

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Психологія та соціологія масової комунікації

Методичні вказівки до семінарських занять та самостійної роботи
для студентів спеціальності 231 Соціальна робота
усіх форми навчання

Обговорено і
рекомендовано на засіданні
кафедри організації
соціально-психологічної
допомоги населенню
Протокол № 6
Від «14» листопада 2019 р.

Психологія та соціологія масової комунікації. Методичні вказівки до семінарських занять та самостійної роботи для студентів спеціальності 231 Соціальна робота усіх форми навчання / Укл. : Філіпович В. М. – Чернігів : ЧНТУ, 2019. – 43 с.

Укладач: Філіпович Вікторія Миколаївна, канд. психол. наук, доцент кафедри організації соціально-психологічної допомоги населенню

Відповідальний за випуск: Новик Т.В., доцент кафедри організації соціально-психологічної допомоги населенню, кандидат психологічних наук.

Рецензент: Мазур Т.В., кандидат психологічних наук, доцент кафедри організації соціально-психологічної допомоги населенню Чернігівського національного технологічного університету

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ	6
2 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	9
3 ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	9
4 ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ	10
5 ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА	22
6 МЕТОДИ НАВЧАННЯ.....	34
7 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ	34
8 ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ	28
9 РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ	31
10 ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS.....	32
11 МІНІМАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ	32
12 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	40
13 ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	41
14 ДОДАТКИ.....	42
Додаток А –Контрольні завдання для самоперевірки.....	42

ВСТУП

Сьогодення характеризується становленням та розвитком відкритого, цивілізованого суспільства, у ньому з'являються принципово нові форми спілкування та комунікації, засновані на соціальному та особистому партнерстві, конкуренції, на правових та соціальних основах формальної рівності всіх громадян суспільства, на раціональному врегулюванні суспільних відносин. Кількість та якість комунікацій безперервно зростають, значна кількість людей залучається до комунікаційного процесу, взаємозв'язок між окремими комунікаціями стає тісним, зростає дія комунікацій, мережа яких досягла глобальних масштабів. Зростання комунікацій відкриває нові можливості, які звільняють людей від певних обмежень, систем соціального контролю та примусу, створюють нові засади особистої репрезентації.

Програма вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Психологія та соціологія масової комунікації» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра галузі знань 23 «Соціальна робота» спеціальності 231 Соціальна робота.

Метою викладання навчальної дисципліни «Психологія та соціологія масової комунікації» є: формування уявлення про сутність і характер комунікаційних процесів в інформаційному суспільстві, механізми комунікації у сучасних засобах комунікації; надання студентам знання про основні моделі комунікації, про спосіб організації комунікації в суспільстві.

Програма навчального курсу складається з лекційної частини, семінарських занять, самостійної роботи.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні набути такі компетенції:

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні набути такі компетенції:

- ЗК1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
- ЗК7. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації
- ЗК9. Навички міжособистісної взаємодії
- СК2. Здатність до виявлення соціально значимих проблем і факторів досягнення соціального благополуччя різних груп населення
- СК3. Здатність професійно діагностувати, прогнозувати, проектувати та моделювати соціальні ситуації
- СК18. Здатність будувати реабілітаційний процес із урахуванням порушень функцій організму і психіки людини та впливу патогенних факторів навколишнього середовища.

Методичні рекомендації з дисципліни «Психологія та соціологія масової комунікації», складені відповідно до програми вивчення дисципліни, і передбачають ведення студентами опорних конспектів та словника психологічних термінів з кожної теми, підготовку відповідей на питання для самоконтролю та завдання для самостійного опрацювання. Самостійна робота спрямована на закріплення теоретичних знань, формування вміння

критичного осмислення і корегування інформації, отриманої через засоби масової інформації. Питання для самоконтролю допомагають студентам оволодіти ґрунтовними знаннями з психології та соціології масової комунікації.

Згідно вимог освітньо-професійної програми очікуваними результатами засвоєння дисципліни студентами є:

- ПРН8. Автономно приймати рішення в складних і непередбачуваних ситуаціях.
- ПРН10. Виконувати рефлексивні практики в контексті цінностей соціальної роботи, відповідальності, у тому числі для запобігання професійного вигорання.

Методичні рекомендації містять відомості про зміст і структуру дисципліни, тематику підготовки семінарських занять, питання для самостійного опрацювання матеріалу для поглибленого вивчення дисципліни, тематику доповідей та рефератів, список рекомендованої літератури. Також подано розподіл балів, мінімальні вимоги до знань та вмінь, тестові завдання для самоперевірки.

1 ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Психологія та соціологія масової комунікації як галузь наукового знання

Тема 1. Соціологія масової комунікації та її місце серед інших галузей соціологічної науки.

Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій. Виникнення масових комунікацій в суспільстві: функціональний підхід. Історія розвитку масової комунікації. Медіаосвіта та медіаграмотність як освітні категорії. Функції масової комунікації.

Тема 2. Теорія масової комунікації як методологічна основа збору інформації.

Витоки і основні парадигми соціальної комунікації та інформації. Розвиток теорій масової комунікації та інформації в ХХ-ХХІ ст. Моделі масової комунікації. Лінійні моделі масових комунікацій. Формула Лассуелла. Кругові (циклічні) моделі. Модель Осгуда-Шрамма. Модель Аристотеля. Модель біхевіоризму. Модель Шеннона - Вівера. Двоканальна модель мовної комунікації. Двоступінчата модель комунікації. Теорія "Спіраль тиші / мовчання".

Тема 3. Комунікативні процеси суспільного розвитку.

Механізми здійснення ролі ЗМК у житті соціуму. Поняття комунікативного процесу: зміст етапів і основні характеристики комунікацій. Проходження інформації по елементах комунікативної системи. Забезпечення процесу комунікацій. Масова комунікація та сфера суспільних зв'язків і взаємовідносин. Когнітивно-інституційний підхід до масової комунікації. Поняття інформації. Соціальна інформація та її властивості. Поняття «комунікація». Спілкування та комунікація. Визначення масової комунікації.

Тема 4. Види комунікацій: сутність та характеристика.

Вербальна комунікація. Форми мовної комунікації. Усномовна комунікація. Мовлення та слухання як різновиди усномовної комунікації. Письмовомовна комунікація: властивості, види та функції. Поняття невербальної комунікації. Компоненти невербальної комунікації. Організація простору та часу під час невербальної комунікації.

Змістовий модуль 2. Соціологія комунікації і суспільна сфера

Тема 5. Соціологія комунікації та громадська думка.

Громадська думка як сукупність уявлень, оцінок і суджень. Методи формування громадської думки. Спрямованість громадської думки. Функції громадської думки. ЗМІ, як маніпулятивні засоби у виборі способів впливу на споживача. Розуміння механізмів маніпулятивного впливу, використовуваного ЗМІ й рекламою, саме по собі сильний профілактичний засіб. Розвиток у людини навичок критичного мислення дає змогу забезпечити її перебування у просторі мас-медіа.

Тема 6. Соціологія комунікації і система політичних відносин.

Особливості політичної комунікації в сучасному суспільстві. Політика і комунікація - шляхи взаємодії. Політична комунікація. Комунікація в політиці. Сутність політичної комунікації Р.Ж. Шварценберга. Форми (способи) політичної комунікації. Функції засобів масової інформації. Використання засобів масової комунікації в сфері публік рилейшнз. Можливості Інтернет-мереж та інформаційні служби. Агентства реклами та їх роль в маркетингових комунікаціях. Організаційно-масова робота з аудиторією та електоральна поведінка. Реклама як маркетингова комунікація. Її використання в сфері PR. Специфіка комунікативних процесів під час електоральних кампаній.

Тема 7. Спілкування і особистість. Структура і спрямованість взаємодії.

Комунікативні можливості особистості та формування інформаційного вибору. 1. Комунікативні можливості особистості та формування інформаційного вибору. Формування думок і поглядів. Комунікативна культура, її рівні. Спеціальні методи обробки даних, які застосовуються при вивченні аудиторії телебачення і радіо. Підготовка аналітичних матеріалів та рекомендацій для журналістів ЗМК. Обробка та аналіз соціологічної інформації в галузі вивчення роботи засобів в масової комунікації. Використання результатів соціологічних досліджень в практиці роботи засобів масової комунікації.

Тема 8. Реклама як масова комунікація

ЗМІ, як маніпулятивні засоби у виборі способів впливу на споживача. Розуміння механізмів маніпулятивного впливу, використовуваного ЗМІ й рекламою, саме по собі сильний профілактичний засіб. Розвиток у людини навичок критичного мислення дає змогу забезпечити її перебування у просторі

мас-медіа.

Маніпуляція підсвідомістю. Закони на яких ґрунтується основний сенс маніпуляції. Емоційні мотиви рекламного впливу на особистість реципієнта. Співвідношення емоційних і раціональних мотивів, що впливають на підсвідомість. Які треба зробити висновки, щоб сформувані своє адекватне ставлення до рекламних меседжів.

2 СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин для денної форми навчання			
	всього	у тому числі		
		лек	сем	самоств
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1. Психологія та соціологія масової комунікації як галузь наукового знання				
1. Соціологія комунікації та її місце серед інших галузей соціологічної науки	9	2		7
2. Теорія масової комунікації як методологічна основа збору інформації.	11	2	2	7
3. Комунікативні процеси суспільного розвитку.	11	2	2	7
4. Види комунікацій: сутність та характеристика.	11	2	2	7
Разом за змістовим модулем 1	42	8	6	28
Змістовий модуль 2. Соціологія комунікації і суспільна сфера				
5. Соціологія комунікації та громадська думка.	12	2	2	8
6. Соціологія комунікації і система політичних відносин.	12	2	2	8
7. Спілкування і особистість. Структура і спрямованість взаємодії.	12	2	2	8
8. Реклама як масова комунікація	12	2	2	8
Разом за змістовим модулем 2	48	8	8	32
Усього годин	90	16	14	60

3 Теми семінарських занять

№	Тема	К-ть годин
1	Соціологія комунікації та її місце серед інших галузей соціологічної науки	2
2	Теорія масової комунікації як методологічна основа збору інформації.	2
3	Комунікативні процеси суспільного розвитку.	2
4	Види комунікацій: сутність та характеристика.	2
5	Соціологія комунікації громадська думка	2
6	Соціологія комунікації і система політичних відносин	2
7	Спілкування і особистість. Структура і спрямованість взаємодії	2
	Всього	14

4 ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1. Психологія та соціологія масової комунікації як галузь наукового знання

Семінарське заняття 1

Тема: Соціологія масової комунікації та її місце серед інших галузей соціологічної науки

План

1. Об'єкт і предмет соціології масових комунікацій.
2. Виникнення масових комунікацій в суспільстві: функціональний підхід.
3. Історія розвитку масової комунікації.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність як освітні категорії.
5. Функції масової комунікації.

Теми рефератів та доповідей

1. Історія розвитку медіаосвіти.

2. Суспільне значення медіаосвіти.
3. Визначення та сутність поняття «медіаграмотність».
4. Медіаосвіта в Україні.

Питання для самостійного опрацювання

1. У чому полягає предмет соціології масових комунікацій?
2. Чим характеризується протосоціологічний етап дослідження масової комунікації?
3. Який внесок зробив М. Вебер у соціологію масової комунікації?
4. Назвіть основні системи комунікації та їх призначення.
5. Яке місце в суспільному житті займають базові комунікації?
6. Розкрийте зміст сучасних концепцій масової комунікації?
7. Що таке процес спілкування, з яких елементів він складається?
8. Які рівні спілкування?
9. Що таке функції спілкування?
10. Чи різниця між термінами “спілкування” і “комунікація”?
11. Які соціологічні аспекти спілкування вивчає соціологія комунікації?

Література

основна:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

додаткова:

1. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании віживають на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблішер. – 2016. -262 с.
2. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
3. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
6. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.
8. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса: Астропринт, 2002
9. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний

Семінарське заняття 2

Тема: Теорія масової комунікації як методологічна основа збору інформації.

План

1. Витоки і основні парадигми соціальної комунікації та інформації.
2. Розвиток теорій масової комунікації та інформації в ХХ-ХХІ ст.
3. Моделі масової комунікації.
4. Лінійні моделі масових комунікацій.
5. Формула Лассуелла.
6. Кругові (циклічні) моделі.
7. Модель Осгуда-Шрамма. Модель Аристотеля. Модель біхевіоризму. Модель Шеннона - Вівера. Двоканальна модель мовної комунікації. Двоступінчата модель комунікації. Теорія "Спіраль тиші / мовчання".

Теми рефератів та доповідей

1. Теорія соціальних ролей Р. Мертон і Д. Міда
2. Теорія стереотипів.
3. Теорія когнітивного дисонансу.
4. Теорія користі та задоволення.
5. Теорія навчання та теорія пізнання.
6. Структурно-функціональний підхід.
7. Теоретичні основи свободи преси.
8. Теорія порядку денного М. Мак-Кобса і Д. Шоу.
9. Теорія гейткіперів К. Левіна

Питання для самостійного опрацювання

1. Чому теорія комунікації є міждисциплінарною галуззю знань?
2. Чи можна назвати комунікаційною революцією: винахід писемності; виготовлення друкованого верстата; упровадження електронних мас-медіа?
3. Розкрийте зміст понять "спілкування", "комунікація", "соціальна комунікація", "мовна діяльність".
4. Які базові складові соціальної комунікації?
5. Що більшою мірою становить основу комунікації: мова, конструкція, система, мовні сигнали?
6. Які теорії комунікації та інформації, розроблені вітчизняними й зарубіжними вченими, відіграли найбільшу роль у формуванні сучасної теорії комунікації?

Література

основна:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

додаткова:

1. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании виживают на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.
2. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
3. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И.
4. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
6. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.
8. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса: Астропринт, 2002
9. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60

Семінарське заняття 3

Тема: Комунікативні процеси суспільного розвитку.

План

1. Механізми здійснення ролі ЗМК у житті соціуму.
2. Поняття комунікативного процесу: зміст етапів і основні характеристики комунікацій.
3. Проходження інформації по елементах комунікативної системи. Забезпечення процесу комунікацій.
4. Масова комунікація та сфера суспільних зв'язків і взаємовідносин.
5. Когнітивно-інституційний підхід до масової комунікації.
6. Поняття інформації. Соціальна інформація та її властивості.
7. Поняття «комунікація». Спілкування та комунікація.
8. Визначення масової комунікації.

Теми рефератів та доповідей

1. Побутове та наукове розуміння комунікації
2. Проблема смислу
3. Проблема розуміння.
4. Соціальний простір та час.
5. Комунікаційні аспекти еволюції культури.
6. Соціальна комунікація як предмет дослідження.
7. Контури метатеорії соціальної комунікації

Питання для самостійного опрацювання

1. Чи можна розглядати комунікативний процес як послідовно реалізовані етапи виробництва, мультиплікації, поширення, прийому, розпізнавання і використання інформації?
2. У чому схожість і відмінність між поняттями "комунікативний процес" та "комунікація як процес"?
3. Які способи передачі інформації Ви знаєте?
4. За якими критеріями можна оцінювати ефективність комунікативного процесу?
5. Що таке "зворотний зв'язок"?
6. У чому головний недолік моделей комунікації?
7. Хто такі лідери думок?

Література

основна:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

додаткова:

1. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании виживают на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.
2. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
3. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.

4. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
5. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
6. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.
7. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса: Астропринт, 2002
8. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60

Семінарське заняття 4

Тема: Види комунікацій: сутність та характеристика.

План

1. Вербальна комунікація.
2. Форми мовної комунікації.
3. Усно-мовна комунікація.
4. Поняття невербальної комунікації.
5. Компоненти невербальної комунікації.
6. Організація простору та часу під час невербальної комунікації.

Теми рефератів та доповідей

1. Комунікаційний процес та його організація.
2. Психологія брехні.
3. Перешкоди на шляху до ефективних комунікацій.
4. Проблеми впливу зовнішнього середовища на формування комунікаційних процесів в організації.
5. Проблеми спілкування між представниками керуючої та керованої систем організації.
6. Характеристика міжособистісного спілкування та шляхи подолання проблем, що виникають.
7. Особливості невербальних аспектів спілкування.
8. Характерні аспекти спілкування з іноземними діловими партнерами.

Питання для самостійного опрацювання

1. Техніки ефективного спілкування.
2. Мовлення та слухання як різновиди усно-мовної комунікації.
3. Письмово-мовна комунікація: властивості, види та функції.
4. У чому полягає сутність поняття "комунікація" та "комунікаційний процес"?
5. Охарактеризуйте канали та засоби комунікацій.
6. Поясніть, яку роль відіграє технічна база комунікацій.

Література

основна:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

додаткова:

1. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60
2. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса: Астропринт, 2002
3. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании виживают на рынке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.
4. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
5. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
7. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.

Змістовий модуль 2. Соціологія комунікації і суспільна сфера

Семінарське заняття 5

Тема: Соціологія комунікації та громадська думка

План

1. Громадська думка як сукупність уявлень, оцінок і суджень.
2. Методи формування громадської думки.
3. Спрямованість громадської думки.
4. Функції громадської думки.
5. ЗМІ, як маніпулятивні засоби у виборі способів впливу на споживача. Розуміння механізмів маніпулятивного впливу, використовуюваного ЗМІ й рекламою, саме по собі сильний профілактичний засіб.

6. Розвиток у людини навичок критичного мислення дає змогу забезпечити її перебування у просторі мас-медіа.

Теми рефератів:

1. Соціологія масових комунікацій як галузь соціологічної науки.
2. Структура та специфіка соціології комунікації.
3. Предмет і об'єкт соціології комунікації.
4. Методи спостереження, бесіди з батьками та тестування для дітей дошкільного віку.

Питання для самостійного опрацювання

1. Що таке система засобів масової комунікації?
2. Коли соціологія масових комунікацій виокремилась у самостійну галузь соціології?
3. Хто був автором "двоступеневої моделі" масової комунікації?
4. Які моделі масової комунікації були розроблені у другій половині ХХ ст.?
5. Хто такі "лідери думок"?
6. Яку модель комунікації запропонувала Е. Ноель-Нойман .

Література

основна:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

додаткова:

1. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60
2. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса: Астропринт, 2002
3. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании виживают на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.
4. Гард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
5. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.

7. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.

Семінарське заняття 6

Тема: Соціологія комунікації і система політичних відносин.

План

1. Особливості політичної комунікації в сучасному суспільстві.
2. Політика і комунікація - шляхи взаємодії.
3. Політична комунікація.
4. Комунікація в політиці.
5. Сутність політичної комунікації Р.Ж. Шварценберга.
6. Форми (способи) політичної комунікації.
7. Функції засобів масової інформації.

Теми рефератів та доповідей

1. Комунікації в сфері політики та публік рилейшнз.
2. Використання засобів масової комунікації в сфері публік рилейшнз
3. Можливості Інтернет-мереж та інформаційні служби.
4. Агентства реклами та їх роль в маркетингових комунікаціях.
5. Організаційно-масова робота з аудиторією та електоральна поведінка.
6. Реклама як маркетингова комунікація. Її використання в сфері PR.
7. Специфіка комунікативних процесів під час електоральних кампаній

Питання для самостійного опрацювання

1. Що собою являє політична комунікація?
2. Які форми політичної комунікації виділяють дослідники?
3. До яких маніпуляцій вдаються під час проведення виборчої кампанії?
4. Опишіть психологічні прийоми, що застосовуються журналістами з метою маніпулювання.
5. Що входить в структуру суспільних комунікацій?
6. В чому різниця соціології політики, соціальної філософії та соціальної психології?
7. Дайте сучасне визначення терміну “пропаганда”.
8. Агентства зв'язків з громадськістю та їх роль в публічності політики.
9. Чим відрізняються теорія і концепція, ієрархія і парадигма?
10. В чому різниця соціології політики, соціальної філософії та соціальної психології?
11. Як мас-медіа впливають на сучасний процес іміджетворення в політиці?

Література

основна:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

додаткова:

1. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60
2. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса: Астропринт, 2002
3. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании виживают на рынке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.
4. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
5. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
7. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
8. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.

Семінарське заняття 7

Тема: Спілкування і особистість. Структура і спрямованість взаємодії

План

1. Комунікативні можливості особистості та формування інформаційного вибору.
2. Формування думок і поглядів.
3. Комунікативна культура, її рівні.

Теми рефератів та доповідей

1. Спеціальні методи обробки даних, які застосовуються при вивченні аудиторії телебачення і радіо.

2. Підготовка аналітичних матеріалів та рекомендацій для журналістів ЗМК.

3. Обробка та аналіз соціологічної інформації в галузі вивчення роботи засобі в масовій комунікації.

4. Використання результатів соціологічних досліджень в практиці роботи засобів масової комунікації.

Питання для самостійного опрацювання

1. Яким чином новітні інформаційні технології забезпечують комунікаційні процеси?

2. Як впливає на комунікативні стосунки етнокультурні, соціолопсихологічні та політичні особливості країни, де відбувається спілкування?

3. Як політична ситуація та економічний розвиток країни впливають на майбутній розвиток медіа, і чи впливає це не їх власний імідж?

4. Які засоби створення іміджів через Internet-мережу?

Література

основна:

1. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60

2. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів масової комунікації. Навчально-методичний посібник до курсу «Соціологія масової комунікації». – Одеса:Астропринт, 2002

3. Тангейт М. Медиагиганти. Крупнейшие медиакампании виживают на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.

4. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.

5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.

6. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126

7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.Глива

додаткова:

1. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.

2. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василика. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126

3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.

4. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.

5 ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА

1. Змістовий модуль I

Тема 1. Прочитати і проаналізувати Зігмунта Баумана «Індивідуалізоване суспільство» (М., 2005). (Розділ I. Як ми живемо? – С. 21- 121).

Тема 2. Прочитати і проаналізувати працю Х.Ортеги-і-Гассета «Бунт мас». Розділ I. Навала мас. Розділ VII. Шляхетне життя і просте життя, або Зусилля і безвладність.

Розділ VIII. Чому маси втручаються у все і чому вони втручаються лише насильно.

Тема 3. Прочитати і проаналізувати «Хлопець, за якого не жаль померти. Едвард Каллен – компенсований психопат у книзі «Присмерки» // Дебра Л. Мерскін. Сексуалізація медіа. Як і чому ми це робимо. – Харків: Гуманітарний центр, 2015. –С.229- 251).

Тема 4. Прочитати і проаналізувати працю Е.Ноель-Нойман «Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання» (Глава 1. Гіпотеза спіралі мовчання; Глава XXI. Засоби масової інформації як одне з джерел громадської думки.)

Тема 5. Прочитати і проаналізувати працю Назіпа Хамітова «Філософія самотності» (Частина I. Тінь ранку. Розділи 1 («Самотність жіноча і чоловіча: юність») -7 («Нерозділене кохання»).

Змістовий модуль II

Тема 6. Прочитати і проаналізувати працю Зігмунта Баумана. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства. – М., 2004. (Глава 4. Туристи і бродяги. – С. 44 - 56).

Тема 7. Прочитати і проаналізувати працю Еріха Фромма «Мистецтво любити. Дослідження природи любові» (Розділ «Любов та її розпад в сучасному західному суспільстві»).

Тема 8. Прочитати і проаналізувати «Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей / За ред.

М.Маєрчик, О.Плахотнік, Г.Ярманової. – К., Критика, 2014. (Розділ 5. Гендерована робота. – С.77-97; Розділ 9. Гендероване насильство: між звичаєм і злочином. – С. 151- 165; Розділ 10. Числові дані як створення гендерних дискусій та дискурсів – С. 165- 179.).

6 МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни використовуються такі методи навчання: інтерактивні лекції, анотування психологічної літератури, проведення круглих столів, дебатів, підготовка реферативних завдань та доповідей, виконання завдань для самостійної роботи, тестові завдання для самоконтролю до змістових модулів I-II (відповідно до методичного забезпечення дисципліни). Складання психологічних словників з окремих тем за ключовими словами.

Під час лекцій організовується зворотний зв'язок з аудиторією шляхом формулювання запитань і стислих відповідей з обох сторін. На семінарських заняттях розглядаються теоретичні положення відповідно до тематичного плану занять, докладно розбираються приклади.

7 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль здійснюється у формі опитування, проведення контрольних робіт за темами, дискусій, виконання творчих робіт.

Підсумковий контроль включає модульний та семестровий контроль. Модульний контроль проводиться у вигляді тестових завдань. Систематичний поточний контроль знань під час семінарських занять проводиться у формі вибіркового усного опитування, підготовки доповідей, доповнень до доповідей, участі в обговоренні, презентації самостійних завдань, рішення ситуаційних задач.

Семестровий контроль за результатами вивчення дисципліни проводиться в останній атестаційний тиждень семестру (сесію) шляхом зваженого додавання результатів модульного контролю та постановки підсумкової оцінки до залікової відомості

Оцінювання рівня виконання самостійної роботи на основі перевірки роботи (змістовність і конкретність, достатня повнота викладення питання; завершеність викладення думок, відсутність повторів; професійна грамотність; правильність в оформленні роботи), впевненість та аргументованості на захисту.

8 ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Соціологія масових комунікацій та ЗМІ як наука.
2. Поняття комунікації, соціальної комунікації, масової комунікації.
3. Масова комунікація та ЗМІ як її інститут.
4. Функції масової комунікації.
5. Соціальна природа та історична обумовленість масової комунікації .
6. Методи соціологічного дослідження засобів масової комунікації.

7. Категорії «інформація», « комунікація », « інтеракція» , « спілкування»: соціологічний аналіз.
8. Основні елементи та етапи комунікативного процесу.
9. Формат, контекст, середовище комунікації як джерело факторів впливу.
10. Повідомлення та способи формування.
11. Когнітивний та інтерактивний рівні комунікації.
12. Комунікативні бар'єри та їх різновиди.
13. Структурні моделі комунікації.
14. Формула лінійної моделі комунікації Г. Лассуела.
15. Циркулярна модель комунікативного процесу У. Шрамма.
16. Взаємодія ЗМІ з іншими інституційними системами суспільства.
17. Техніко- технологічні особливості (формати) електронних ЗМІ.
18. Техніко- технологічні особливості (формати) друкованих ЗМІ.
19. Глобальна мережа Інтернет: соціальні та культурні функції.
20. Комерційно- ринкові засади діяльності ЗМІ та їх врахування
21. Комунікативні та інформаційні процеси: визначення, схожість і відмінність.
22. Характеристики комунікатора, повідомлення та каналу як чинника впливу на аудиторію.
23. Рівні комунікації. Порівняльний аналіз масової і міжособистісної комунікації.
24. Поняття аудиторії ЗМІ. Реальна і потенційна аудиторії.
25. Індикатори, які характеризують взаємодію між аудиторією та джерелом інформації.
26. Ставлення аудиторії до інформаційного каналу.
27. Прикладні комунікації: журналістика, пропаганда, реклама, публік рілейшнз та сфери їх застосування.
28. Соціологічний та техніко- технологічний підходи до ЗМІ.
29. Теорія суспільних зв'язків Е. Макаровича та О. Карпучіна.
30. Концепція інформаційного суспільства (Д. Белл, О. Тоффлер).
31. Парадигма « тотальної дії » ЗМІ як перший етап їх дослідження у світовій науці .
32. Теорії «чарівної кулі» та «підшкірних ін'єкцій» (20- 30- ті рр. ХХ ст.).
33. Парадигма «обмежених ефектів» (40- 70- ті рр. ХХ ст.).
34. Концепція «селективної експозиції » (К. Ховленд).
35. Двоступенева модель комунікації (П. Лазарсфельд, Е. Кац).
36. Сучасні підходи до дослідження ефектів масової комунікації .
37. Встановлення пунктів «порядку денного» (М. Маккомбс, Д. Шоу).
38. Концепція « спіралі мовчання» (Е. Ноель- Нойман).
39. Підхід « корисності і задоволення потреб» (Дж. Бламлер, Е. Кац).
40. Теорії інформаційного дефіциту.
41. Модель «залежності» (З. Болл- Рокич, М. де Флюер).
42. Еволюція засобів соціальної та масової комунікації. Концепція еволюції комунікативних

технологій М. Маклюєна.

43. Концепція «мозаїчної культури» А. Моля.
44. Сучасний етап еволюції масової комунікації, вплив глобалізації.
45. Концепція інформаційно- психологічного впливу
46. Психологія мас та її значення в контексті впливу ЗМІ
47. «Гарячі» і «холодні» ЗМІ. Електронні засоби масової комунікації
48. Проблеми віртуалізації соціальних відносин в контексті розвитку ЗМІ.
49. Симулякри та гіперреальність у теорії Ж. Бодрієра.
36. Складові іміджу джерела інформації та способи його оцінки.
37. Різні техніки аналізу текстів/документів як засіб аналізу змісту повідомлень ЗМІ.
38. Якісні та кількісні методи вивчення повідомлень ЗМІ.
39. Критерії доцільності вибору контент- аналізу для вивчення повідомлень масової комунікації.
40. Текст як об'єкт вивчення за допомогою контент- аналізу.
41. Принципи та технологія здійснення допомогою контент- аналізу.
42. Опитування у дослідженнях аудиторії ЗМІ.
43. Традиційні завдання емпіричних соціологічних досліджень аудиторії ЗМІ.
44. Специфіка вивчення аудиторії преси, радіо, телебачення.
45. Якісні та кількісні методи вивчення аудиторії ЗМІ.
46. Електронні методи вивчення телевізійної аудиторії: переваги і недоліки.
47. Методи визначення рейтингу телеканалів та телепередач.
48. Проблема свободи ЗМІ в Україні.
49. Управління громадською думкою в контексті спрямованих (керованих) масових комунікацій.
50. Комерційно- ринкові засади діяльності ЗМІ та їх врахування.
51. Маніпулятивний потенціал, методики та технології ЗМІ.
52. Використання ЗМІ у корпоративних та політичних цілях.
53. Концепція та засоби інформаційно- психологічного впливу.
54. Психологія мас та її значення в контексті інформаційно- психологічного впливу.
55. Проблеми і перспективи розвитку інформаційного суспільства в сучасну добу.

9 РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточний контроль

№	Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю	К-сть балів
	Змістовий модуль1. Психологія та соціологія масової комунікації як галузь наукового знання	0 – 20
1	Підготовленість до семінарського заняття	0 – 8
2	Виконання творчих завдань (сам. роб)	0 – 12

	Змістовний модуль 2. Соціологія комунікації і суспільна сфера	0 – 40
1	Підготовленість до семінарського заняття	0 – 10
2	Виконання творчих завдань(сам. роб)	0 – 20
3	Виконання контрольної роботи	0 – 10

Підсумковий контроль

	Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю	К-сть балів
	Змістовий модуль1. Психологія та соціологія масової комунікації як галузь наукового знання	
1	Відповідь на теоретичне запитання	0 – 10
2	Виконання індивідуальних завдань	0 – 10
3	Результат поточного контролю	0 – 20
	Змістовний модуль 2. Соціологія комунікації і суспільна сфера	
1	Відповідь на теоретичне питання	0 – 10
2	Виконання індивідуальних завдань	0 – 10
3	Результат поточного контролю	0 – 40
	Зважена семестрова оцінка	0 – 100

10 ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
66-74	D		
60-65	E	задовільно	не зараховано з можливістю повторного складання
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11 МІНІМАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

З тими студентами, які до проведення підсумкового семестрового контролю не встигли виконати всі обов'язкові види робіт та мають підсумкову оцінку від 35 до 59 балів (за шкалою оцінювання), проводяться додаткові

індивідуальні заняття, за результатами яких визначається, наскільки глибоко засвоєний матеріал, та чи необхідне повторне вивчення дисципліни.

Дисципліну можна вважати такою, що засвоєна, якщо студент:

1) **знає:**

- предмет та базові категорії теорії соціальної комунікації;
- історію виникнення та розвитку комунікацій;
- основні положення теорій інформації та комунікацій;
- типи, функції та засоби комунікації;
- методи дослідження комунікацій;

2) **вміє:**

- здійснювати аналіз комунікативного процесу;
- виділяти та характеризувати функції комунікацій;
- застосовувати методи дослідження комунікацій (семіотичний аналіз, прагматичний аналіз, контент-аналіз, мотиваційний аналіз, аналіз політичних текстів).

12 РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями. – М.:ИД Университетская книга. – 2010. – 580 с.
2. Бахтин М. М. Работы 1940-х – начала 1960-х годов / М. М. Бахтин // Собр. соч.: В 7 т. Т. 5. – М. : Русские словари, 1997. – 732.
3. Бодалев А. А. Личность и общение / А. А. Бодалев. - М., 1987.
4. Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование для практиков. – М.: Вершина. - 2006. -448 с.
5. Бузин В. Н., Бузина Т. С. Медиапланирование. Теория и практика. — М.: ЮНИТИ, 2010
6. Дойч, К. Нервы управления. Модель политической коммуникации / К. Дойч. –М., 1993
7. Дридзе Т. М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе // Обществ. науки и современность. - 1996. -№ 3
8. Емельянов Ю. Н. Активное социально-психологическое обучение / Ю. Н. Емельянов. - Л., 1985
9. Жуков Ю. М. Диагностика и развитие компетентности в общении / Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская, П. В. Растянников. - Киров, 1991 ; Хрящева Н. Ю. Социально- психологические проблемы общения / Н. Ю. Хрящева. - Л., 1983.
10. Жукова Я., Ширков Ю. Моделі масової комунікації. Науковий звіт. М. : Держтелерадіо СРСР, 1989.
11. Зазыкин В. Г. Менеджер: психологические секреты профессии / В. Г. Зазыкин, А. П. Чернышов. - М., 1992.
12. Клишкин А. Медиапланирование своими руками. Готовые маркетинговые исследования. – СПб.: Питер. – 2008. – 192 с.
13. Конечкая В. П. Социология коммуникации / В. П. Конечкая. - М.: Междунар. ун-т бизнеса и упр., 1997. - С. 230
14. Костенко Н. Ценности и символы в массовой коммуникации. - К.: Наук. думка, 1993. - 130 с.
15. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок /пер. с англ. под ред. А.Б.Толстова. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. кн., 2000. – 320 с.
16. Костенко н., Валерій Іванов. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія. - К.: Центр вільної преси, — 2003. — 200 с.
17. Лейн У. Р., Рассел Дж. Т. Реклама. – СПб.: Питер, 2004. – 537 с
18. Литвинова Л. В. Опорний конспект лекцій з курсу "Інформаційний менеджмент і маркетинг" / Л. В. Литвинова. - К. : НАДУ, 2009. - С. 51-60
19. Литвинова Л. В. Організаційна культура управління державною установою: соціально-психологічний аспект. Соціальна психологія / Л. В. Литвинова // Укр. наук. журн. - 2009. - № 5 (37). - С. 136-143
20. Личковська О.Р. Контент-аналіз текстів як соціологічний метод вивчення

- масової політичної комунікації. Навч.-метод. посіб.– Одеса., 2016. – С.14
21. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл / перекл. з англ. О.Возьна, Г. Сташків. – Львів : Літопис, 2010. – 583 с. – С. 13-36.
22. Макс Хоркхаймер, Теодор В. Адорно. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. Перевод с немецкого М. Кузнецова М.-СПб.: Медиум, Ювента, 1997. -312 с.
23. Миллс Чарльз Райт. Социологическое воображение // Пер. с англ. О. А. Оберемко. Под общей редакцией и с предисловием Г. С. Батыгина. — Москва: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. — 264 с
24. Моль А. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд.3-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 416 с.
25. Назайкин А. Медиапланирование на все 100%. – М.: Альпина Бизнес Букс. - 2007. - 460 с.
26. Назаров М. М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. М. : Аванти плюс, 2004. С. 207.
27. Наумова А .В. Маркетинговые стратегии в рекламной деятельности предприятия: Учеб. пособие. – Новосибирск, 2014. – 148 с
28. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М., 1996
29. Огурцов А. П. Этнометодология / А. П. Огурцов // Современная западная социология. - М., 1990. - С. 422
30. Основы теории коммуникации / под ред. В. А. Василюка. - М. : Гардарики, 2003. - С. 126
31. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации — М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» — 2001.— 656 с.
32. Практическое руководство по организации эффективной рекламной деятельности предприятия. – Б. м.: Конверсия, 2014 – Т. 1. – 2014 – 76 с.; Т. 2. – 2015. – 88 с.; Т. 4. – 2015. – 75 с.
33. Саппак В. Телевидение и мы. Четыре беседы. М. : Искусство, 1988. С. 32
34. Серегина И. И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы) / И. И. Серегина // Мир психологии. - 2000. - № 2. - С. 80.
35. Симонов П.В. 'Что такое эмоция?' - Москва: Наука, 1966 - с.94
36. Ситниченко Л. А. Першоджерела комунікативної філософії / Л. А. Ситниченко. - К. : Либідь, 1996. - 176 с.
37. Сиссорс, Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрн. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2004. 2. Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008.
38. Сучасна західна соціологія : словник. - М., 1990. - С. 76-79.
39. Тангейт М. Медиагиганті. Крупнейшие медиакампании виживают на ринке и борются за лидерство. – М.: Альпина Паблишер. – 2016. -262 с.
40. Тард Габриэль. Общественное мнение и толпа: Пер. с фр. / Под ред. П. С. Когана. Изд. 2-е. — М.: ЛЕНАНД, 2015. — 208 с.
41. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. - М., 1999.

42. Фишер У. Путь к согласию, или переговоры без поражения / У. Фишер, У. Юри. - СПб., 1992
43. Фролов С. Словарь ключевых социологических терминов. 1999 ; Голованов О.Краткий словарь по социологии. 2001 ; Социологический словарь проекта SOCIUM, 2003
44. Шварценберг, Р.-Ж. Политическая социология. В 3 ч. Ч. 1 / Р.-Ж. Шварценберг; пер. с фр. – М.,. 1992. – С. 121.
45. Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю. А. Шерковин. - М. : Мысль, 1973. - С. 75.
46. Щепилов К. Медиаисследования и медиопланирование. – Спб.: РИП Холдинг.– 2005. – 225 с.
47. Юськів Б. М. Контент-аналіз. Історія розвитку і світовий досвід: Монографія.Б. М. Юськів — Рівне.: «Перспектива», 2006 — С.15
48. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. - М., 1998. С. 214-228.
49. Abercrombie N., Longhurst B. Audiences. L., 1998. P. 6.
50. Ang I. Desperately Seeking the Audience. New York : Routledge, 1991. P. 92
51. Bennett, T. 'Theories of the Media, Theories of Society' in Ourevitch, M. et al. (eds.) Culture, Society and the Medici, London: Methuen, 1982, pp. 30
52. Between two ages: American's role in the technetronic era. - N.Y., 1970.
53. Blumler J. G., Katz E. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA : Sage, 1974.
54. Charting the Mainstream: Television Contributions to Political Orientations / G. Gerbner, L. Gross, M. Morgan, N. Signorielli // Journal of Communication. 1982 (Spring). P. 106
55. Creswell, J.W., & Plano Clark, V.L. Designing and Conducting Mixed Methods Research. Thousand Oaks, CA: Sage. 2007.
56. Schroder K., Drotner K., Kline S., Murray C. Researching Audiences. L. : Arnold,2003. P. 30
57. Tonnies F. Gemeinschaft und Gesellschaft / 3. Aufl. Berlin, 1920 ; Bauman Z. Community: Seeking Safety in an Insecure World. Cambridge : Polity Press, 2001 и др

13 ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. www.meta-ukraine.com - (Дані про соціологічні публікації в Україні).
2. www.uceps.com.ua/ukr/alt/sociology - (Архів соціологічних даних Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, м.Київ).
3. www.ukrstat.gov.ua - (Статистичні матеріали Держкомстату України).
4. www.sociology.kharkov.ua - (Сторінка харківських соціологів).
5. www.i-soc.com.ua - (Сторінка Інституту соціології НАН України).
6. [www.sau@mail.kar.net](mailto:sau@mail.kar.net) - (Сторінка Соціологічної Асоціації України).
7. www.socd.univ.kiev.ua - (Факультет соціології та соціальної психології Київського національного університету ім.Тараса Шевченка).
8. www.socnet.ru - (Сучасна російська соціологія).

9. www.isras.ru - (Інститут соціології Російської академії наук).
10. www.indepsocres.spb.ru - (Центр незалежних соціологічних досліджень, Росія)
11. www.soc.pu.ru - (Санкт-Петербурзький державний університет, ф-т соціології)
12. www.gorod.org.ru - (Соціологічний клуб —Городл, Росія).
13. www.riisnp.ru - (Служб Социология-психология-политика, Росія).
14. www.socionet.narod.ru - посилання на популярні інтернет ресурси по соціологіїта соціології права.
15. Аналітика (Україна, Київ) - (www.eurorexhi.kiev.ua).
16. Людина і політика (Україна) - (www.politik.org.ua)
17. www.iai.donetsk.ua - Наука. Релігія. Суспільство (Україна, Донецьк)
18. www.povopol.ru - Нова політика (Україна)
19. www.rozbudova.org.ua.- Розбудова держави (Україна)
20. www.ecsocman.hse.ru/soc-ua - Соціологія: Теорія, методи, маркетинг (Україна,Київ)
21. www.isras.ru/socis - Социологические исследования (Росія)
22. www.isras.ru/Sociologicalmagazine - Социологический журнал
23. www.ukrstat.org - Статистика України. Науково-інформаційний журнал (Україна)

14 ДОДАТКИ

Додаток А

Контрольні завдання для самоперевірки

Інструкція. Із запропонованих до кожного запитання чи твердження відповідей необхідно обрати одну, найточнішу, зробивши помітку біля відповідного пункту.

1. Соціологія масових комунікацій це:

- А) галузь соціології, предметом якої є закономірності масових інформаційних явищ і процесів, діяльність соціальних інститутів, що виробляють та поширюють масову інформацію;
- Б) спеціальна соціологічна галузь, яка займається вивченням журналістики як соціального явища, журналістських матеріалів із застосуванням соціологічних методів в роботі з ними, особливостей соціального мислення журналістів і аудиторії мас-медіа;
- В) галузь соціології, що займається дослідженням ролі і місця комунікації в суспільстві, а також впливом, на свідомість і поведінку індивідів який вона здійснює;
- Г) наука про умови та процеси у суспільстві, а також їх дослідження.

2. Об'єктом соціології масової комунікації є:

- А) соціальна реальність у всій багатоманітності;
- Б) особистості, соціальні групи і спільноти, регіони і суспільство загалом, задіяні у масовій комунікації, а також відповідні соціальні організації та соціальні інститути;
- В) суспільство і його структура в об'єктивному та суб'єктивному ставленні;
- Г) масова комунікація як соціальний процес.

3. Предмет соціології масових комунікацій – закономірності процесу ... та здійснення ... і проблеми, які виникають при цьому.

- А) Організації, масово-комунікативної діяльності;
- Б) Становлення, комунікативної взаємодії;
- В) Розвитку, соціального співвідношення;
- Г) Об'єднання, комунікативної інтеграції.

4. Соціологія масових комунікацій має справу з:

- А) комунікатором та аудиторією;
- Б) соціальними відносинами в середині мікрогрупи;
- В) комунікаціями як формами соціальної активності;
- Г) процесами передачі інформації між соціальними суб'єктами.

5. З якого століття існує термін «communication»?

- А) ХІХ;
- Б) ХVІІІ;
- В) ХV;
- Г) ХVІІ.

6. У науковий обіг поняття «комунікація» ввів:

- А) Ч. Кулі;
- Б) Г. Лассуел;
- В) Д. МакКеуейл;
- Г) Т. Адорно.

7. Засіб актуалізації «органічно цілого світу людської думки», це:

- А) Процес мислення;
- Б) Уніфікація;
- В) Комунікація;
- Г) Журналістика.

8. До особливостей масової комунікації відносяться (оберіть декілька варіантів відповідей):

- А) обмежений і контрольований доступ до засобів передачі;
- Б) опосередкованість контактів інтерсуб'єктивним сприйняттям;

В) асиметричність (незбалансованість) відносин відправляючої і приймаючої сторін;

Г) вплив державного нормування на відправляючої і приймаючої сторони.

9. Набірний шрифт та друкарський верстат винайшов:

А) Гутенберг;

Б) Хайдегер;

В) Блумер;

Г) Ховланд.

10. Скільки етапів дослідження масових комунікацій реалізовано у ХХ ст.?

А) 3;

Б) 4;

В) 5;

Г) 6.

11. У 1948 р американським ученим Г. Лассуеллом було виділено три функції масової інформації:

А) інформаційна функція, функція зворотного зв'язку, функцію спадкоємності культур;

Б) ідеологічна функція, прогностична функція, евристична функція;

В) історична функція; корегуюча функція, пізнавальна функція;

Г) епістемологічна функція; описова функція; аналітична функція.

12. Хто вперше застосував термін «зв'язки з громадськістю» ?

А) А. Лінкольн;

Б) М. Тайлерант;

В) Т. Джеферсон;

Г) Б. Франклін.

13. Біхевіористи в радикальній формі зводили всі суспільні явища й процеси до взаємодії між ..., що впливають на людський організм, і ... на них.

А) адресатом і адресантом;

Б) тезою та контртезою;

В) дією та недією;

Г) стимулом і реакцією.

14. Представники якої соціологічної парадигми вважають, що в результаті міжособистісного спілкування впорядковується, формується соціальна структура, а процес розвитку комунікативних форм являє собою соціальний розвиток?

А) структуралізму;

Б) структурного функціоналізму;

В) соціальної поведінки;

Г) символічного інтеракціонізму.

15. Вкажіть автора вислову "світ конструюється в сукупності процесів соціальної взаємодії як актів комунікації".

- А) Дж. Мід;
- Б) Ж. Бодріяр;
- В) Ю. Хабермас;
- Г) І. Гофман.

16. Ким та в який період часу у радянській науці розпочаті соціологічні дослідження мови?

- А) В.В. Виноградов, Е.Д. Поливанов, Б.А. Ларін, Г.В. Степанов, Л.П. Якубинський, В.М. Жирмунський;
- Б) Н. Амосов, Н. Бехтерева, В. Вернадський, З. Бауман;
- В) В. Лобановський, Н. Дорошина, М. Велер, І. Брехман;
- Г) Н. Паніна, В. Черниш, В. Радаєв, Є. Головаха.

17. Соціолінгвістика вивчає:

- А) комунікативну функцію мови, пов'язану із соціальним аспектом мовної діяльності, спілкування, комунікації;
- Б) питання, пов'язані із соціальною природою мови, її суспільними функціями, механізмом впливу соціальних факторів на мову й ту роль, що відіграє мова в житті суспільства;
- В) постіндустріальне суспільство, у якому ототожнюється соціально-економічно й науково-технічна модернізація сучасного світу з його американізацією, а також обґрунтовується претензія "нової інтелектуальної еліти" на політичне панування в "технотронному суспільстві";
- Г) розглядає виробництво, розподіл і споживання інформації як переважну сферу економічної діяльності суспільства.

18. Дію як мету здійснення комунікацій розглядав:

- А) П. Бергер;
- Б) Ж.П. Сартр;
- В) А. Шюц;
- Г) Т. Лукман.

19. Етнометодологія ґрунтується на певних теоретичних припущеннях (знайдіть зайве):

- А) на ототожненні соціальної взаємодії з мовною комунікацією;
- Б) на ототожненні дослідження із тлумаченням та інтерпретацією дій і мовлення іншого співрозмовника;
- В) на виділенні двох шарів в інтерпретації розуміння й розмови;
- Г) на ототожненні структурної організації розмови із синтаксисом повсякденного мовлення;
- Д) на класичній позитивістській методології суб'єкт-об'єктних диспозицій.

20. Феноменологічна - методологія виділяє:

- А) сферу інтеракції (комунікації) як особливий онтологічний об'єкт;
- Б) системні зв'язки і функції;
- В) образ певного суб'єкта й соціальні зв'язки в системі;
- Г) комунікативні взаємовідносини і раціоналізації систем масових комунікацій.

21. Який соціологічний підхід нівелює природу соціального до суб'єкт-об'єктних відносин, тобто до принципу інтерсуб'єктивності, елімінуючи об'єктність?

- А) Неомарксистський;
- Б) Постнеокласичний;
- В) Неопозитивістський;
- Г) Постпозитивістський.

22. Дискурс (пізньолат. *discursus* "міркування, доказ") визначається як:

- А) вміння знаходження істини через раціональну дискусію між співрозмовниками із різними точками зору;
- Б) суцільний текст, актуалізація якого обумовлена множинними факторами, у тому числі й соціальними;
- В) цілісна теорія соціальної комунікації, що включає розгляд як вербальних, так і невербальних комунікативних засобів;
- Г) цілісне уявлення про закономірності й істотні зв'язки в різних типах і видах комунікації.

23. Прийнято вважати, що початок дослідженням масової комунікації поклав?

- А) М. Вебер;
- Б) Е. Дюркгейм;
- В) О. Конт;
- Г) Г. Спенсер.

24. Я. Жукова і Ю. Ширков виділили три групи моделей масової комунікації (знайдіть зайве).

- А) базові моделі комунікації, що описують процес масових комунікацій в цілому;
- Б) моделі переконання, що описують процес переконання за допомогою масових комунікацій;
- В) дискурсивні моделі масових комунікацій;
- Г) моделі розповсюдження інформації і впливу.

25. Який автор писав, що «особистість між внутрішньою і зовнішньою війною, тобто між необхідністю індивідуалізації вчинку, а значить власним моральним і культурним творчістю»?

- А) Г. Тард;
- Б) Т. Гобс;

- Г) К. Лазерсфельд;
- В) Т. Лукман.

26. Процес взаємодії між різними суб'єктами комунікації, за якого здійснюється обмін інформацією має назву:

- А) взаємодія;
- Б) діалог;
- В) інтеракція;
- Г) комунікація.

27. З чого починається процес обміну інформацією?

- А) з її пошуку;
- Б) з її актуалізації;
- В) з її формування;
- Г) з її перетворення.

28. Виходячи із яких стандартів відбувається стандартизація мови комунікації?

- А) стилю, механізму передачі інформації;
- Б) кодифікації, узлагодження;
- В) систематизації, операціоналізації;
- Г) налаштування, програмування.

29. Комунікація за допомогою технічних засобів:

- А) відбувається хаотично і слабо піддається фіксації;
- Б) легко реєструється і здійснюється за допомогою якого-небудь носія інформації;
- В) фіксується за принципом розподілу частоти надходження даних та диференціюється за категоріями носія.

30. Що повинен уміти одержувач інформації (знайдіть зайве):

- А) швидко виділити тематику інформації за ключовими словами;
- Б) правильно інтерпретувати початок повідомлення, а отже, передбачати його розгортання;
- В) відновити значення повідомлення, незважаючи на пропущені елементи;
- Г) правильно визначити задум висловлення (дискурсу);
- Д) ідентифікувати та диференціювати загальну модальність топосу.

31. До суб'єктивних чинників, обумовлених психологічними особливостями та індивідуальним досвідом людини, належать (знайдіть зайве):

- А) раціональність сприйняття, що передбачає оцінку ідентичності інформації, тобто співвідношення між реальними й описуваними подіями, оцінне ставлення до інформації відправника - комунікатора і його комунікативну установку;
- Б) обумовленість сприйняття минулим досвідом людини, аперцепція, що дає можливість передбачати та прогнозувати подальшу діяльність;
- В) дискретність сприйняття, яка пов'язана з особливістю людини виокремити в

повідомленні смислові складові в результаті розмежування, аналізу і об'єднання потоку інформації;

Г) випереджальний характер сприйняття, пов'язаний з попереднім чинником;

Д) обмеження або повне виключення немилозвучних і рідко вживаних форм слів, використання в одному вислові слів із загальним коренем і тотожним змістом.

32. Які можуть бути джерела повідомлень?

А) індивіди;

Б) групи людей;

В) соціальні інститути;

Г) соціальні процеси.

33. Перетворення сигналу у форму, що забезпечує оптимальну передачу сигналу по певному каналу комунікації називається:

А) кодування;

Б) форсайт;

В) програмування;

Г) симбіоз.

34. Які фактори впливають на вибір каналу комунікації (знайдіть зайве)?

А) вагомість і привабливість цього каналу для одержувача повідомлення;

Б) фізична доставка повідомлення від відправника до одержувача

В) тип символів, що використовуються для кодування інформації;

Г) вагомість і привабливість цього каналу для одержувача повідомлення.

35. До технічних засобів комунікації відносять:

А) Усі спеціально створені матеріальні носії;

Б) Усі види інформаційного забезпечення які можливо зафіксувати;

В) Устаткування яке використовується безпосередньо для комунікації;

Г) Устаткування яке використовується для обміну та передачі інформації.

36. На скільки видів можливо розділити процес обміну інформацією?

А) 3;

Б) 4;

В) 5;

Г) 6.

37. Імена імена Г. Лассуела, К. Ховланда, П. Лазарсфельда, Б. Берельсона пов'язані із:

А) Дослідженням та вивченням пропаганди;

Б) Дослідженням та вивченням громадських ініціатив;

В) Дослідженням та вивченням масових процесів;

Г) Дослідженням та вивченням комунікативної організації.

38. Проблема впливу жорстокості та насильства, що містяться в медіаконтенті, та її вплив на молоде покоління привернула увагу дослідників у:

- А) 30 р. XX ст.;
- Б) 40 р. XX ст.;
- В) 60 р. XX ст.;
- Г) 50 р. XX ст..

39. Хто є розробником теорії двохступінчатої комунікації?

- А) Г. Бейтсон;
- Б) С. Кара-Мурза;
- В) П. Лазрфельд;
- Г) К. Хволанд.

40. Яке з наведених нижче визначень комунікації є правильним?

- А) Комунікація є соціально обумовленими процесом передачі і сприйняття інформації в умовах міжособистісного та масового спілкування по різних каналах за допомогою різноманітних комунікативних засобів.
- Б) Комунікація є біологічно обумовленими процесом передачі і сприйняття інформації в умовах міжособистісного та масового спілкування по різних каналах за допомогою різноманітних комунікативних засобів.

41. Яке з наведених нижче визначень комунікаційного процесу є правильним?

- А) Комунікаційний процес – це процес передачі інформації від однієї людини до іншої або між групами людей по різноманітним каналах за допомогою різних комунікаційних засобів.
- Б) Комунікаційний процес – це результат передачі інформації від однієї людини до іншої або між групами людей по різноманітним каналах за допомогою різних комунікаційних засобів.

42. Хто з вищеперерахованих науковців є автором моделі комунікації в якій кожен з елементів відповідає на наступні питання: хто?, що повідомляє?, по якому каналу?, кому?, з яким ефектом?

- А) Аристотель;
- Б) Ласуел;
- В) Шеннон-Уівер;

43. Основною ознакою циркулярної моделі комунікації є:

- А) односторонній процес у вигляді монологу;
- Б) зворотній зв'язок у вигляді діалогу.

44. Двоканальна модель мовної комунікації складається з:

- А) вербального та невербального каналів;
- Б) лінгвістичного та екстралінгвістичного каналів.

45. Характерною особливістю двоступеневої моделі масової комунікації є:
- А) вплив інформації, яка передається населенню через ЗМІ, через деякий час підсилюється;
 - Б) вплив інформації, яка передається населенню через ЗМІ, через деякий час згасає.
46. Елементами нелінійної моделі комунікації Т. Ньюкомба є
- А) комунікант, комунікатор, соціальний феномен;
 - Б) комунікант, комунікатор, соціальне явище;
 - В) комунікант, комунікатор, соціальна ситуація.
47. Елементами комунікаційного акту є
- А) джерело інформації;
 - Б) кодування (декодування);
 - В) повідомлення;
 - Г) канал;
 - Д) партія;
 - Е) отримувач;
 - Є) аудиторія;
 - Ж) моніторинг;
 - З) зворотній зв'язок.
48. Яке з визначень комунікаційного бар'єру є правильним?
- А) комунікаційним бар'єром називають все те, що допомагає ефективній комунікації;
 - Б) комунікаційним бар'єром називають все те, що перешкоджає ефективній комунікації та блокує її.
49. Які з нижче перерахованих явищ можна назвати комунікаційними бар'єрами?
- А) дискомфорт фізичного середовища;
 - Б) інерція включеності;
 - В) динамічність включеності;
 - Г) антипатія до чужих думок, стеріотипізованість свідомості, амбіційність
 - Д) суттєва різниця словникового запасу комунікатора та комунікатора;
 - Е) професійне неприйняття;
 - Ж) неприйняття іміджу комунікатора.
50. До комунікативних бар'єрів, які обумовлені факторами середовища відносяться:
- А) акустичні перешкоди;
 - Б) відволікаюче оточуюче середовище;
 - В) температурні умови;
 - Г) не вірно підібраний засіб комунікації;
 - Д) погодні умови.

51. До технічних бар'єрів відносять:

- А) правильне використання техніки зв'язку;
- Б) не правильне використання техніки зв'язку;
- В) правильний вибір засобу комунікації;
- Г) неправильний вибір засобу комунікації.

52. До “людських” психофізіологічних бар'єрів відносять

- А) порушення артикуляції, глухота, повна або часткова втрата зору тощо;
- Б) нормальна артикуляція, гарний слух, гарний зір тощо.

53. До соціокультурних бар'єрів зазвичай відносять:

- А) нерозуміння представників інших націй, етносів, класів, соціальних груп, релігійних конфесій, професійних співтовариств тощо;
- Б) розуміння представників інших націй, етносів, класів, соціальних груп, релігійних конфесій, професійних співтовариств тощо;

54. Яке з визначень вербальної комунікації є правильним?

- А) вербальна комунікація є словесною взаємодією сторін і здійснюється за допомогою знакових систем, головною з яких є жест;
- Б) вербальна комунікація є словесною взаємодією сторін і здійснюється за допомогою знакових систем, головною з яких є мова.

55. Мова зазвичай виконує наступні функції:

- А) комунікативна;
- Б) репресивна;
- В) репрезентативна;
- Г) апелятивна;
- Д) експресивна;
- Е) фатична;
- Ж) фантастична.

56. До форм усномовної комунікації можна віднести:

- А) монологічну мову;
- Б) монотонну мову.
- В) діалогічну мову

57. Спір, полеміка, дискусія відносяться до

- А) монологічної форми усномовної комунікації;
- Б) діалогічної форми усномовної комунікації.

58. Видами усномовної комунікації є

- А) слухання;
- Б) говоріння;
- В) чхання.

59. Яке з визначень письмомовної комунікації є правильним?

- А) письмомовна комунікація є взаємодією сторін, яке здійснюється за допомогою знакових систем, які зафіксовані на папері;
- Б) письмомовна комунікація є взаємодією сторін, яке здійснюється за допомогою знакових систем, які зафіксовані на магнітній стрічці.

60. Яке з визначень невербальної комунікації є правильним?

- А) невербальна комунікація це соціально обумовлена система взаємодії, в структурі якої переважають усвідомлені комплекси дій, які відображають особистісну заурядність людини;
- Б) невербальна комунікація це соціально обумовлена система взаємодії, в структурі якої переважають невимушені, неусвідомлені комплекси дій, які відображають особистісну неповторність людини.

61. Основними характеристиками невербальної комунікації є:

- А) наявність різноманітних рухів;
- Б) наявність певного коду для кодування та декодування невербальної інформації;
- В) відсутність певного коду для кодування та декодування невербальної інформації;
- Г) наявність певної мови для передачі невербальної інформації;
- Д) відсутність певної мови для передачі невербальної інформації.

62. До компонентів невербальної комунікації є:

- А) паралінгвістичні компоненти;
- Б) паранормальні компоненти;
- В) екстралінгвістичні компоненти.

63. До паралінгвістичних компонентів невербальної комунікації відносяться:

- А) гучність голосу;
- Б) темп мови;
- В) ритм мови;
- Г) тембр голосу;
- Д) колір голосу;
- Е) висота голосу;

64. До екстралінгвістичних компонентів невербальної комунікації відносяться:

- А) мовні паузи;
- Б) сміх;
- В) покашлювання;
- Г) зітхання;
- Д) читання;
- Е) заїкання.

65. Яке з визначень міміки є правильним

- А) Міміка – це координовані рухи м'язів обличчя, які відображають стани, почуття та емоції;
- Б) Міміка – це координовані рухи м'язів обличчя, які відображають соціальний стан особистості.

66. В ході невербальної комунікації, зазвичай аналізують:

- А) невимушені рухи, які обумовлені емоціями;
- Б) девіантні прояви;
- В) вимушені рухи, які служать усвідомленою передачею певних сигналів;
- Г) фізіологічні параметри;
- Д) соціальні особливості особистості.

67. Жести, які ми розуміємо як рухи рук або кистей рук та розглядаються як прояв внутрішнього стану людини та несуть інформацію про психологічний стан,

про інтенсивність переживань, бувають:

- А) природніми;
- Б) штучними;
- В) систематичними.

68. Яке з визначень проксеміки є правильним?

- А) проксеміка це галузь дослідження індивідуальної поведінки, яка займається нормами просторової та часової організації спілкування;
- Б) проксеміка це галузь дослідження індивідуальної поведінки, яка займається девіацією просторової та часової організації спілкування.

69. В діловій комунікації виокремлюють такі зони:

- А) інтимна;
- Б) сексуальна;
- В) персональна;
- Г) соціальна;
- Д) публічна.

70. Елементами проксеміки є:

- А) пози;
- Б) хода;
- В) статус;
- Г) контакт очей.

71. Яке з визначень поняття міжособистісна комунікація є правильним?

- А) Міжособистісна комунікація це процес обміну повідомленнями і їх інтерпретація двома або декількома індивідами, які з цією метою вступили у контакт.
- Б) Міжособистісна комунікація це процес збереження повідомлення двома або

декількома індивідами, які з цією метою вступили у контакт.

72. Які з нижчезазначених тверджень є аксіомами міжособистісної комунікації?

- А) Можливість відсутності комунікації.
- Б) Неможливість відсутності комунікації.
- В) Будь-яка комунікація має рівень змісту та рівень відносин.
- Г) Будь-яка комунікація має рівень змісту та рівень кількості.
- Д) Пунктуація послідовності подій.
- Е) Комунікація характеризується симетричною та комплементарною взаємодією.
- Є) Комунікація може бути як навмисною так і ненавмисною, як ефективною та і неефективною.
- Ж) Комунікація може бути як навмисною так і ненавмисною, як ефектною та і неефектною.
- З) Комунікація незворотня.
- І) Комунікація зворотня.

73. Які з нижче зазначених факторів характеризують процес соціальної міжособистісної комунікації?

- А) мета;
- Б) правила поведінки під час комунікації;
- В) ролі, які характеризують культурні особливості соціальної комунікації;
- Г) набір вербальних та невербальних дій;
- Д) послідовність поведінкових актів;
- Е) наявність знань;
- Є) фізичне середовище;
- Ж) мова та мовлення;
- З) труднощі та навички.

74. Процес сприйняття, який супроводжує міжособистісну комунікацію характеризується наступними властивостями (оберіть правильну відповідь):

- А) вибірковістю;
- Б) цілісністю;
- В) принциповістю;
- Г) константністю.

75. Які з нижчезазначених фактів є психологічними особливостями міжособистісної комунікації (тобто такі, що визначають специфіку взаємодії учасників комунікаційного процесу):

- А) вплив самооцінки учасників комунікаційного процесу;
- Б) грошова оцінка комунікаційного процесу;
- В) проекція;
- Г) ефект ореола;
- Д) ефект орла;
- Е) стеріотипізація.

76. Які із нижче зазначених термінів характеризують комунікативні стилі?

- А) домінування;
- Б) материнство;
- В) маніпуляція;
- Г) батьківство;
- Д) суперництво;
- Е) партнерство;
- Є) співробітництво.

77. Які з нижче наведених функцій є функціями групової комунікації?

- А) нормативна;
- Б) антибактеріальна;
- В) формування згоди;
- Г) забезпечення

78. Яке з визначень комунікативної структури групи є правильним;

А) Комунікативна структура групи – це сукупність позицій членів групи в системах інформаційних потоків, які пов'язують членів групи між собою і з зовнішнім середовищем, та концентрації у них того чи іншого обсягу групової інформації.

Б) Комунікативна структура групи – це сукупність позицій членів групи в системах потоків матеріальних засобів, які пов'язують членів групи між собою і з зовнішнім середовищем, та концентрації у них того чи іншого обсягу групової інформації.

79. Визначте, які фази має процес прийняття групового рішення?

- А) встановлення фактів,
- Б) оцінка фактів,
- В) пошук рішень,
- Г) прийняття рішень;
- Д) відміна рішення.

80. Яке з визначень комунікацій в організації є правильним?

А) Комунікації в організації – це інформаційні взаємодії, в які вступають люди при виконанні чужих функціональних обов'язків.

Б) Комунікації в організації – це інформаційні взаємодії, в які вступають люди при виконанні своїх функціональних обов'язків.

81. Які з перерахованих нижче елементів є елементами внутрішньої структури організації?

- А) кадрова;
- Б) організаційна;
- В) військова;
- Г) виробнича;
- Д) маркетингова;

Е) фінансова.

82. Які із зазначених нижче факторів визначають соціально-демографічну структуру організації?

- А) стать;
- Б) вік;
- В) національність;
- Г) право власності на нерухомість.
- Д) рівень освіти;
- Е) кваліфікація;
- Є) стаж роботи;

83. Відомо, що професійна структура організації ґрунтується на розподілі праці і необхідності координації дій всіх учасників виробничої діяльності, що детермінує чотири типи структурних підрозділів. Яких саме?

- А) адміністративний персонал;
- Б) виробничий персонал;
- В) обслуговуючий персонал;
- Г) художньо-архітектурний персонал;
- Д) інженерно-технічний персонал

84. Американські вчені в галузі комунікативістики досліджуючи комунікативні моделі виокремили чотири типи «комунікаторів». Які саме?

- А) «сторож»;
- Б) лідер думок;
- В) аутсайдер думок;
- Г) «зв'язківець»;
- Д) «прикордонник».

85. Розрізняють наступні види комунікацій в організаціях:

- А) зовнішні та внутрішні;
- Б) спадні та висхідні
- В) горизонтальні та вертикальні;
- Г) чорні та білі;
- Д) міжособистісні та організаційні;
- Е) формальні та неформальні