтернет-комунікаціях та соціальних медіа: визначення та сценарії створення.
Міжкультурні та чутливі теми: війна, гендер/етнічність, травматичний контент; етична рамка для кампаній. Соціальний вплив і відповідальність брендів.

Тема 8. Медіаграмотність та інформаційна гігієна як можливості протидії соціокультурним ризикам в інтернет-комунікаціях.
Сутність медіаграмотності та інформаційної гігієни у цифрову епоху. Можливості медіаграмотності, ключові принципи та функції. Критичне мислення як складова медіаграмотності.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Вступ до курсу: ризики комунікацій цифрового соціуму	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Тема 2. Приватність, публічність, нагляд і відстежування: можливості та загрози інтернет-комунікацій	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Тема 3. Розбудова та загрози репутації в умовах	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14

цифрового соціуму												
Тема 4. Етика та етикет в інтернет-комунікаціях як нова норма.	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Тема 5. Маніпулятивні та негативні технології в інтернет-комунікаціях та соціальних медіа	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Тема 6. «Синтетичні медіа» та ШІ.	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Тема 7. Хайп та резонансні технології як інструменти просування особистостей, ідей, бренду	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Тема 8. Медіаграмотність та інформаційна гігієна як можливості протидії соціокультурним ризикам в інтернет-комунікаціях	15	2	2			11	15	0.5	0.5			14
Усього годин	120	16	16			88	120	4	4			112

4. Теми семінарських занять

Назва теми	Кількість Годин д.в.	Кількість Годин з.в.
Тема 1. Вступ до курсу: ризики комунікацій цифрового соціуму	2	0.5
Тема 2. Приватність, публічність, нагляд і відстежування: можливості та загрози інтернет-комунікацій	2	0.5
Тема 3. Розбудова та загрози репутації в умовах цифрового соціуму	2	0.5
Тема 4. Етика та етикет в інтернет-комунікаціях як нова норма.	2	0.5
Тема 5. Маніпулятивні та негативні технології в інтернет-комунікаціях та соціальних медіа	2	0.5
Тема 6. «Синтетичні медіа» та ШІ.	2	0.5
Тема 7. Хайп та резонансні технології як інструменти просування особистостей, ідей, бренду	2	0.5
Тема 8. Медіаграмотність та інформаційна гігієна як можливості протидії соціокультурним ризикам в інтернет-комунікаціях	2	0.5
Разом	**16**	**4**

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин д.в.	Кількість годин з.в.
1	Розробити матрицю ризиків інтернет-комунікацій в окремій сфері життєдіяльності.	11	14
2	Зробити SWOT-аналіз інтернет-комунікацій в освітньому середовищі.	11	14
3	Описати репутаційні ризики бренду, представленого в онлайн-середовищі.	11	14
4	Реферування одного на вибір із запропонованих джерел до курсу.	11	14
5	Приклади маніпулятивних технологій інтернет-комунікацій.	11	14
6	Описати ключові принципи digital-етикету.	11	14
7	Написати есе на тему: «Які правила інформаційної гігієни використовую я?»	11	14
8	Приклади цифрової пропаганди.	11	14
	Разом	**88**	**112**

6. Індивідуальні завдання.

-

7. Методи навчання

Під час викладання дисципліни використовуються:

- вступні, оглядові, проблемні лекції в режимі відеоконференцій за допомогою сервісу Zoom;
- інформаційний та методичний супровід за допомогою створеного для навчальної дисципліни класу на платформі Moodle та оперативного оповіщення та спілкування в спеціально створеному Telegram- чи WhatsApp каналі;
- для підготовки до семінарських занять та самостійної роботи рекомендується до ознайомлення фахова література з рекомендованого переліку та посилання на інформаційні ресурси в інтернеті, відеоматеріали та інше методичне забезпечення;
- для підготовки до семінарських занять студентам надається індивідуальне чи групове завдання, переважно проблемного чи творчого змісту, для опрацювання та підготовки виступу з медіапрезентацією;
- під час семінарських занять заплановані виступи з презентацією щодо заздалегідь визначених індивідуальних чи групових завдань, переважно проблемного чи творчого змісту, передбачені групові дискусії, виконання практичних завдань за змістом навчальної дисципліни.

8. Методи контролю

Семінарські заняття, контрольна робота, іспит (проєкт)

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань.

За виконання різних видів завдань протягом семестру студенти набирають певну суму балів, яка дозволяє (або не дозволяє) скласти іспит.

Поточний контроль – письмові та усні опитування на лекціях та семінарських заняттях за контрольними та програмними питаннями поточної та попередніх тем; оцінювання ступеню активності студентів та якості їхніх виступів та коментарів під час проведення лекцій в проблемному форматі, виконання практичних завдань та проектів на семінарських заняттях та в межах самостійної роботи за узгодженими завданнями. Самостійна практична робота передбачає виконання письмових робіт (аналітичних матеріалів, реферувань джерел з переліку літератури, практичних завдань тощо), що подаються на оцінювання.

Підсумковий контроль – іспит у письмовому вигляді.

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота								Контрольна робота	Разом	Іспит	Сума
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8				
5	5	5	5	5	5	5	5	20	60	40	100

Мінімальна сума балів для допуску до екзамену – 10 балів

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Використання технологій штучного інтелекту

Під час вивчення навчальної дисципліни «Соціокультурні ризики інтернет-комунікацій» використання технологій штучного інтелекту (ШІ) здійснюється відповідно до Політики використання технологій штучного інтелекту Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

У межах дисципліни застосовуються такі моделі використання ШІ:

1. Модель «ШІ заборонено».

Використання технологій штучного інтелекту не допускається під час виконання контрольних заходів, спрямованих на перевірку індивідуальних знань, аналітичних умінь і сформованості компетентностей здобувача освіти, зокрема під час усного опитування, контрольної роботи та екзамену, якщо інше окремо не визначено викладачем.

2. Модель «ШІ як асистент».

Під час підготовки до семінарських занять, виконання завдань для самостійної роботи, аналітичних оглядів, есе та інших письмових робіт дозволяється використання ШІ для пошуку і систематизації інформації, добору та первинного опрацювання наукових джерел, пояснення складних понять, генерації ідей та прикладів, формування попереднього плану роботи, удосконалення структури тексту, перевірки граматики і стилю.

З огляду на тематику дисципліни ШІ також може використовуватися для попереднього аналізу прикладів інтернет-комунікацій, виявлення можливих маніпулятивних прийомів, ознак дезінформації, токсичної комунікації, репутаційних і приватнісних ризиків, а також для порівняння різних способів інтерпретації цифрового контенту.

Фінальний текст роботи, висновки, оцінка ризиків, аргументація, інтерпретація матеріалів і запропоновані рішення мають бути самостійно підготовлені здобувачем освіти. Інформація та висновки, отримані за допомогою ШІ, потребують обов'язкової перевірки за надійними джерелами.

3. Модель «ШІ як інструмент».

Для окремих практичних, проєктних або дослідницьких завдань використання технологій штучного інтелекту може бути складовою навчальної роботи. Зокрема, генеративні моделі ШІ можуть застосовуватися для аналізу цифрового контенту, порівняння відповідей і результатів роботи різних моделей, виявлення можливих маніпулятивних, дискримінаційних або дезінформаційних елементів у згенерованому контенті, моделювання комунікативних ситуацій, створення прикладів повідомлень, схем і візуалізацій, а також для експериментального дослідження можливостей і соціокультурних ризиків використання сучасних інструментів ШІ.

Усі результати, отримані за допомогою ШІ, підлягають критичному аналізу, перевірці та доопрацюванню здобувачем освіти. Особлива увага приділяється можливим фактичним помилкам, упередженням, стереотипам, маніпулятивним формулюванням, порушенням приватності та іншим соціокультурним ризикам, пов'язаним із використанням генеративного ШІ.

Декларування використання ШІ.

У разі використання технологій штучного інтелекту під час виконання навчального завдання здобувач освіти зобов'язаний зазначити назву сервісу або моделі ШІ, дату використання та характер отриманої допомоги, наприклад: пошук і систематизація інформації, генерація ідей, аналіз цифрового контенту, формування структури роботи, редагування тексту, створення прикладів або візуалізацій.

За вимогою викладача здобувач освіти повинен надати використані запити (prompts) або пояснити спосіб застосування інструментів ШІ.

Недекларованe використання технологій штучного інтелекту або подання згенерованого ШІ матеріалу як власного результату навчальної діяльності розглядається як порушення принципів академічної доброчесності відповідно до внутрішніх нормативних документів Університету.

Критерії оцінювання поточного контролю

Високий рівень 5 балів	Відповідь студента характеризується повним, глибоким та змістовним знанням теоретичного та практичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями дисципліни, що вивчається. Він систематично активно бере участь в обговоренні кожної теми, що вивчається (як на лекційному, так і на семінарському заняттях), його відповіді характеризуються творчим креативним підходом.
Середній рівень 3 – 4 бали	Відповідь студента характеризується повним і змістовним знанням теоретичного матеріалу з теми, вільним володінням термінами та поняттями. Але він недостатньо активно бере участь в ході обговорення практичного матеріалу, допускає у висловлюваннях деякі несуттєві неточності, його відповіді не характеризуються творчим креативним підходом.
Низький рівень 1 – 2 бали	Відповідь студента характеризується слабким і невпевненим знанням як теоретичного, так практичного

	матеріалу. Він допускає багато помилок у відповідях на конкретні питання та недостатньо бере участь в обговоренні матеріалу, що вивчається.
Незадовільний рівень 0 балів	У студента дуже слабкий рівень знання теоретичного матеріалу; не приймає участі в обговоренні теоретичного та практичного матеріалу, що вивчається; допускає змістовні помилки у відповідях на конкретні питання викладача.

Критерії оцінювання контрольної роботи

Відповідь повна, змістовна, з однією незначною помилкою.	15 – 20 балів
Відповідь повна, але з двома - трьома незначними помилками.	10 – 14 балів
Відповідь не досить повна та (або) із суттєвими помилками.	5 − 9 балів
Відповідь не досить повна, містить суттєві змістовні та фактажні помилки.	1 – 4 бали
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає суті запитання.	0 балів

Критерії оцінювання письмових робіт (есе, реферат, доповідь)

Робота повністю відповідає зазначеному змісту, самостійна, оригінальна, структурована	5 балів
Робота повна, достатньо структурована, є деякі зауваження до змісту	3 − 4 балів
Робота не досить повна, містить суттєві змістовні та фактажні помилки, несамостійна	1 – 2 бали
Робота виконано погано, недоброчесно, слабко відповідає обраній тематиці	0 балів

Критерії оцінювання іспиту

Відповіді повні, змістовні, з однією незначною помилкою	35 – 40 балів
Відповіді повні, але з двома - трьома незначними помилками	30 – 34 балів
Відповіді не досить повні та (або) із суттєвими помилками	15 − 29 бали
Відповіді не досить повні, містять суттєві змістовні та фактажні помилки	1 – 14 бали
Відповіді майже відсутні та (або) не відповідають суті запитання	0 балів

Шкала оцінювання результатів навчання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70 – 89	добре
50 – 69	задовільно

1– 49	незадовільно

10. Рекомендована література

1. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Фішинг. Хто і як маніпулює вашим вибором / пер. з англ. О. Герасимчука. Київ : Наш формат, 2017. 272 с.
2. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу / пер. з англ. Київ : Наш формат, 2015. 232 с.
3. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
4. Сінгер П. В., Брукінг Е. Т. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж / пер. з англ. Я. Лебеденка. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2019. 416 с.
5. Scheinbaum A. C. (ed.). The Darker Side of Social Media: Consumer Psychology and Mental Health. 2nd ed. New York : Routledge, 2024. 240 p.
6. Lupton D. Risk. 3rd ed. London ; New York : Routledge, 2023. 238 p.
7. Roozenbeek J., van der Linden S. The Psychology of Misinformation. Cambridge : Cambridge University Press, 2024. 182 p.
8. Persily N., Tucker J. A. (eds.). Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform. Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 364 p. URL: https://doi.org/10.1017/9781108890960
9. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Strasbourg : Council of Europe, 2017. 109 p. URL: https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html
10. Ireton C., Posetti J. (eds.). Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Paris : UNESCO, 2018. 128 p. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552

Допоміжна література

1. Бернерс-Лі Т., Фічетті М. Заснування Павутини: з чого починалася і до чого прийде Всесвітня мережа / пер. з англ. А. Іщенка. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 208 с.
2. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців**.** Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
3. О’Ніл К. BIG DATA. Зброя математичного знищення. Як великі дані збільшують нерівність і загрожують демократії / пер. з англ. О. Калініної. Київ : BookChef : Форс Україна, 2020. 334, [1] с.
4. Почепцов Г. Г. Пропаганда 2.0**.** Харків : Фоліо, 2018. 791, [1] с.
5. Біденко С., Золотаревич І. Репутаційний антистрес: інструктор для власників і топ-менеджерів бізнесу**.** Київ : Yakaboo Publishing, 2021. 221 с.
6. Томпсон Д. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу / пер. з англ. Д. Антонюка, Н. Палій. Київ : Yakaboo Publishing, 2018. 432 с.
7. Lindstrom M. Brandwashed: Tricks Companies Use to Manipulate Our Minds and Persuade Us to Buy**.** New York : Crown Business, 2011. 304 p.
8. OECD**.** Facts not Fakes: Tackling Disinformation, Strengthening Information Integrity. Paris : OECD Publishing, 2024. 141 p. URL: https://doi.org/10.1787/d909ff7a-en

9. UNESCO. Guidelines for the Governance of Digital Platforms: Safeguarding Freedom of Expression and Access to Information through a Multi-Stakeholder Approach. Paris : UNESCO, 2023. 58 p. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387339
10. Council of Europe. Combating Hate Speech: Recommendation CM/Rec(2022)16 and Explanatory Memorandum**.** Strasbourg : Council of Europe, 2022. 49 p. URL: https://edoc.coe.int/en/racism/11119-combating-hate-speech-recommendation-cmrec202216-and-explanatory-memorandum.html
11. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**.** Strasbourg : Council of Europe, 2017. 109 p. URL: https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html
12. Ireton C., Posetti J. (eds**.).** Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training**.** Paris : UNESCO, 2018. 128 p. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552

12. Посиланная на інформаційні ресурси в інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. Відеолекція Kevin Allocca. *Why Videos Go Viral*. TED. URL: https://www.ted.com/talks/kevin_allocca_why_videos_go_viral
2. Відеолекція Jennifer Golbeck. *Your Social Media "Likes" Expose More Than You Think*. TED. URL: https://www.ted.com/talks/jennifer_golbeck_the_curly_fry_conundrum_why_social_media_likes_say_more_than_you_might_think
3. Відеолекція Alexis Ohanian. *How to Make a Splash in Social Media*. TED. URL: https://www.ted.com/talks/alexis_ohanian_how_to_make_a_splash_in_social_media
4. Дистанційний курс Prometheus «Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям?». URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/resisting-media-manipulation/
5. Дистанційний курс Prometheus «Інформаційні війни» / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. URL: https://prometheus.org.ua/course/course-v1:KNU+102+2015_T2
6. Дистанційний курс Prometheus «OSINT – розвідка з відкритих джерел та інформаційна безпека». URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/osint-open-source-intelligence/
7. «Детектор медіа» – українське інтернет-видання про медіа та інформаційний простір. URL: https://detector.media/
8. «Детектор медіа». Моніторинг медіа та інформаційного простору. URL: https://detector.media/category/monitoring/
9. Онлайн-курс «Новинна грамотність» / MediaSapiens, «Детектор медіа». URL: https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22
10. StopFake – український фактчекінговий та аналітичний ресурс з протидії дезінформації й пропаганді. URL: https://www.stopfake.org/uk/
11. TEXTY.org.ua – українське суспільно-політичне та аналітичне видання, журналістика даних, дослідження дезінформації. URL: https://texty.org.ua/
12. Інститут масової інформації (IMI) – моніторинг медіа, дослідження інформаційного простору та свободи слова. URL: https://imi.org.ua/
13. «Вокс Україна». Дослідження та аналітика. URL: https://voxukraine.org/doslidzhennya
14. VoxCheck – фактчекінговий проєкт «Вокс Україна», моніторинг дезінформації, маніпуляцій та російської пропаганди. URL: https://voxukraine.org/voxcheck
15. Академія української преси – дослідження, моніторинги та освітні матеріали з медіаграмотності. URL: https://www.aup.com.ua/
16. Uchoose / «Обираєш ТИ!» – проєкт Українського кризового медіацентру з медіагігієни, критичного мислення та протидії маніпуляціям. URL: https://uchoose.uacrisis.org/

17. «Перевірка» / Ґвара Медіа – фактчекінгові матеріали та інструменти перевірки інформації. URL: https://gwaramedia.com/factcheck/
18. PolitiFact – незалежний американський фактчекінговий ресурс. URL: https://www.politifact.com/truth-o-meter/
19. The Washington Post. *Fact Checker*. URL: https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/
20. Climate Feedback / Science Feedback – перевірка достовірності інформації про клімат і наукові питання. URL: https://science.feedback.org/climate-feedback/
21. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки – антифейк, аналітика, дослідження, моніторинг російської пропаганди та інформаційних операцій. URL: https://spravdi.org/
22. «По той бік новин» – фактчекінг, медіаграмотність, аналіз фейків і маніпуляцій. URL: https://behindthenews.ua/
23. EUvsDisinfo – база кейсів прокремлівської дезінформації Європейської служби зовнішніх дій (EEAS). URL: https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/
24. European Digital Media Observatory (EDMO) – європейська мережа дослідників, фактчекерів і експертів із медіаграмотності та протидії дезінформації. URL: https://edmo.eu/
25. Google Fact Check Explorer – пошук опублікованих фактчеків за ключовими словами та зображеннями. URL: https://toolbox.google.com/factcheck/explorer/
26. European Commission. Digital Services Act – офіційний інформаційний ресурс щодо регулювання цифрових платформ у ЄС. URL: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act
27. European Commission. DSA Transparency Database – відкриті дані про рішення онлайн-платформ щодо модерації контенту. URL: https://transparency.dsa.ec.europa.eu/
28. UNESCO. Media and Information Literacy – матеріали з медіа- та інформаційної грамотності, зокрема щодо викликів генеративного ШІ. URL: https://www.unesco.org/en/media-information-literacy
29. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського –електронні інформаційні та наукові ресурси. URL: https://www.nbuv.gov.ua/
30. Google Scholar – пошукова система наукової літератури. URL: https://scholar.google.com/
31. ResearchGate – академічна мережа та ресурс для пошуку наукових публікацій. URL: https://www.researchgate.net/
32. Academia.edu – академічна мережа для пошуку та обміну науковими матеріалами. URL: https://www.academia.edu/

Документальні та художні фільми за тематикою курсу

1. «Хвіст крутить собакою» (Wag the Dog, США, 1997 режисер Баррі Левінсон, художній, комедія, драма, політична сатира, тривалість 97 хв.)
2. «Соціальна дилема» (The Social Dilemma, США, 2020, реж. Джефф Орловскі, документальний, ігровий, тривалість – 94 хв.);
3. «Великий злам» (The great hack, США, 2019, реж. Джехан Нуджейм, Карім Амер, документальний, тривалість – 114 хв.);
4. «Після правди: дезінформація і ціна фейкових новин» (After Truth: Disinformation and the Cost of Fake News, США, 2020, реж. Ендрю Россі, документальний, тривалість – 91 хв.)
5. Брекситʼ» (Brexit: The Uncivil War, Велика Британія, 2019, реж. Тобі Хайнс, драма, політична сатира, тривалість – 155 хв.)
6. «Не дивіться вгору» (Don’t Look Up, США, 2021, реж. Адам Мак-Кей, комедія, політична сатира, фільм-катастрофа, тривалість – 138 хв.)