



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту
Кафедра суспільних дисциплін

07-03-179

**Методичні рекомендації до підготовки
семінарських занять з навчальної дисципліни
СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ
SOCIAL COMMUNICATION**

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій»,
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано науково-методичною
комісією за спеціальністю
193 «Геодезія та землеустрій»
Протокол від «31» січня 2019 р. № 3.

Рівне – 2019



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Методичні рекомендації до підготовки семінарських занять з навчальної дисципліни «Соціальні комунікації» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій», спеціалізації «Геодезія та землеустрій» / Т. Є. Шевчук. – Рівне : НУВГП. 2019. – 53 с.

Укладач: Шевчук Т.Є., кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри суспільних дисциплін



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Відповідальний за випуск : Олексін Ю. П., доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри суспільних дисциплін

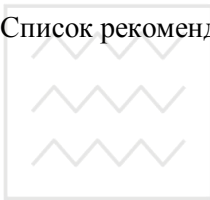
© Шевчук Т. Є., 2019

© НУВГП, 2019



ЗМІСТ

Вступ	4
Теми семінарських завдань	5
Тематика та зміст семінарських занять	5
Змістовний модуль 1.	5
Змістовний модуль 2.	18
Підсумковий контроль знань з дисципліни (перелік питань до заліку)	29
Тести для самоконтролю	31
Список рекомендованої літератури	51





ВСТУП

У сучасних умовах змінилося ставлення до комунікації – інформаційного зв'язку в людському суспільстві. Систему взаємодії, у якій головним компонентом був наказ, витіснила система демократичної комунікації, в основу якої покладено переконання, діалогічність, опора на власне рішення тощо.

У такій ситуації перед суспільством постало завдання досягти консенсусу між окремими особистостями, різними соціальними групами, масовими сукупностями, що мають різний рівень інформованості, поведінку, комунікативні навички. Відтак, вивчення соціальної комунікації стало важливою складовою підготовки фахівців різних сфер діяльності, адже досконале володіння мовою, уміння орієнтуватися в різних комунікативних ситуаціях, використовувати вербальні і невербальні засоби комунікації – основа професійного успіху та психологічної взаємодії.

Методичні рекомендації з дисципліни «Соціальні комунікації» укладено відповідно до навчальної програми з дисципліни «Соціальні комунікації» для здобувачів вищої освіти спеціальності 193 «Геодезія та землеустрій», спеціалізації «Геодезія та землеустрій». Методичні рекомендації покликані закласти основи знань про комунікацію в понятійному і функціонально-діяльнісному аспектах, залучити студентів до активної вербальної взаємодії, ознайомити з формами та методами взаємодії інформаційного обміну. Метою методичних рекомендацій є надання допомоги студентам в підготовці до практичних занять з дисципліни «Соціальні комунікації», в оволодінні процесом комунікації, практичними навичками та вміннями, необхідними для майбутнього фахівця. Методичні рекомендації сприятимуть формуванню у студентів навичок самостійної роботи та розвиватимуть у них творче мислення. Під час виконання практичних завдань студенти мають змогу продіагностувати свій комунікативний потенціал, підвищити культуру спілкування, а також розвинути уміння й навички ефективної взаємодії у різних комунікативних ситуаціях.



Теми семінарських занять

№ п/п	Назва та зміст теми	Кількість год.	
		Денна форма навчання	Заочна форма навчання
1.	Тема: Теорія комунікації. Соціальна комунікація та роль у суспільній сфері.	2	2
2.	Тема: Соціальна комунікація як умова існування соціуму.	2	—
3.	Тема: Комунікаційна діяльність та комунікаційний процес.	2	2
4.	Тема: Моделі і технології соціальної комунікації.	2	—
5.	Тема: Вербальна і невербальна комунікація.	2	—
6.	Тема: Комунікаційні потреби.	2	2
7.	Тема: Система соціально-комунікаційних установ.	2	—
8.	Тема: Масова комунікація.	2	2
	Разом	16	8

Тематика та зміст семінарських занять

Модуль 1

Змістовий модуль 1.

Методологічні проблеми теорії соціальних комунікацій

Семінарське заняття №1

Тема: Теорія комунікації. Соціальна комунікація та роль у суспільній сфері. (2 год.)

Мета: оволодіти навичками аналізу інформації, пов'язаної з найактуальнішими концепціями розвитку системи соціальних комунікацій.

План семінарського заняття

1. Основні етапи становлення теорії соціальної комунікації.
2. Буденне та наукове розуміння комунікації.
3. Фундаментальне значення соціальної комунікації для людської цивілізації.
4. Спільне й відмінне в загальній теорії комунікації та теорії соціальної комунікації.
5. Об'єкт і предмет теорії соціальної комунікації.



Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Предметом вивчення яких дисциплін була комунікація у найдавніші часи? Окресліть характер зв'язку комунікації з цими науками.

2. Коли зародилася соціальна психологія? Хто став її основоположником? Окресліть основні положення теорії Г. Тарда.

4. Назвіть фундаторів американської соціальної психології та розкрийте їх внесок в розвиток цієї науки.

5. Розкажіть про Чиказьку наукову школу символічного інтеракціонізму.

6. Розкрийте роль документалістики у становленні соціальної комунікації.

7. У чому філософи-культурологи вбачали небезпеку феномену масової культури?

8. Окресліть причини інформаційної кризи, що виникла після II-ої світової війни.

9. Що стало поштовхом для розробки інформаційної науки?

10. Складовою яких фундаментальних і прикладних наук стала комунікаційна проблематика. Окресліть принципи зв'язку комунікації з цими науками.

11. У чому полягає фундаментальна значущість соціальної комунікації?

12. Сформулюйте декілька визначень комунікації. Яке з них, на Ваш погляд, є найбільш прийнятним/вдалим? Чому?

13. Назвіть параметри, за якими науковці відмежовують комунікацію від інших процесів.

14. Схарактеризуйте цілі комунікатора й реципієнта; зміст повідомлень.

15. Розкрийте поняття смислу в контексті теорії соціальної комунікації. Назвіть форми комунікаційного розуміння.

Практичні завдання та комунікативні ігри

Завдання 1.

Розкрийте зміст таких понять: «комунікація», «соціальна комунікація», «спілкування», «інформація», «смысл».



Завдання 2.

Законспекуйте параграф «Предмет теорії комунікації» (за книгою «Основи теорії комунікації» [5, 18-21]).

Виконайте такі завдання:

- а) схарактеризуйте структуру комунікативного знання;
- б) дайте визначення поняттю «загальна теорія комунікації»;
- в) дефініційуйте поняття «загальна теорія соціальної комунікації»;
- г) дайте визначення поняттю «загальна теорія біокомунікації»;
- г) окресліть предмет і об'єкт вивчення перелічених вище теорій.

Завдання 3.

Систематизуйте матеріал з історії становлення соціальних комунікацій у вигляді схеми / таблиці, зазначивши в ній хронологічні межі, прізвища дослідників та їх внесок у розвиток науки.

Завдання 4.

Визначте, до яких видів комунікації належать такі ситуації:

- а) розмова двох друзів;
- б) виступ президента країни на телебаченні;
- в) реклама напою Соса Сола на телебаченні;
- г) електронне повідомлення колесі.

2. Аудиторні завдання:

Завдання 1.

Підготуйте коротку доповідь на одну із запропонованих тем.

- Соціальні комунікації: становлення термінологічних засад галузі.
- Соціальні комунікації в роботах українських дослідників.
- Зв'язок соціальної комунікації й документознавства.

Завдання 2.

Започаткуйте глосарій (словник певних понять або термінів) із соціальної комунікації. Запишіть туди основні поняття опрацьованої теми, не дублюючи при цьому матеріал лекції.

Завдання 3.

Доповніть перелік правил ефективної комунікації. За



можливості сформулюйте рекомендації в жартівливому тоні.

– Якщо Ви маєте рацію, будьте логічні. Якщо ні – намагайтеся збити опонента з пантелику.

– Якщо сумніваєтеся в своїх словах, намагайтеся говорити переконливо.

– Якщо людина вас не розуміє, то це зовсім не означає, що вона дурніша за вас.

– Якщо з вами увесь час погоджуються, перевірте чи слухають вас.

Список рекомендованої літератури

1. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. : №2657-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. 1992. № 48. С. 650.

2. Про національну програму інформатизації : Закон України // Відомості Верховної Ради України. 1998. № 27-28. С. 181.

3. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки : Закон України // Відомості Верховної Ради України. 2007. № 12. С. 102.

4. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. 175 с.

5. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. М. : Гардарики, 2005. 615 с.

6. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учеб. пособие. В 2 частях / А. В. Соколов. М. : ИПО Профиздат, 2003. Ч. 1. 224 с.

7. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов / Л. Н. Федотова. СПб. : Питер, 2003. 400 с.

Семінарське заняття № 2

Тема: Соціальна комунікація як умова існування соціуму (2 год.)

Мета: сформувати знання про форми комунікаційної діяльності; розвинути навички ділової комунікації в різних формах комунікаційної діяльності.



Зміст семінарського заняття

1. Базові категорії теорії соціальної комунікації.
2. Комунікаційна діяльність і спілкування.
3. Види, рівні й форми комунікаційної діяльності.
4. Мікрокомунікація. Мідікомунікація. Макрокомунікація.
5. Форми комунікаційної діяльності: наслідування, діалог, управління.
6. Комунікативні максими П. Грайса та Дж. Ліча.
7. Спілкування як соціально-психологічна і комунікаційна категорія.
8. Різновиди комунікаційних каналів. Схема комунікації.

Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Схарактеризуйте генетичний, психічний і соціальний хронотоп.
2. Як співвідносяться явища астрономічного часу/реального простору із соціальними простором та часом.
3. Які параметри визначають соціальний простір? Схарактеризуйте їх.
4. Назвіть цілі суб'єктів, які вступають у комунікацію.
5. Схарактеризуйте наслідування як одну із найдавніших форм комунікаційної діяльності.
6. Розкрийте сутність діалогу як форми комунікативної взаємодії. 7. Як в соціальній комунікації типологізують діалог?
8. Схарактеризуйте комунікативні максими П. Грайса.
9. Назвіть та розкрийте сутність комунікативних максимумів Дж. Ліча.
10. Схарактеризуйте управління як комунікативну дію.
11. Як класифікують монолог за метою висловлювання (за В. Виноградовим)?

2. Аудиторні завдання:

Завдання 1.

Розкрийте зміст таких понять: «хронотоп», «соціальний час», «соціальний простір», «наслідування», «діалог», «управління», «максима».



Завдання 2.

Люди найчастіше використовують дві моделі комунікації. Девіз першої: «Роби, що я тобі кажу!». Девіз другої: «Давай подумаємо разом!». Який із цих девізів відповідає діалогічній моделі комунікації, а який – монологічній? Чому? Які теми недоречно порушувати під час ділових зустрічей? Поясніть причини небажаності діалогу на одну з означених тем. Які теми здатні «заповнити паузу» в будь-якому діалозі?

Завдання 3.

Психологами доведено, що розмова на підвищених тонах блокує розуміння, позаяк увага адресата, на якого спрямований потік обурених слів, концентрується не на сенсі повідомлення, а на ставленні мовця до партнера. Відволікають від змісту висловлювання практично всі немовні прояви голосу (шуми): гикання, пхикання, шепіт, крик, позіхання, хезитація. Доведіть правдивість цієї думки або спростуйте її.

Завдання 4.

Перечитайте діалог з книги О. Колесової, (текст наведений мовою оригіналу). Визначте, які максими П. Грайса / Дж. Ліча в ньому порушено.

...сегодня рано утром к калитке подкатила на велосипеде почтальонша Наташа и вручила маме телеграмму. Мама прочла ее и сказала:

- Ой! Потом она растерянно посмотрела на Варю.
- Что ж мне теперь делать? С кем я тебя оставлю?
- Мам, ты что, с ума сошла? – забеспокоилась Варя.
- Что-нибудь с папой? Или это от бабушки Оли? Ну, мам!

Варя взяла у мамы из рук клочок бумаги. Там было написано: «Профессор Хуан Анхель Мендоса будет в Москве девятого июня проездом с Токио тчк Турик».

– Боже мой, что же мна делать? Понимаешь. Варька, я всю жизнь мечтала поговорить с этим человеком.

– С Хуаном? – Он самый главный специалист в моей области. – В какой области? – не поняла Варя.

– В Московской? – Да нет, дурочка, в моей теме, в культуре древнего Перу... Ах, как мне надо с ним встретиться. Необходимо. Ну, просто необходимо!



Мама молчала. И Варя молчала. Потом Варя сказала:

– Ну, встречайся, раз надо.

– Как же я тебя оставлю? Как ты будешь одна? Ну, никого в округе.

– Варя. Я тебя умоляю. Варя. Никуда не выходи из дома. Я тебя умоляю. Сиди возле телефона. Я буду звонить каждый час. Если что, я схвачу такси и приеду. Ты слышишь, Варя? Будь разумной. Никуда не ходи. Никого не пускай в дом. Я к вечеру вернусь. А пока я буду звонить каждый час. Ты не будешь бояться, нет? Ты не станешь нервничать? Смотри, Варя, а то...

Мама хотела сказать: «А то закашляешь», но не сказала.

– Газ зажигай аккуратно. Слышишь? Там курица с рисом на сковородке. Погрей. Компот а холодильнике, но ты очень холодный не пей. Пусть постоит немного на кухне. Ты слышишь. Варя? Не забудь пообедать. Но я еще позвоню. Сиди возле телефона, читай.

– Ладно, мам, я все поняла.

Список рекомендованої літератури

1. Володина Л. В. Деловое общение и основы теории коммуникации / Л. В. Володина, О. К. Карпухина. СПб. : СПбГУТ, 2008. 84 с.

2. Нахимова Е. А. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. Нахимова, А. П. Чудинов. М. : ФЛИНТА, 2013. 153 с. Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ua>

3. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. М. : Гардарики, 2005. 615 с.

4. Скаженик Е. Н. Деловое общение : учебное пособие / Е. Н. Скаженик. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. 253 с.

5. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учеб. пособие. В 2 частях / А. В. Соколов. М. : ИПО Профиздат, 2003. Ч. 1. 224 с.

6. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации : Учебник для вузов / Л. Н. Федотова. СПб. : Питер, 2003. 400 с.



Семинарське заняття № 3

Тема: Комунікаційна діяльність та комунікаційний процес.
(2 год.)

Мета: розвинути вміння структурувати види та форми комунікаційної діяльності; сформувати навички аналізу видів та форм комунікаційної діяльності; сприяти засвоєнню правил комунікативної поведінки під час дискусії.

Зміст семінарського заняття

1. Специфіка мікрокомунікації на міжособистісному, груповому та масовому рівнях.
2. Комунікаційні явища, які включають форми мікрокомунікації.
3. Макрокомунікаційні форми комунікаційної взаємодії.
4. Суперечка (дискусія, диспут, полеміка) в комунікативній взаємодії.

Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Які суб'єкти соціальної структури стають комунікантами та реципієнтами?
2. Назвіть 9 основних видів соціальних комунікацій. Прокоментуйте, чому між різнорівневими суб'єктами неможливий діалог.
3. У чому полягає зміст мікрокомунікації на міжособистісному, груповому, масовому рівнях?
4. Схарактеризуйте 5 основних форм мікрокомунікації.
5. Дайте визначення поняття «масова комунікація». Як воно співвідноситься з поняттям макрокомунікації.
6. Макрокомунікаційними формами комунікаційної взаємодії, як відомо, є запозичення досягнень, взаємодія культур, інформаційна агресія. Проілюструйте кожен із них конкретними прикладами.
7. У чому полягає специфіка групової комунікації (порівняно з міжособистісною та масовою)?
8. Прокоментуйте різницю між поняттями «суперечка», «дискусія», «диспут», «полеміка».



2. Аудиторні завдання:

Завдання 1.

Розкрийте зміст таких понять: «комунікаційна діяльність», «мікрокомунікація», «мідікомунікація», «макрокомунікація», «рівень комунікації», «інформаційна агресія».

Завдання 2.

Прочитайте уривок із книги Д. Карнегі «Як завойовувати друзів і впливати на людей» (текст наведений в російському перекладі) та оцініть поведінку героїв.

Дайте відповіді на запитання, наведені після тексту. Однажды вечером я присутствовал на... банкете, и во время обеда мой сосед по столу рассказал забавную историю, основанную на следующей цитате: «божество намерения наши довершает, хотя бы ум наметил и не так...».

Рассказчик упомянул, что это цитата из Библии. Он ошибался. Я знал это. Я знал это точно. Тут не могло быть ни малейших сомнений. И поэтому, стремясь утвердиться в сознании своей значительности и проявить свое превосходство, я сам назначил себя непрошеным и нежеланным арбитром, сочтя нужным поправить его.

Он твердо стоял на своем. Что? Из Шекспира? Не может быть! Абсурд! Это цитата из Библии. И ему это твердо известно!

Он сидел справа от меня, а слева сидел мой старый приятель Фрэнк Гэммонд. Гэммонд посвятил много лет изучению Шекспира. Поэтому мы с рассказчиком договорились передать вопрос на решение Гэммонда. Гэммонд выслушал нас, толкнул меня под столом ногой и сказал: «Дейл, вы ошибаетесь. Этот господин прав, цитата действительно из Библии».

Вечером, когда мы ехали с ним домой, я сказал Гэммонду: «Фрэнк, Вы ведь знали, что это цитата из Шекспира».

«Ну, конечно, – ответил он. – «Гамлет», действие пятое, сцена вторая. Но мы с Вами были гостями на праздничном вечере, дорогой Дэйл. Зачем же нам доказывать человеку, что он не прав? Разве он станет изза этого хорошо к нам относиться? Почему бы не дать ему возможность спасти свой престиж? Он не спрашивает вашего мнения. Он не нуждается в нем. Зачем же



с ним спорить? Всегда избегайте острых углов».

«Всегда избегайте острых углов». Человека, который сказал это, уже нет в живых, но урок, который он мне преподавал, сохраняет действенность и поныне.

Запитання:

1. Які ознаки групової комунікації виявляються в тексті?
2. Схарактеризуйте співрозмовників як групу за ознаками формальності, стабільності, добровільності, сталості, наявності формального або неформального лідера.
3. Чи враховують співрозмовники індивідуальні особливості один одного?
4. Як Ви оцінюєте поведінку Карнегі під час бенкету? Як сам Карнегі оцінює свою поведінку? Чим він пояснює своє бажання посперечатися? Як би Ви вчинили на місці Карнегі?
5. Чому Дейл Карнегі вважав, що перемогти в суперечці неможливо? Чи згодні Ви з думкою Д. Карнегі? У яких випадках слід уникати суперечки? У яких ситуаціях суперечки особливо небажані?

Завдання 3.

Проведіть комунікативний аналіз новин різних телекомпаній. Як одну і ту саму подію інтерпретують різні ЗМІ, які засоби комунікативного впливу вони використовують?

Завдання 4.

Уважно прочитайте епізод з роману Ю. Семенова «Сімнадцять миттєвостей весни» (текст наведений мовою оригіналу). Дайте відповіді на запитання, наведені після уривка.

Однажды на приеме в советском посольстве на Унтер ден Линден завязалась дискуссия шефа политической разведки Шелленберга с молодым советским дипломатом о праве человека на веру в амулеты, заговоры, приметы и прочую, по выражению секретаря посольства, «дикарскую требуху».

В веселом споре этом Шелленберг был, как всегда, тактичен, доказателен и уступчив. Советский разведчик М. М. Исаев (Штирлиц), присутствовавший при разговоре, злился, глядя как он затаскивает русского парня в спор.



«Светит фарами, – подумал он, – присматривается к противнику: характер человека лучше всего узнается в споре. Это Шелленберг умеет делать, как никто другой».

– Если вам все ясно в этом мире, – продолжал Шелленберг, – тогда вы, естественно, имеете право отвергать веру человека в силу амулета. Но все ли вам так уж ясно? Я имею в виду не идеологию, но физику, химию, математику.

– Кто из физиков или математиков, – горячился секретарь посольства, – приступает к решению задачи, надев на шею амулет? Это нонсенс.

«Ему надо было остановиться на вопросе, – отметил для себя Штирлиц, – а он не выдержал - сам себе ответил. В споре важно задавать вопросы: тогда виден контрагент, да и потом, отвечать всегда сложнее, чем спрашивать...».

– Может быть, физик или математик надевает амулет, но не афиширует этого? – спросил Шелленберг. – Или вы отвергаете такую возможность?

– Наивно отвергать возможность. Категория возможности – парафраз понятия перспективы.

«Хорошо ответил, – снова отметил для себя Штирлиц. – Надо было отыграть... Спросить, например, «Вы не согласны с этим?» А он не спросил и снова подставился под удар».

– Так, может быть, и амулет нам подверстать к категории непонятной возможности? Или вы против?

Штирлиц пришел на помощь.

– Немецкая сторона победила в споре, – констатировал он, – однако истины ради стоит отметить, что на блестящие вопросы Германии Россия давала не менее великолепные ответы. Мы исчерпали тему, но я не знаю, каково бы нам пришлось, возьми на себя русская сторона инициативу в атаке вопросами...

«Понял, братишечка? – спрашивали глаза Штирлица, и по тому, как замер враз взбухшими желваками русский дипломат, Штирлицу стало ясно, что его урок понят...».

Запитання:

1. У чому полягав «урок» полеміки, продемонстрований Штірліцем?



2. У чийх руках була ініціатива розмови?
3. Хто з учасників розмови нападав, а хто оборонявся? У чому виграш та програш таких стратегій?
4. Хто перебував у найбільш сприятливих для суперечки умовах? Чому?
5. Які види запитань використані в тексті?
6. Який прийом використав Штірліц для завершення розмови? Чи ефективний він? У чому це проявилось?
7. За якими сигналами участі в суперечці можна визначити характер людини?

Список рекомендованої літератури

1. Володина Л. В. Деловое общение и основы теории коммуникации / Л. В. Володина, О. К. Карпухина. СПб. : СПбГУТ, 2008. 84 с.
2. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. М. : ЧеРо, 1997. 344 с.
3. Куницына В. Н. Межличностное общение : Учебник / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. СПб. : Питер, 2005. 457 с.
4. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. М. : Гардарики, 2005. 615 с.
5. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : Учебное пособие / А. П. Панфилова. [2-е изд.]. СПб. : Знание, 2004. – 495 с.
6. Парыгин Б. А. Анатомия общения : Учеб. пособие / Б. А. Парыгин. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. 301 с.
7. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учеб. пособие. В 2 частях А. В. Соколов. М. : ИПО Профиздат, 2003. Ч. 1. 224 с.

Семінарське заняття № 4

Тема: Моделі і технології соціальної комунікації. (2 год.)

Мета: розвинути вміння структурувати види та форми комунікаційної діяльності; сформувати навички аналізу видів та форм комунікаційної діяльності.



Зміст семінарського заняття

1. Лінійні моделі комунікацій
2. Нелінійні моделі комунікації

Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. У чому полягає відмінність лінійних і нелінійних моделей комунікації?
2. Відповіді на які питання, згідно з формулою Ласуела, дають можливість побудувати будь-яку схему комунікації?
3. З якою метою була розроблена атематична теорія комунікації?
4. Назвіть і охарактеризуйте елементи елементарної комунікативної взаємодії за Т. Ньюкомбом.
5. За рахунок чого засоби масової комунікації можуть маніпулювати громадською думкою?

2. Аудиторні завдання:

1. У чому полягає відмінність лінійних і нелінійних моделей комунікації?
2. Відповіді на які питання, згідно з формулою Ласуела, дають можливість побудувати будь-яку схему комунікації?
3. З якою метою була розроблена атематична теорія комунікації?
4. Назвіть і охарактеризуйте елементи елементарної комунікативної взаємодії за Т. Ньюкомбом.
5. За рахунок чого засоби масової комунікації можуть маніпулювати громадською думкою?

Список рекомендованої літератури

1. Арланцев А. В., Попов Е. В. Синергизм коммуникационного инструментария // Маркетинг в России и зарубежом. 2001. №1. С. 4–8.
2. Почепцов Г. Г. Коммуникационные технологии двадцатого века. М. : Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. 348 с.
3. Почепцов Г. Г. Соціальний інжиніринг: соціо- і психотехніки управління великими масами людей. К. : Альтерпрес, 2010. 254 с.



4. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2003. 652 с.
5. Різун В. В. Теорія масових комунікацій: підруч. Для студ. 0303 «журналістика та інформація» / В. В. Різун. К. : Вид. центр «Просвіта», 2008. 260 с.
6. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации. СПб: Изд-во Михайлова В. А., 2002. 406 с.
7. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. К.: 2003. 216 с.
8. Холод О. М. Соціальні комунікації: Навч. посібник. Переяслав-Хмельницький, 2008. 302 с.
9. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. 130 с.

Змістовий модуль 2.

Комунікаційне спілкування. Інформаційно-комунікаційні інститути суспільства. Семинарське заняття № 5

Тема: Вербальна і невербальна комунікація. (2 год.)

Мета: сформувати навички виявлення ознак вербальної і невербальної комунікації.

Зміст семінарського заняття

1. Мова як засіб комунікації
2. Форми мовної комунікації.
3. Усна і письмова комунікація
4. Правила успішної комунікації та аргументація.
5. Сутність і особливості невербальної комунікації
6. Пара- і екстралінгвістичні компоненти невербальної комунікації
7. Міміка і погляд
8. Жести
9. Організація простору і часу
10. Поза і хода
11. Контакт очей



Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Яку роль у процесі комунікації відіграють невербальні компоненти?
2. Дайте характеристику основних жестів.
3. Які існують зони у діловій комунікації?
4. Наведіть смислову інтерпретацію елементів пози і ходи.
5. Про що свідчить погляд знизу, «спідлоба»?

2. Аудиторні завдання:

1. Які функції виконує мова?
2. Що таке комунікативні максими?
3. Що треба робити, щоб бути почутим і зрозумілим?
4. Які існують правила успішної комунікації?
5. Чому читання є видом мовної комунікації?

Список рекомендованої літератури

1. Кривко-Апинян Т. А. Мир игры / Т. А. Кривко-Апинян. М. : Эйдос, 1992. 160 с.
2. Куницына В. Н. Межличностное общение : Учебник / В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. СПб. : Питер, 2005. 457 с.
3. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : Учебное пособие / А. П. Панфилова. [2-е изд.]. СПб. : Знание, 2004. – 495 с.
4. Парыгин Б. А. Анатомия общения: Учеб. пособие / Б. А. Парыгин. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. 301 с.
5. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред В. Н. Лавриненко. [2-е изд.]. М. : Культура и спорт. ЮНИТИ, 1997. 279 с.
6. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учеб. пособие. В 2 частях А. В. Соколов. М. : ИПО Профиздат, 2003. Ч. 1. 224 с.
7. Хейзинга Й. Человек играющий / Й. Хейзинга. М. : Прогресс, 1992. 464 с.



Семинарське заняття № 6

Тема: Комунікаційні потреби. (2 год.)

Мета: сформувати навички виявлення комунікаційних потреб

Зміст семінарського заняття

1. Принцип правдивості в комунікаційній діяльності. Правда і брехня як характеристики комунікаційної діяльності.

2. Прикметні риси правди та істини.

3. Інтерпретація принципу правдивості на різних рівнях соціально-комунікативної діяльності.

Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Схарактеризуйте праду в контексті комунікаційної діяльності. Назвіть її основні види.

2. Як співвідносяться поняття правди і істини в сучасній науці? Розкрийте мотиви правдивості й істинності.

3. Розкрийте три точки зору щодо розуміння принципу правдивості.

4. Як співвідносяться явища брехні, обману та неправди. Схарактеризуйте види і наслідки брехні.

5. Розкрийте специфіку реалізації принципу правдивості в міжособистісній комунікації.

6. Як інтерпретують принцип правдивості на груповому рівні соціокомунікативної діяльності.

7. Схарактеризуйте специфіку реалізації принципу правдивості в масовій комунікації.

8. Які сигнали (фізіологічні, вербальні, невербальні) видають нещирість, обман?

2. Аудиторні завдання:

Завдання 1.

Розкрийте зміст таких понять: «правда», «істина», «брехня», «омана», «напівправда», «обман», «ілюзія».

Завдання 2.

Відомий французький письменник Еміль Золя сказав: «Якщо



ви приховаєте правду і закопаєте її в землю, вона неодмінно виросте і набере такої сили, що одного разу, коли вона вирветься, то знесе все на своєму шляху».

Підтвердження цієї думки можна знайти і в українському фольклорі, і в художніх творах. Пригадайте вислови відомих людей чи зразки усної народної творчості про брехню і правду. Кожен із них прокоментуйте.

Завдання 3.

Виконайте вправу «Дві брехні і одна правда». Кожен учасник гри озвучує 3 факти (два істинні і один неправдивий) про себе. Решта повинна розпізнати, яка інформація була правдивою, а яка ні.

Свій вибір учасники повинні прокоментувати.

Завдання 4.

Виконайте вправу «Чи вмієте Ви хитрувати». Спробуйте знайти вихід із ситуації, описаної відомим англійським ученим-психологом Едвардом де Боно (текст наведений в російському перекладі).

Один лондонський торговець имел несчастье задолжать огромную сумму ростовщику. Печальный финал ждал торговца и его дочь. Однако ростовщику, старому и некрасивому, нравилась симпатичная дочь торговца. Он предложил сделку, сказав, что мог бы списать долг торговца, если бы получил девушку в жены.

И торговец, и его дочь пришли в ужас от такого предложения. Тогда хитрый ростовщик предложил им отдаться в руки Провидения в решении этого вопроса. Он сказал им, что положит один черный и один белый камень в пустую сумку из-под денег, а затем девушка должна будет вытащить один из камней. Если она вытащит черный камень, то станет его женой и долг отца будет списан. Если она вынет белый камень, останется со своим отцом и долг также будет прощен. Но если девушка откажется вытаскивать камень, отец будет брошен в тюрьму, а сама она будет голодать.

Торговец вынужден был согласиться.

Они разговаривали, стоя на дорожке, усыпанной черной и белой галькой, в саду торговца. Ростовщик наклонился, чтобы



взять два камня. Когда он подбирал камни, девушка с испугом заметила, что он взял два черных камня и положил их в сумку. Затем он попросил девушку вытащить один камень, который должен решить ее судьбу и судьбу ее отца.

Представьте, что вы стоите на дорожке в саду торговца. Что бы вы сделали, если бы были несчастной девушкой? Переживите состояние стресса, которое пережила она (то есть "походите в чужих ботинках"). И только тогда, когда все ваши варианты будут исчерпаны, посмотрите решение.

На первый взгляд, имеются три возможности:

1. Девушка должна отказаться брать камень.
2. Девушка должна показать, что в сумке два черных камня и разоблачить Ростовщика как обманщика.
3. Девушка должна взять черный камень и пожертвовать собой, чтобы спасти отца от тюрьмы.

Ни одна из идей не принесет пользы, поскольку, если девушка не будет выбирать камень, ее отец пойдет в тюрьму, а если выберет, то пойдет замуж за ростовщика.

Список рекомендованої літератури

1. Войскунский А. Я. Говорю, мы говорим. Очерки о человеческом общении / А. Войскунский. М. : Знание, 1990. 239 с.
2. Знаков В. В. Психология понимания правды / В. В. Знаков. СПб. : Алетей, 1999. 181 с.
3. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : Учебное пособие / А. П. Панфилова. [2-е изд.]. СПб. : Знание, 2004. 495 с.
4. Парыгин Б. А. Анатомия общения: Учеб. пособие / Б. А. Парыгин. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. 301 с.
5. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред В. Н. Лавриненко. [2-е изд.]. М. : Культура и спорт. ЮНИТИ, 1997. 279 с.
6. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учеб. пособие. В 2 частях А. В. Соколов. М. : ИПО Профиздат, 2003. Ч. 1. 224 с.
7. Щербатых Ю. Искусство обмана / Ю. Щербатых. СПб. : Азбука-Терра, 1997. 368 с.



8. Экман П. Психология лжи / П. Экман. СПб. : Питер, 2000. 270 с.

Семінарське заняття № 7

Тема: Система соціально-комунікаційних установ. (2 год.)

Мета: узагальнення знань про особливості соціально-комунікаційних установ

Зміст семінарського заняття

1. Зовнішнє та внутрішнє середовища організації.
2. Організаційна структура системи управління.
3. Соціальна структура організації.
4. Внутрішньокомунікативні мережі організації.

Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Які процеси забезпечують життєдіяльність організації.
2. Що таке внутрішнє середовище організації. Схарактеризуйте його структуру.
3. Які цілі і завдання реалізують структурні елементи організації?
4. Схарактеризуйте зовнішнє середовище прямого впливу на організацію.
5. Що таке конкурентне середовище організації?
6. Опишіть як суспільство впливає на організацію.
7. Схарактеризуйте організаційну структуру організації.
8. З яких елементів складається соціальна структура організації?
9. Що таке формальна і неформальна структура організації?
10. Схарактеризуйте чотири види комунікаторів в організації.

2. Аудиторні завдання:

Завдання 1.

Розкрийте зміст таких понять: «організація», «комунікація в організації», «комунікаційна мережа», «організаційна культура», «менеджмент».

Завдання 2.

За твердженням науковців, ефективна комунікація в організації повинна ґрунтуватися на таких принципах:



зрозумілості, цілісності, максимального використання інформації. Як Ви розумієте означені принципи?

Завдання 3.

Тест «Хто ви: керівник чи підлеглий?» Завжди є хтось, хто командує, і хтось, хто хоче, щоб ним командували. Той, хто прагне бути лідером, щасливий, тільки коли командує. Підлеглий, навіть якщо йому надати можливість керувати, не буде знати, що робити зі своїми повноваженнями. Зрозуміти свою роль у суспільстві, в колективі, у сім'ї – дуже важливо для правильного світовідчуття.

Хто ви – офіцер чи рядовий? Спробуйте визначити це за допомогою тесту.

1. Дружба для Вас: а) співпраця; б) підтримка; в) альтруїзм.
2. Справжній художник (артист) повинен насамперед володіти: а) талантом; б) рішучістю; в) підготовкою.
3. На вечері Ви частіше відчуваєте себе: а) «тигром»; б) «дельфіном»; в) «курчям».
4. Якщо б Ви були геометричною фігурою, то були б: а) циліндром; б) сферою; в) кубом.
5. Коли Вам подобається чоловік (жінка), Ви: а) робите перший крок; б) чекаєте, поки він (вона) зробить перший крок; в) робите дрібні кроки.
6. Коли Ви стикаєтеся з несподіванкою, Ви: а) «гальмуєте»; б) «додаєте швидкості»; в) губитеся.
7. Якщо Вам доводиться говорити на публіці, Ви відчуваєте, що: а) Вас слухають; б) Вас критикують (обговорюють); в) ніяковієте.
8. В експедицію краще брати товаришів: а) фізично сильних; б) розумних; в) досвідчених.
9. Скажімо правду, Попелюшка була: а) нещасна дівчинка; б) хитрюга-кар'єристка; в) «казанська сирота».
10. Як би Ви визначили своє життя: а) партія в шахи; б) матч з боксу; в) гра в покер.

запитання	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	бали
А											
Б											
В											



Коментар:

не більше 16 балів, Ви – РЯДОВИЙ. Ви дуже поважаєте інших, а тому не здатні командувати і успішно конкурувати, адже для цього необхідно вміти сприймати і вирішувати труднощі. Може бути, що за Вашою відмовою від влади ховається страх або обмануті сподівання? Перш ніж робити які-небудь висновки, підрахуйте, скільки разів Ваші спроби керувати зазнавали невдачу. Якщо ж відвертість вимагає визнати, що Ви і без лідерства відчуваєте себе прекрасно, залишіться дещо осторонь від подій, по суті, це не так погано – бути спокійним.

від 17 до 23 балів, Ви – МОЛОДШИЙ ОФЦЕР. Це досить незручне становище: між молотом і ковадлом. Ви – трошки керівник, трошки – командувач, а трошки – військо... Вам важко домагатися визнання, Ваші аргументи занадто раціональні і засновані лише на власному досвіді.

від 24 балів, Ви – ГЕНЕРАЛ. З дитячих років Ви завжди одним із перших пропонували свої послуги, коли йшлося про громадські справи, чи не так? З віком Ваш вплив на інших людей міцніє і особливо проявляється у складних ситуаціях. Якщо Ви не боїтеся роботи, можете досягти неабияких успіхів. Якщо ж ні – задовольняйтеся тим, що Вас вважають прекрасним другом (або подругою), порадником, і Ви завжди опиняєтеся в центрі уваги на вечірках.

Завдання 5. Виконайте вправу «Налагоджуємо взаємодію».

Розподіліться на пари. За 2 хвилини розкажіть партнерові про себе. Тему розповіді пропонує викладач (звідки родом, про свою родину, про своє хобі, про останній переглянутий фільм, про останньої прочитаної книги тощо).

Об'єднайтеся в четвірки і розкажіть іншій парі те, що ви дізналися про партнера. Обговоріть, чи все Ви розповіли, чи були втрати інформації? Назвіть причини втрати інформації.

Список рекомендованої літератури

1. Лукичева Л. И. Управление организацией / Л. И. Лукичева. М. : Омега-Л, 2004. 354 с.
2. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф.



М. А. Василюк. М. : Гардарики, 2005. 615 с.

3. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : Учебное пособие / А. П. Панфилова. [2-е изд.]. СПб. : Знание, 2004. – 495 с.

4. Федотова М. Г. Коммуникационный менеджмент: учеб. пособие / М. Г. Федотова. Омск : Изд-во ОмГТУ, 2006. 76 с.

5. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. М. : Икар, 2007. 480 с.

6. Фролов С. С. Социология организаций / С. С. Фролов. М. : Гардарики, 2001. 384 с.

Семінарське заняття № 8

Тема: Масова комунікація. (2 год)

Мета: сформувати навички публічного виступу відповідно до сфери спілкування.

Зміст семінарського заняття

1. Форми публічної комунікації.
2. Жанри публічного спілкування.
3. Публічна комунікація в навчальній, науковій та діловій сферах діяльності.

Завдання для обов'язкового виконання

1. Домашні завдання:

1. Схарактеризуйте публічну комунікацію. Поясніть, у чому її відмінність від масової?
2. Взаємодію яких форм публічного мовлення ми спостерігаємо в сучасному суспільстві?
3. Назвіть переваги усного публічного мовлення.
4. Що таке публічний монологі, діалог і полілог?
5. Які жанри публічного спілкування належать до навчальної сфери діяльності. Коротко схарактеризуйте їх.
6. Які жанри можна виокремити в науковій і діловій сферах діяльності. Коротко схарактеризуйте їх.
7. Як класифікує учасників ділової бесіди М. Василюк?
8. Схарактеризуйте стилі усної публічної комунікації.



9. Розкрийте сутність ритуального спілкування та опишіть його види.

10. Які можливості сучасній людині надає публічна комунікація?

11. Назвіть чинники успішного публічного мовлення.

2. Аудиторні завдання:

Завдання 1.

Розкрийте зміст таких понять: «публічна комунікація», «риторика», «жанр», «форма», «навчальна комунікація», «ділова комунікація», «наукова комунікація».

Завдання 2.

Проаналізуйте промову Брута після вбивства Юлія Цезаря (текст наведений у російському перекладі). Дайте відповіді на запитання після уривка.

Римляне, сограждане и друзья! Судите меня по своему разумению и пробудите свои чувства, чтобы вы смогли судить лучше.

Если в этом собрании есть хоть один человек, искренне любивший Цезаря, то я говорю ему: любовь Брута к Цезарю была не меньше. И если этот друг спросит, почему Брут восстал против Цезаря, то вот мой ответ: не потому, что я любил Цезаря меньше, но потому, что я любил Рим больше. Что вы предпочли бы: чтоб Цезарь был жив, а вы умерли рабами, или чтобы Цезарь был мертв, и вы все жили свободными людьми? Цезарь любил меня, и я его оплакиваю, он был удачлив, и я радовался этому, за доблести я чтил его, но он был властолюбив, и я убил его. За любовь – слезы, за его доблести – почет, за его властолюбие – смерть. Кто здесь настолько низок, чтобы желать стать рабом? Кто здесь настолько одичал, что не хочет быть римлянином? Кто здесь настолько гнусен, что не хочет любить свое отечество? Я жду ответа.

Я поступил с Цезарем так, как вы поступили бы с Брутом. Причина его смерти записана в свитках Капитолия, слава его не умалена в том, в чем он был достоин, и вина его не преуменьшена в том, за что он поплатился смертью.



Запитання та завдання:

1. До якої сфери красномовства належить цей текст? Кому був адресований виступ? Як у промові реалізується її інституційний (статусно-рольовий) характер? У яких формах може втілюватися зворотний зв'язок оратора і аудиторії?

2. Чи був текст виступу заздалегідь підготовлений? Чи використовував ритор записаний текст при його інсценуванні? Обґрунтуйте свої відповіді.

3. Якою мірою в розглянутому виступі втілюються такі ознаки масової комунікації як: анонімність аудиторії, її просторова розосередженість, ускладненість зворотного зв'язку, використання технічних засобів, соціальна значущість інформації, інституційність комунікації.

4. Які функції масової комунікації (інформативна, розважальна, рекламна, сугестивна, владна, культурологічна та ін.) зреалізовані і не зреалізовані в цьому тексті?

5. Сформулюйте основну думку виступу.

6. Виділіть риторичні фігури і тропи (метафору, метонімію, епітети, інверсію, риторичне питання і ін.).

7. У чому полягає основна мета виступу: логічно довести правомірність тези або емоційно впливати на слухачів? Обґрунтуйте свою відповідь.

8. Визначте, які аргументи переважають у промові: логічні чи емоційні? Виділіть типові прийоми: лестощі, залякування, звернення до вищих цінностей.

9. Підсумком цієї промови стало рішення Сенату про звільнення Брута від відповідальності за вбивство імператора. Що допомогло Брутові переконати колег? Які ще обставини могли вплинути на рішення Сенату?

Завдання 4.

Вирішіть ситуативне завдання.

Ви берете участь у публічних заходах вашого навчального закладу. Визначтеся з темою виступу. Проаналізуйте аудиторію, її зацікавленість зустріччю. Як відбуватиметься контакт і зворотний зв'язок між промовцем та аудиторією, яким чином проявлятиметься офіційність обставин?



Завдання 5.

Виконайте вправу «Інтрига». Учасники по черзі повинні вийти до аудиторії і привітати присутніх жестом або фразою. Після привітання – вимовити одну-дві фрази. Це може бути комплімент присутнім, запитання до аудиторії, звернення до тих почуттів, які наразі хвилюють суспільство.

Після виконання вправи викладач дає загальну оцінку публічній поведінці студентів.

Список рекомендованої літератури

1. Грейдина Н. Л. Основы коммуникативной презентации / Н. Л. Грейдина. М. : Восток-Запад, 2005. 384 с.
2. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая. М. : Дело, 1998. 480 с.
3. Основы теории коммуникации : учебник / Под ред. проф. М. А. Василика. М. : Гардарики, 2005. 615 с.
4. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : Учебное пособие / А. П. Панфилова. [2-е изд.]. СПб. : Знание, 2004. 495 с.
5. Рождественский Ю. В. Теория риторики / Ю. В. Рождественский. М. : Добросвет, 1999. 597 с.
6. Скаженик Е. Н. Деловое общение : Учебное пособие / Е. Н. Скаженик. Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2006. 169 с.
7. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. М. : Икар, 2007. 480 с.

Підсумковий контроль знань з дисципліни «Соціальні комунікації» (перелік питань до заліку)

1. Коли зародилася соціальна психологія? Хто був її засновником?
2. У чому суть символічного інтеракціонізму?
3. У чому філософи-культурологи бачили небезпеку феномена масової культури?
4. Що стало поштовхом до створення інформаційної науки?
5. У чому полягає принципова відмінність комунікації від інших процесів?



6. Які цілі переслідують комуніканти і реципієнти в соціальній комунікації?
7. Які форми може мати комунікаційне розуміння?
8. Які базові категорії теорії соціальної комунікації?
9. Які параметри визначають соціальний простір?
10. Що розуміється під наслідкуванням як формою комунікаційної діяльності?
11. Що являє собою діалогова комунікація?
12. Які основні мовленнєві особливості діалогу?
13. Що являють собою комунікативні максими Грайса?
14. У яких формах здійснюється управлінський монолог?
15. У чому суть маніпуляторного управління?
16. Хто є учасником макрокомунікаційного діалогу?
17. Які стадії проходить конфлікт? Охарактеризуйте їх.
18. Які основні стратегії вирішення конфлікту?
19. Які методи управління конфліктом?
20. Сформулюйте основні характеристики різних типів пам'яті.
21. З яких дій складається мнемічна діяльність?
22. Які функціональні блоки включає структурно-функціональна блок-схема?
23. У чому полягають особливості моделі Аткинсона?
24. Що являє собою групова пам'ять малих соціальних груп?
25. Різновиди яких соціальних груп виявляють потребу в соціальній груповій пам'яті?
26. Які розділи включає групова пам'ять цільових соціальних груп?
27. З яких шарів складається соціальна пам'ять суспільства?
28. Що включає в себе культурна спадщина?
29. Що являють собою комунікації в організаціях?
30. Які складові внутрішнього середовища організації?
31. Що включає в себе зовнішнє середовище організації?
32. Що включає в себе поняття організаційна структура?
33. Які існують способи координації діяльності організації?
34. Які складові включає в себе соціальна структура організації?



35. Які види внутрішньокорпоративних мереж існують в організації?
36. Що являє собою політична комунікація?
37. Кого вважають основоположниками загальної теорії політичної комунікації?
38. Коли і в зв'язку з якими подіями політична комунікація виділилася як самостійний напрям?
39. Які функції виконує політична комунікація?
40. Яка комунікаційна формула поклала початок дослідженням політичної комунікації?
41. Що являє собою «теорія кулі» Г. Ласуелла?
42. Які моделі передачі політичної комунікації ілюструють напрямки руху інформації?
43. Що розуміється під засобами політичної комунікації?
44. Що являє собою публічна комунікація?
45. У чому полягають переваги публічної комунікації перед масовою?
46. Які жанри усної публічної комунікації існують в навчальній, діловій та релігійній сферах взаємодії?
47. Де і коли сформульовано класичне визначення міжкультурної комунікації?
48. На які типи діляться культури миру за принципом Р. Льюїса?
49. На яких рівнях може бути досліджена і здійснюватися міжкультурна комунікація?
50. Які основні форми міжкультурної комунікації?
51. Які основні стратегії аккультурації?
52. Які особливості культурної експансії?

Тести для самоконтролю

1. Комунікація як термін латинського походження означає:

- а) повідомлення;
- б) передача;
- в) бесіда;
- г) розмова;
- д) усе зазначене.



2. У науці зміст поняття «комунікація» тлумачать як

- а) взаємодію;*
- б) передачу соціальної інформації;*
- в) спілкування;*
- г) обмін інформацією;*
- д) усе зазначене.*

3. Соціологи розуміють під комунікацією:

- а) взаємодію;*
- б) передачу соціальної інформації;*
- в) обмін інформацією між*
- г) зворотного зв'язку;*
- д) усього зазначеного.*

6. Учасниками комунікаційного процесу є:

- а) передавач;*
- б) приймач;*
- в) канал;*
- г) повідомлення;*
- д) засоби масової комунікації.*

7. Суб'єктом комунікацій як різновидом взаємодії є:

- а) повідомлення;*
- б) група людей;*
- в) передавач;*
- г) телевізійна мережа;*
- д) приймач;*
- ж) окрема людина;*
- з) гравітаційна взаємодія;*
- и) усе зазначене.*

8. При комунікації має бути присутній:

- а) матеріальний об'єкт;*
- б) об'єкт нематеріального характеру;*
- в) обидва об'єкти.*

9. Об'єктом комунікації матеріального характеру є:

- а) книга;*
- б) SMS;*
- в) поштовий лист;*
- г) подарунок;*
- д) жест;*



ж) мова;

з) усе зазначене.

10. Масова комунікація – це:

а) опосередкована взаємодія двох суб'єктів;

б) цілеспрямована взаємодія великої кількості суб'єктів;

в) спілкування людей за допомогою технічних засобів;

г) процес обробки і передавання інформації за допомогою радіо, телебачення;

д) процес обробки і передавання інформації за допомогою преси;

ж) усе зазначене.

11. Соціальними функціями масової комунікації є:

а) інформаційна;

б) соціалізуюча;

в) організаційно-поведінкова;

г) правова;

д) культурологічна;

ж) комунікаційна;

з) емоційно-тонізуюча;

и) усе зазначене.

12. Психологічними функціями масової комунікації є:

а) інформаційна;

б) соціально-виховна;

в) облікова;

г) гедоністична;

д) формування масової психології;

ж) інтеграційно-комунікаційна.

13. Масово-психологічні функції засобів масової комунікації полягають:

а) у загальній регуляції психодинаміки суспільства;

б) індивідуальній психорегуляції;

в) груповій регуляції психодинаміки;

г) формуванні масових настроїв;

д) управлінні обміном інформацією в суспільстві;

ж) управлінні циркуляцією психоформуючої інформації;

з) усе зазначене.



14. Комунікаційний канал – це:

- а) спеціальний вид комунікаційної діяльності;*
- б) засіб цілеспрямованого передавання інформації;*
- в) матеріальний носій інформації;*
- г) джерело, що містить первинну інформацію;*
- д) усе зазначене.*

15. Змістові повідомлення можуть передаватися таким комунікаційним каналом:

- а) формальним;*
- б) вербальним;*
- в) неформальним;*
- г) невербальним;*
- д) загальним;*
- ж) спеціальним;*
- з) галузевим;*
- к) усіма зазначеними каналами.*

16. Вербальний канал комунікації ґрунтується:

- а) на засобах комунікації;*
- б) рівні підсвідомості;*
- в) мовних здібностях людини;*
- г) усьому зазначеному.*

17. Вербальний канал комунікації реалізується через:

- а) міміку;*
- б) передавання мовних повідомлень;*
- в) тести;*
- г) рухи;*
- д) сміх, посмішку, плач;*
- ж) нахмурені брови, холодний піт;*
- з) покачування голови на знак згоди чи незгоди;*
- к) знизування плечима при непорозумінні;*
- л) усе зазначене.*

18. Невербальний канал комунікації ґрунтується на використанні:

- а) міміки;*
- б) жестів;*
- в) рухів;*
- г) інтонацій;*



- д) повідомлень у письмовій формі;
- ж) повідомлень в усній формі;
- з) усього зазначеного.

19. Для передавання мовних повідомлень людина має володіти:

- а) природною мовою;
- б) іноземною мовою;
- в) штучною мовою;
- г) мовною здібністю;
- д) усім зазначеним.

20. Управлінський вплив слова на фізіологічні та психологічні процеси забезпечує:

- а) контактна функція;
- б) регулятивна функція;
- в) етноформуюча функція;
- г) усі зазначені функції.

21. Термін «інформація» означає:

- а) відомості;
- б) знання;
- в) повідомлення;
- г) синонім слова «наука», «ідея»;
- д) сигнал, що циркулює в технічних каналах комунікацій.

22. Одиницею виміру кількості інформації є:

- а) слово;
- б) буква;
- в) двоїчна одиниця;
- г) електричний сигнал.

23. Інформаційний (комунікаційний) менеджмент – це:

- а) концепція організації інформаційної діяльності в організації;
- б) вид управлінської діяльності;
- в) система внутрішніх комунікацій організації у сфері управління інформацією;
- г) система аналізу та управління інформаційними потоками і ресурсами організації.

24. Теорію комунікації розробив:

- а) В. М. Глушков;



- б) Н. Вінер;
- в) К. Шенон;
- г) А. Енштейн;
- д) У. Вівер.

25. Існують такі види об'єктів управління:

- а) соціальні;
- б) технічні;
- в) колективні;
- г) індивідуальні.

26. Формальні комунікації поділяють на такі види:

- а) зіркоподібні;
- б) діагональні;
- в) вертикальні;
- г) горизонтальні;
- д) внутрішні;
- ж) зовнішні.

27. При класифікації інформаційного забезпечення розробки й ухвалення управлінських рішень в організації використовують такі ознаки:

- а) наявність вибору для зміни певного існуючого стану;
- б) зміна обставин діяльності;
- в) наявність схожих обставин;
- г) різка зміна обставин діяльності;
- д) наявність визначеної мети діяльності.

28. Зазначте, яке з цих тлумачень означає інформаційний маркетинг:

- а) комплекс заходів, що спрямовані на повне задоволення потреб користувача;
- б) специфічний вид управлінської діяльності з вивчення інформаційного ринка та активного впливу на попит з метою збуту інформаційних продуктів і послуг;
- в) усі зазначені.

29. Зазначте, на яких етапах процесу управління найбільш важливі характеристики інформації за обсягом, її науковою і технічною новизною:

- а) при оцінюванні ситуації;
- б) при визначенні мети;



- в) при розробці управлінських рішень;*
- г) при даванні команд.*

30. Зазначте види інформаційної діяльності згідно з функціями інформаційних процесів:

- а) інформаційне обслуговування;*
- б) інформаційне забезпечення;*
- в) інформаційне повідомлення;*
- г) інформаційне консультування;*
- д) усі зазначені.*

31. Значення інформаційно-комунікаційного менеджменту у суспільній сфері полягає у такому:

- а) в інформаційному забезпеченні всіх видів і форм менеджменту;*
- б) якісному інформаційному забезпеченні процесів управління в організації;*
- в) управлінні інформаційними ресурсами;*
- г) управлінні комунікаціями;*
- д) управлінні інформаційним простором.*

32. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у соціальній сфері суспільства розуміють як:

- а) систему управління інформаційно-комунікаційною сферою суспільства;*
- б) сукупність сучасних процесів, методів, засобів та форм управління соціальною і виробничою сферами;*
- в) галузь діяльності, що забезпечує організацію роботи з інформацією;*
- г) технологію, компонентами якої є документ та інформація, технічні і програмні засоби забезпечення інформаційних процесів;*
- д) нормативно встановлені процедури формування і використання інформаційних ресурсів;*
- ж) вид менеджменту та технологію управління комунікаційними процесами і відносинами у соціальній сфері суспільства на основі принципів, форм і методів соціального, правового і політичного менеджменту і маркетингу.*

33. Проблеми комунікації з прадавніх часів вивчалися:

- а) логікою;*



- б) лінгвістикою;*
- в) риторикою;*
- г) граматиною;*
- д) діалектикою;*
- ж) герменевтикою;*
- з) педагогікою;*
- к) соціологією;*
- л) семіотикою;*
- м) документалістикою;*
- н) усім зазначеним.*

34. Суб'єктом соціальної комунікації є:

- а) інформація;*
- б) документ;*
- в) особистість;*
- г) усе зазначене.*

35. Автокомунікація – це:

- а) спілкування людини із собою;*
- б) вид соціальної комунікації;*
- в) внутрішній комунікаційний канал;*
- г) аналіз особистого «Я»;*
- ж) особистий досвід;*
- ж) внутрішній діалог;*
- з) усе зазначене.*

36. Об'єктом комунікаційної діяльності є:

- а) індивід;*
- б) група людей;*
- в) соціальна спільнота;*
- г) біологічна пам'ять;*
- д) психічна пам'ять;*
- ж) соціальна пам'ять.*

37. Суб'єктом комунікаційної діяльності є:

- а) комунікант;*
- б) рецепієнт;*
- в) мідікомунікація;*
- г) мікрокомунікація;*
- д) макрокомунікація.*



38. Зв'язок між комунікацією і суспільною свідомістю відбувається у сфері:

- а) соціальної психології;*
- б) суспільних наук;*
- в) суспільно-політичної ідеології;*
- г) усього зазначеного.*

39. Поняття суспільна свідомість містить:

- а) сукупність поглядів і настанов;*
- б) ставлення людей до держави;*
- в) ставлення до традицій і норм суспільного життя;*
- г) знання, емоції та оцінки;*
- д) усе зазначене.*

40. Типом суспільної свідомості є:

- а) масова;*
- б) групова;*
- в) індивідуальна;*
- г) державна;*
- д) антидержавна.*

41. Зазначте, який тип суспільної свідомості визначає, що інтереси держави є найвищими:

- а) етатистичний;*
- б) анархістський;*
- в) централістський;*
- г) децентралістський.*

42. Соціально-психологічні характеристики людини, етносу, класу, соціальної групи, що виявляються у способі та характері мислення, соціальних і психічних настановах та поведінці, – це:

- а) соціальна свідомість;*
- б) ментальність;*
- в) світовідчуття;*
- г) регулятор поведінки суб'єктів суспільного життя.*

43. Засвоєння соціального досвіду, опанування правових, соціальних норм, професійних навичок у процесі комунікаційної діяльності – це:

- а) соціальна пам'ять;*
- б) суспільна свідомість;*



- в) соціалізація;
- г) суспільна діяльність;
- д) соціально-психологічна культура.

44. Перенесення соціально-політичних цілей і намірів зі сфери свідомості у сферу соціальної поведінки забезпечує така функція соціальної психології:

- а) пізнавальна;
- б) адаптаційна;
- в) мотиваційна.

45. За характером участі форми суспільної поведінки бувають:

- а) нормативні;
- б) девіантні;
- в) традиційні;
- г) інноваційні;
- д) відкриті;
- ж) закриті.

46. Соціальний досвід перетворюється на власні настанови, цінності, орієнтації, засвоєння соціальних норм, ролей, навичок у процесі:

- а) пізнання;
- б) адаптації;
- в) соціалізації;
- г) впливу суспільно-політичних структур.

47. Термін «соціалізація» наприкінці XIX ст. запропонував:

- а) З. Фрейд;
- б) Ф. Гіддінгс;
- в) Ч. Кулі;
- г) Дж. Міда;
- д) Т. Парсонс;
- ж) Т. Гоббс.

48. Сучасними версіями процесу соціалізації є:

- а) модель «підкорення»;
- б) модель «інтересу»;
- в) модель «батога і пряника»;
- г) модель «розвиток соціальної природи людини».



49. Певну культурну однорідність, наявність усталених демократичних традицій і громадського суспільства, що забезпечує рівноправний діалог індивіда і влади, передбачає такий тип соціалізації:

- а) плюралістичний;*
- б) гармонічний;*
- в) конфліктний;*
- г) гегемоністський.*

50. Створює інформаційні умови для взаємодії всіх суб'єктів та об'єктів політики така функція політичної культури:

- а) інтеграції;*
- б) соціалізації;*
- в) комунікації;*
- г) адаптації;*
- д) орієнтації;*
- ж) ідентифікації.*

51. Соціально-інформаційним полем політики, що з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність, є:

- а) соціальна комунікація;*
- б) політична комунікація;*
- в) політична культура;*
- г) усе зазначене.*

52. Політичною комунікацією є:

- а) процес передавання політичної інформації;*
- б) інформація, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої;*
- в) інформація, яка циркулює між політичною і суспільною системами;*
- г) інформація, яка циркулює між політичними структурами, суспільними групами та індивідами;*
- д) усе зазначене.*

53. Ознаками типології систем політичної комунікації є:

- а) базова ідеологія політичної системи;*
- б) технічний рівень передавання інформації;*
- в) гомогенність;*
- г) мобільність;*



- д) *обсяг;*
- ж) *спрямованість;*
- з) *усе зазначене.*

54. Діяльність соціального об'єкта з виробництва і поширення соціально-політичної інформації, націленої на формування суспільної свідомості, називають:

- а) *соціальною комунікацією;*
- б) *масовою комунікацією;*
- в) *інформаційною діяльністю;*
- г) *інформаційним забезпеченням.*

55. Масова комунікація здійснюється за допомогою специфічних соціально-політичних інститутів через:

- а) *організації;*
- б) *неформальні канали;*
- в) *засоби масової комунікації;*
- г) *усе зазначене.*

56. Основними функціями політичної комунікації є:

- а) *формування політичної свідомості;*
- б) *пріоритетність якостей і цінностей певної культури;*
- в) *рівноправність в отриманні інформації;*
- г) *інтеграція та регулювання політичних відносин;*
- д) *усе зазначене.*

57. Маніпулювання громадською думкою за рахунок надання слова представникам меншості чи замовчування думок більшості є змістом такої соціологічної моделі комунікації:

- 1) *двуступенева модель;*
- 2) *спіраль мовчання;*
- 3) *модель дифузної теорії;*
- 4) *модель брамника;*
- 5) *модель «структура новин».*

58. На використанні візуальних (іконічних) знаків побудовано таку модель комунікації:

- а) *модель Р. Якобсена;*
- б) *модель Ю. Лотмана;*
- в) *модель У. Єско;*
- г) *модель реклами;*



д) усе зазначене.

59. На тезі, що основою комунікаційного процесу є мова, побудована така психологічна (психотерапевтична) модель комунікації:

- а) модель З. Фрейда;
- б) модель К. Юнга;
- в) модель Ж. Лакана.

60. На тезі, що людина отримує інформацію водночас з кількох комунікаційних каналів, побудовано:

- а) модель нейролінгвістичного програмування;
- б) модель групової психотерапії;
- в) семіотичні моделі комунікацій.

61. Формуванню у суспільстві певних настроїв і вкорінення у свідомості громадян певних цінностей та уяв з метою розширення кола прибічників сприяють:

- а) соціологічні моделі комунікації;
- б) іміджеві моделі комунікації;
- в) пропагандистські моделі комунікації;
- г) інтернет-моделі комунікації;
- д) семіотичні моделі комунікації;
- ж) психологічні моделі комунікації;
- з) усі зазначені.

62. Реалізація комунікації з прогнозованою і контрольованою реакцією населення є особливістю:

- а) сучасної моделі комунікації;
- б) пропагандистської моделі комунікації;
- в) іміджевої моделі комунікації;
- г) психологічної моделі комунікації.

63. Масова інтерактивність, загальнодоступність, інтегрованість, оперативність характерні:

- а) для сучасної моделі комунікації;
- б) пропагандистської моделі комунікації;
- в) іміджевої моделі комунікації;
- г) психологічної моделі комунікації;
- д) Інтернет-моделей комунікації.

64. Спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими



засобами за допомогою спеціалізованого технічного інструментарію називають:

- а) мас-медіа;*
- б) засоби масової комунікації;*
- в) супутникове, кабельне телебачення;*
- г) відео- та комп'ютерні мережі;*
- д) усі зазначені.*

65. Підтримка й сприяння політиці уряду та служіння державі лежить в основі такої концепції діяльності ЗМК:

- а) тоталітарної;*
- б) авторитарної;*
- в) «правової концепції»;*
- г) соціальної відповідності преси.*

66. Етапами інформаційного процесу є:

- а) отримання інформації;*
- б) добір інформації;*
- в) тлумачення інформації;*
- г) коментування інформації;*
- д) поширення інформації;*
- ж) усе зазначене.*

67. Управління свідомістю та поведінкою людей в певних політичних, соціальних і економічних інтересах правлячої еліти називають:

- 1) маніпулюванням;*
- 2) іміджем;*
- 3) рекламуванням.*

68. Бездоказове нав'язування суспільству негативних (з погляду більшості) оцінних категорій з метою компрометації певних суб'єктів політики (партій, індивідів) як спосіб маніпулювання – це:

- а) брехня;*
- б) замовчування;*
- в) напівправа;*
- г) навішування ярликів;*
- д) упродовження іміджів і кліше.*

69. Проблеми формування й створення в суспільній свідомості віртуальних образів суспільних інститутів,



окремих політичних лідерів вивчає:

- а) політологія;*
- б) культурологія;*
- в) іміджелогія;*
- г) соціальна психологія.*

70. На основі сприйняття суб'єкта політики зовнішнім середовищем, виборцями, мас-медіа складається такий вид функціонального іміджу:

- а) дзеркальний;*
- б) поточний;*
- в) бажаний;*
- г) негативний;*
- д) множинний.*

71. На пристосуванні до різних контекстів реалізації базується такий підхід до формування іміджу:

- а) функціональний;*
- б) контекстний;*
- в) порівняльний.*

72. Порівняльний підхід до формування іміджу може реалізуватися через:

- а) «свідчення»;*
- б) «калейдоскоп контрастів»;*
- в) «позитивні емоції»;*
- г) «досвід»;*
- д) «репортаж»;*
- ж) усе зазначене.*

73. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) – це:

- а) покращення іміджу суб'єкта суспільних відносин;*
- б) спеціалізована діяльність відповідних підрозділів державних, політичних, громадських структур;*
- в) наука, що займається організацією комунікаційного простору суспільства;*
- г) спеціалізована галузь менеджменту інформаційно-комунікаційної сфери суспільства, що спрямована на гармонізацію його комунікаційних зв'язків;*
- д) усе зазначене.*



74. Моніторинг повідомлень ЗМК та оперативне реагування на негативні випадки конкурентів – це функція:

- а) прес-служби;*
- б) іміджмейкера;*
- в) фахівця з PR;*
- г) інформаційного менеджера.*

75. Регулярна організація зустрічей з журналістами в одному місці, в один і той же час – це:

- а) прес-конференція;*
- б) брифінг;*
- в) прийом;*
- г) прес-реліз.*

76. Система заходів з планування, розміщення й оцінки ефективності іміджевих або рекламних матеріалів у ЗМК – це:

- а) паблік рилейнз;*
- б) медіа-менеджмент;*
- в) брифінг;*
- г) прес-реліз.*

77. Інтернет-сайт є засобом масової інформації:

- а) так;*
- б) ні;*
- в) в окремих ситуаціях.*

78. Банерна реклама – це:

- а) вид реклами графічного зображення в Інтернеті;*
- б) засіб подання інформації, який не має просторових, часових, законодавчих обмежень;*
- в) вид реклами, який використовує мультимедійні можливості комп'ютера.*

79. Найпоширенішим видом активної Інтернет-реклами є:

- а) гіпертекстові посилання;*
- б) електронна пошта;*
- в) promotion-сторінки;*
- г) списки розсилки.*

80. Система розподілу повідомлень за темами як вид активної Інтернет-реклами – це:

- а) дошка оголошень;*



- б) телеконференція;*
- в) група новин;*
- г) відкрита розсилка;*
- д) закрита розсилка.*

81. Аналіз документальних джерел з метою відбору факторів для поглибленого розкриття теми характерний для:

- а) аналітичного огляду;*
- б) експрес-інформації;*
- в) реферативного огляду;*
- г) тематичної підбірки;*
- д) доповіді.*

82. Зазначте, які концепції інформації є основними:

- а) якісна;*
- б) атрибутивна;*
- в) функціонально-кібернетична;*
- г) семіотична (знакова);*
- д) соціальна;*
- ж) наукова.*

83. Розмістіть одиниці виміру кількості інформації відповідно до вказаних значень – 10^3 , 10^6 , 10^9 байт:

- а) Кілобайт;*
- б) Байт;*
- в) Мегабайт;*
- г) Терайт;*
- д) Гігабайт;*
- ж) Петабайт;*
- з) Ексабайт.*

84. Зазначте, які відомості повинна видавати органу управління система інформаційного забезпечення:

- а) необхідні для формування мети управління;*
- б) тільки необхідні для формування програми управління;*
- в) про стан об'єкта;*
- г) про стан навколишнього середовища;*
- д) про все зазначене.*

85. Зазначте, в яких напрямках передається інформація неформальними каналами:

- а) тільки вертикально;*



- б) тільки горизонтально;
- в) тільки по діагоналі;
- г) тільки вгору-вниз;
- д) у всіх напрямках.

86. Визначте, які з наведених порівняльних характеристик належать до переваг програмованих (програмних) управлінських рішень:

- а) нове і незвичне;
- б) часто повторюване і шаблонне;
- в) незначні наслідки;
- г) важливі наслідки;
- д) низький організаційний рівень;
- ж) високий та середній організаційний рівень;
- з) короткий час для розв'язання;
- к) відносно довгий час розв'язання;
- л) інформація доступна та достовірна;
- м) інформацію складно отримати (невідомі джерела).

87. Організація інформаційної діяльності передбачає:

- а) аналіз системи задоволення інформаційних потреб користувача;
- б) формування інформаційного ринку на основі інформаційного маркетингу;
- в) усе зазначене.

88. Відмінність в обсягах, структурі, корисності інформації на різних етапах процесу управління визначається:

- а) терміном її обробки;
- б) компактністю представлення;
- в) зручністю форми надання;
- г) реальною ситуацією в управлінні;
- д) цільовою установкою зняття (зниження) невизначеності функціонування об'єкта управління;
- ж) усім зазначеним.

89. Найпоширенішими формами інформаційного забезпечення менеджменту є:

- а) вибіркоче поширення інформації;
- б) інформаційний моніторинг;
- в) диференційоване обслуговування керівництва;



- г) тематичне обслуговування керівництва;
- д) проблемно-орієнтоване інформування керівників;
- ж) режим «запит – відповідь».

90. Інформаційний менеджер повинен знати:

- а) технології створення, доступу, відбору і використання інформаційних джерел;
- б) сучасні системи доступу до джерел науково-технічної та інших видів інформації;
- в) структуру соціальних комунікацій;
- г) принципи і методи вивчення інформаційних потреб;
- д) інформаційний маркетинг;
- ж) теорію і практику інформаційної політики;
- з) усе зазначене.

91. Зазначте, яка з форм кооперації праці в діяльності інформаційного менеджера передбачає міжособистісні комунікації в процесі виконання роботи обмеженого обсягу:

- а) індивідуальна;
- б) колективна;
- в) усі зазначені.

92. Основні принципи роботи систем обробки даних, управління, побудови загальнодержавної автоматизованої інформаційної системи (АІС) виклав:

- а) В. Г. Афанасьєв;
- б) В. М. Глушков;
- в) Р. С. Гіляревський
- г) А. І. Михайлов;
- д) А. І. Чорний.

93. Зазначте, до якого з наведених типів належить інформація, що використовується у процесах комунікації і управління в засобах інформаційної техніки:

- а) соціальна;
- б) машинна;
- в) біологічна;
- г) технологічна.

94. Ефективність управління будь-якими процесами залежить:

- а) від структури інформаційного забезпечення;



- б) внутрішніх факторів;*
- в) зовнішніх факторів;*
- г) програми стану об'єкта управління;*
- д) ваша думка.*

95. Існують такі класи комунікацій:

- а) між двома індивідами;*
- б) між індивідом і групою;*
- в) усні;*
- г) письмові;*
- д) всередині групи;*
- ж) між рівнями і підрозділами організації.*

96. Зазначте, які з наведених порівняльних характеристик належать до переваг непрограмованих (непрограмних) управлінських рішень:

- а) погано структурований тип рішення;*
- б) добре структурований тип рішення;*
- в) чіткі, конкретні цілі;*
- г) невизначені цілі;*
- д) оцінка і творчість для розв'язання;*
- ж) правила вирішення, набір процедур – основа для розв'язання.*

97. Інформаційний маркетинг передбачає:

- а) вивчення інформаційних потреб і характеру відомостей, що потрібні споживачу інформації;*
- б) формування попиту на інформацію і стимулювання його розвитку;*
- в) встановлення чисельності і складу груп споживачів, яким необхідні інформаційні продукти і послуги;*
- г) оцінку якості власної інформаційної діяльності на основі відгуків споживачів та інтенсивності попиту на інформаційні продукти і послуги;*
- д) коригування або зміну інформаційної продукції чи послуг;*
- ж) усе зазначене.*

98. Зазначте ознаки, за якими класифікують інформацію, що використовується в управлінні:

- а) вид інформації;*
- б) сфера виникнення;*



- в) призначення;
- г) форми фіксації;
- д) форми передавання;
- ж) джерело надходження;
- з) стан обробки;
- к) усе зазначене.

99. Наявність постійних запитів споживачів інформації та зворотного зв'язку між ними і службою інформації є основною властивістю системи:

- а) диференційованого обслуговування керівництва (ДОК);
- б) тематичного забезпечення керівництва (ТЗК);
- в) вибіркового поширення інформації (ВПІ);
- г) проблемно-орієнтованого інформування керівників (ПОІК);
- д) не властиво жодній із систем.

100. Інформаційний менеджер повинен уміти:

- а) формувати політику і стратегію організації, планувати роботу інформаційних структур;
- б) управляти кадрами і забезпечувати їх роботу;
- в) впроваджувати маркетинг, інновації;
- г) вести інформаційне обслуговування;
- д) працювати з різними електронними базами і банками даних;
- ж) приймати обґрунтовані рішення;
- з) усе зазначене.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшн: Моногр. К. : МАУП, 2005. 440 с.
2. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навчальний посібник. К. : Центр вільної преси, 2010. 258 с.
3. Квіт С. Масові комунікації: Підручник. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
4. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / Ю. В. Косенко. Суми : Сумський державний



університет, 2011. 187 с.

5. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник. Х. : КП Типография №13. 2009. 392 с.

6. Яцимирська М. Г. Наука про комунікування: генеза, засади, мова / М. Г. Яцимирська // Вісник Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. 2011. Вип. 34. Ч. 1. С. 261–266.

Допоміжна

1. Адамьянц Т. З. Социальная коммуникация. Учебное пособие. М.: ИСРАН, 2005. 158 с.

2. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции М.: Аспект Пресс, 2005. 176 с.

3. Бориснёв С. В. Социология коммуникации Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 270 с.

3. Дьякова Е. Г. Массовая коммуникация и власть Екатеринбург: УрО РАН, 2002. 299 с.

4. Карпова М. К., Столяров И.Н. Социология массовой коммуникации Учебно-методическое пособие. Пенза : Изд-во ПГУ, 2011. 128 с.

5. Колодий Н. А. Социология массовой коммуникации Электронное издание / Часть 1 Томск: ТПИ. 125с.

6. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации Учебное пособие. ЗАО Издательский дом «Питер», 2005. 288 с.

7. Основы теории коммуникации: Учебник /Под ред. проф. М. А. Василика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.

8. Сапунов В. И. Массовая коммуникация в XX веке: концепции западных исследователей Воронеж. 2005. 110 с.

9. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 461 с.

10. Социология. Основы общей теории. Отв. ред. Осипов Г. В., Москвичев Л. Н.: М.: Норма. 2003. 912 с.

11. Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации Учебник для вузов. СПб. : Питер, 2003. 400 с.

12. Харитонов М. В. Реклама и PR в массовых коммуникациях. СПб. : Речь, 2008. 198 с.

13. Черных А. И. Социология массовых коммуникаций



Учебное пособие. М. : Издательский дом ГУВШЭ. 2008. 451с.

Матеріали, розміщені на веб-сторінках:

- <http://education.gov.ua>. веб-сторінка Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України.
- <http://nduv.gov.ua>. веб-сторінка бібліотеки ім. В.І. Вернадського.
- <http://zakon2.rada.gov.ua>. сторінки сайту «Законодавство України»
- <http://direktor.at.ua>. Форум директорів шкіл України.
- <http://ekniga.com.ua>. Інформаційно-пошукова система-каталог з електронної літератури: книжки, довідники, словники, енциклопедії, підручники і т.д.
- <http://7ua.net>. Електронна бібліотека: енциклопедії, словники, підручники.

