

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Методичні рекомендації до самостійної роботи
для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна
та архівна справа»

Київ 2021

УДК 316.77 (076.5)
С 692

Укладач *Л. В. Божук* – канд. іст. наук, доц.

Рецензент *Т. С. Клиніна* – канд. іст. наук, доц.

Затверджено науково-методично-редакційною радою Національного авіаційного університету (протокол №2/21 від 19.03.2021 р.)

Соціальні комунікації: методичні рекомендації до С 692 самостійної роботи / уклад. Л.В. Божук. – К.: НАУ, 2021. – 56 с.

Методичні рекомендації укладені відповідно до робочої програми з дисципліни «Соціальні комунікації». Містять рекомендації до самостійної роботи з дисципліни «Соціальні комунікації» та понятійний апарат.

Для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» ОПП «Документознавство та інформаційна діяльність», ОПП «Інформаційна аналітика та соціальні комунікації».

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ІСТОРИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ	6
Тема 1. Соціальні комунікації як навчальна дисципліна. Предмет і завдання курсу	6
Тема 2. Соціальна комунікація як умова існування соціуму.....	8
Тема 3. Генеза теорій масових і соціальних комунікацій та інформації.....	9
Тема 4. Комунікаційна діяльність та комунікаційний процес ...	12
Тема 5. Еволюція соціальних комунікацій.....	14
Тема 6. Комунікаційні потреби	16
Тема 7. Мова як символічна комунікативна система.....	18
Тема 8. Структура та види комунікацій	21
Тема 9. Міжособові і масові комунікації	24
Тема 10. Міжкультурна комунікація	26
Тема 11. Комунікація та інформація.....	29
Тема 12. Комунікаційні канали	31
Тема 13. Комунікаційні бар'єри та способи їх подолання.....	34
Тема 14. Комунікація як форма управління організацією	37
Тема 15. Соціально-комунікаційна культура суспільства	39
Тема 16. Соціально-комунікаційні інститути суспільства	42
Тема 17. Система документної комунікації суспільства	45
Тема 18. Електронна комунікація	47
Тема 19. Наукова комунікація	50
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	54

ПЕРЕДМОВА

Навчальна дисципліна «Соціальні комунікації» є однією з базових навчальних дисциплін, які вивчаються в плані загальнопрофесійної підготовки фахівців спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», теоретичною та практичною основою сукупності знань й вмінь, що формують профіль фахівця в галузі документознавства та інформаційної діяльності здатного до оцінювання інформаційних властивостей під час пошуку, створення, збереження, розповсюдження інформації у системі соціальних комунікацій.

Мета дисципліни – надання здобувачам вищої освіти теоретико-практичних знань про систему соціальних комунікацій як важливу складову суспільних відносин, їх еволюцію та інтеграційні перспективи. Вивчаючи дисципліну, здобувач вищої освіти повинен засвоїти зміст усіх розділів програми, ознайомитися з відповідною літературою, орієнтуватися у системі соціальних комунікацій сучасного суспільства, знати структурні особливості та специфіку ділових комунікацій, усвідомити їх роль в управлінні організацією, продемонструвати отримані знання під час виступів на семінарських заняттях, при виконанні письмових завдань і модульної контрольної роботи.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

Знати: завдання і функції соціальних комунікацій у суспільних відносинах; еволюцію теорії та практики соціальних комунікацій; сутність основних концепцій теорії соціальних комунікацій; види та рівні комунікаційної діяльності; складові процесу комунікацій; моделі процесу комунікацій; організаційні та технологічні засади формування рівнів комунікаційної культури суспільства, процеси їхніх трансформаційних змін; сутність і типологію комунікаційних потреб; особливості основних підсистем системи соціальних комунікацій, їх сучасний стан; сутність та функції документно-інформаційних комунікацій; переваги й недоліки інтернету як засобу електронної комунікації; особливості комунікаційних процесів у системі наукових комунікацій.

Уміти: орієнтуватися у просторі сучасних теорій соціальних комунікацій; визначати роль масової комунікації в моделях

управління та розвитку суспільства; аналізувати проблеми соціальної комунікації в умовах розвитку інформаційного суспільства; вирішувати питання раціональної організації комунікаційних процесів; використовувати PR-технології та організувати системи соціальних комунікацій в умовах сучасної інформаційно-технологічної інфраструктури.

Програма навчальної дисципліни «Соціальні комунікації» передбачає прослуховування здобувачами вищої освіти спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» курсу лекцій в обсязі 38 годин та проведення практичних (семінарських) занять обсягом 19 годин для здобувачів вищої освіти денної форми навчання і 12 годин та 6 годин відповідно – для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля: «Теоретико-методологічні та історичні засади соціальних комунікацій».

Вивчення модуля завершується написанням модульної контрольної роботи, яка оцінюється відповідно до робочої програми з дисципліни «Соціальні комунікації». Виконання завдань для самостійної позааудиторної роботи має забезпечувати закріплення здобувачами вищої освіти компетенцій у межах тієї тематики, що розглядається на лекційних та семінарських заняттях.

Модуль 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ІСТОРИЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тема 1 СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА. ПРЕДМЕТ І ЗАВДАННЯ КУРСУ

Мета: знайомство здобувачів вищої освіти з метою, завданнями, предметом, терміносистемою навчальної дисципліни.

План

1. Соціальні комунікації – базова дисципліна в комплексній системі професійної підготовки студентів.

2. Мета, завдання, предмет навчальної дисципліни та її специфіка.

3. Структура курсу. Понятійний апарат дисципліни.

4. Генеза та сутність поняття «комунікації», «соціальні комунікації» та «документально-інформаційні комунікації». Сучасні концепції комунікації.

5. Місце навчальної дисципліни «Соціальні комунікації» у системі дисциплін документно-комунікаційного циклу.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікація, соціальні комунікації, документно-інформаційні комунікації.*

Опрацьовуючи лекційний матеріал, готуючись до практичних занять, зафіксуйте, що система соціальних комунікацій є важливою складовою суспільних відносин, а отже, вивчення теоретичних засад соціальної комунікації, загальних закономірностей, форм і різновидів соціальних комунікацій в управлінських процесах є важливими у плані вибору напрямів діяльності майбутніх фахівців в умовах формування інформаційного суспільства.

Зверніть увагу, що соціальна комунікація – це передача інформації, ідей, емоцій у вигляді знаків, символів, це процес, що з'єднує частини соціальної системи одна з одною, механізм, який дозволяє визначати поведінку іншої людини, і відповідно,

успішно вирішувати проблему розуміння у комунікативному аспекті.

Вивчення дисципліни є важливою складовою підготовки фахівців з інформаційної, бібліотечної та архівної сфери, оскільки досконале уміннями орієнтуватися в різних комунікативних ситуаціях, використовувати вербальні й невербальні засоби комунікації – основа професійного успіху та психологічної взаємодії.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є: розкриття завдання і функції соціальних комунікацій в суспільних відносинах; висвітлення еволюції теорії та практики соціальних комунікацій; визначення організаційних та технологічних засад формування рівнів комунікаційної культури суспільства, розгляд процесів їх трансформаційних змін; розкриття сутності й типології комунікаційних потреб; виявлення особливостей основних підсистем системи соціальних комунікацій, проаналізувати їх сучасний стан; ознайомити з перевагами й недоліками інтернету як засобу електронної комунікації; вироблення вміння адекватно оцінювати комунікаційний простір, використовувати отримані знання у практичній діяльності.

Опануйте терміносистему теорії соціальних комунікацій та вмiло нею оперуйте у процесі засвоєння основних положень курсу: *комунікація, соціальні комунікації, комунікаційний процес, документно-інформаційні комунікації*. Закцентуйте увагу на провідних тенденціях, історії розвитку й становлення соціальних комунікацій.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте мету, завдання, предмет навчальної дисципліни «Соціальні комунікації» та її специфіку.

2. Охарактеризуйте понятійний апарат дисципліни. Розкрийте сутність основних понять курсу.

3. З'ясуйте особливості класифікаційних підходів до вивчення комунікації.

4. Проаналізуйте основні сучасні концепції комунікації.

Література: [1; 10; 11; 18; 21; 24; 37].

Тема 2

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК УМОВА ІСНУВАННЯ СОЦІУМУ

Мета: сформувати у здобувачів вищої освіти розуміння сутності соціальної комунікації як умови існування соціуму.

План

1. Комунікація як соціально-історичне явище.
2. Типи комунікацій. Історичні форми комунікації: мова жестів, усна, писемна, електронна.
3. Генетичний і соціальний потоки інформації в історії людства.
4. Соціальна комунікація як рух змістів в соціальному просторі та часі. Соціальний простір. Соціальний час.
5. Завдання і функції соціальних комунікацій в суспільстві.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікація, структура комунікації, комунікаційний процес, типи комунікації, форми комунікації, хронотоп, інформація, інформаційні комунікації*.

Опрацювуючи лекційний матеріал, готуючись до практичних занять, запам'ятайте, що комунікація передбачає наявність не менше трьох учасників: суб'єкт, що передає (комунікант) – об'єкт, який потрібно передати (сповіщення) – приймає суб'єкт (реципієнт). Отже, комунікація – це різновид взаємодії між суб'єктами, опосередкований деяким об'єктом.

Зверніть увагу на відмінні ознаки, що відмежовують комунікації від інших процесів: учасниками комунікації виступають два суб'єкти, якими можуть бути: окрема людина або група людей, аж до суспільства в цілому, а також тварини (зоокомунікація); обов'язкова наявність об'єкту, що передається і який може мати матеріальну форму (книга, мова, жест, милостиня, подарунок тощо), або не мати її. Мета взаємодіючих суб'єктів полягає не в обміні матеріальними предметами, а в повідомленні один одному смислів, що володіють ідеальною природою.

Зафіксуйте наукове тлумачення комунікації – опосередкована і цілеспрямована взаємодія двох суб'єктів. Ця взаємодія

може бути рухом матеріальних об'єктів у тривимірному геометричному просторі і в астрономічному часі або рухом ідеальних об'єктів (смыслів, образів) в багатовимірних (віртуальних) просторах і часі. Історичними формами комунікації є: мова жестів, усна, писемна, електронна.

Зверніть увагу на визначення соціального простору і часу. Соціальний простір – це інтуїтивно сприйнятна людьми система соціальних відносин між ними. Соціальний час – це інтуїтивне відчуття руху соціального життя, пережите сучасниками. Це відчуття залежить від інтенсивності соціальних трансформаційних змін. Якщо в суспільстві змін мало, соціальний час тече повільно; якщо змін багато, час прискорює свій хід.

Розрізняйте чотири типи комунікації: матеріальну, генетичну, психічну і соціальну. Три останні утворюють клас смислової комунікації.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення комунікаційного процесу.
2. Окресліть фундаментальну значимість соціальної комунікації для людського суспільства.
3. Охарактеризуйте історичні форми комунікацій.
4. Складіть таблицю актуальних для сьогодення типів комунікації в порядку зниження індексу популярності, дайте коротку характеристику кожного типу.

Література: [10; 17; 21; 24; 36; 37].

Тема 3

ГЕНЕЗА ТЕОРІЙ МАСОВИХ І СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ІНФОРМАЦІЇ

Мета: засвоєння здобувачами вищої освіти знань про теорії та історії масових і соціальних комунікацій; усвідомлення закономірностей і технологій соціальних комунікацій представників різних соціальних груп, оволодіння методами аналізу й інтерпретації теорій та історії соціальних комунікацій.

План

1. Масова комунікація як соціальне явище (теорія Макса Вебера), проблеми масової комунікації.
2. Інформаційні революції, їхня характеристика.

3. Джерела й основні парадигми соціальних комунікацій.

4. Генеза теорій масових і соціальних комунікацій та інформації у XX–XXI століттях.

5. Моделі та технології соціальної комунікації.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *масова комунікація, інформаційні революції, теорії масових і соціальних комунікацій.*

Опрацьовуючи лекційний матеріал, готуючись до практичних занять, зафіксуйте, що у соціальній комунікації домінуючим є комунікативний аспект масової комунікації, а інформаційно-змістовний (контентний) елемент виконує допоміжну функцію. Першим дослідником масових комунікацій був німецький соціолог Макс Вебер, який обґрунтував необхідність вивчення преси у соціологічному аспекті, метод аналізу преси, звернув увагу на орієнтацію періодичного друку на різні соціальні структури і на формування людини, сформулював соціальні вимоги до журналіста.

З'ясовуючи парадигми соціальних комунікацій, зафіксуйте, що у соціокомунікативному контексті комунікація – це соціально обумовлений процес передачі й сприйняття інформації в умовах міжособистісного й масового спілкування різними каналами за допомогою різноманітних комунікативних засобів (вербальних, невербальних тощо). Ключовою проблемою комунікації є механізм, що переводить індивідуальний процес передачі й сприйняття інформації в соціально значущий процес персонального й масового впливу. Цей механізм закладений у мовній діяльності людей – саме в ній реалізуються соціально обумовлені норми й правила спілкування..

Вивчаючи питання послідовності інформаційних революцій в історії розвитку людської цивілізації, зверніть увагу на їхню хронологію, характерні риси та наслідки, що кардинально змінили не лише способи обробки інформації, а й спосіб виробництва, стиль життя, систему цінностей.

Зверніть увагу на найбільш поширені сучасні теорії масової комунікації: символічний інтеракціонізм, феноменологічний напрям, соціальний конструктивізм, етнологію комунікації, не-

омарксизм, теорію мовних (комунікативних) актів, біхевіоризм, персоналізм, екзистенціалізм, постнеокласичний підхід, теорію егалітарної комунікації, теорію гегемонії масової комунікації тощо.

Згідно теорії масової комунікації існують одновекторні, двовекторні і багатовекторні моделі комунікацій. Перші моделі розглядають комунікацію як прямий вплив комунікатора на комуніканта, тому ці моделі пов'язують з пропагандою, або з пасивною аудиторією. Друга модель двовекторна, або двоступенева, передбачає посередника між суб'єктами комунікації. У цій моделі основним в інтерпретації повідомлення виступає так званий лідер думок. Багатовекторна передбачає взаємозалежність і багатовекторність впливів як комунікатора, так і комуніканта, а також посередників, каналу передачі інформації та інших факторів.

Зосередьте увагу на розгляді й аналізі найбільш відомих моделей комунікації, що знаходять практичне застосування у сучасних інтегративних системах: авторитарна модель; двостороння асиметрична модель; двостороння симетрична модель; математична модель комунікації К. Шеннона та У. Уівера; модель біхевіоризму; лінійна модель комунікативного акту Г. Ласвелла; семіотичні моделі Р. Якобсона, У. Еко, Ю. Лотмана; циркулярна (циклічна) модель У. Шрамма та Ч. Осгуда; двокавальна модель мовної комунікації В. Морозова; «спіраль тиші/мовчання» Е. Ноель-Нойман; модель міфологічної комунікації К. Леві-Строса, Р. Барта; модель рівних можливостей; модель аргументуючої комунікації; модель іміджевої комунікації тощо. У висновку зазначте, що усі нині існуючі теорії комунікації та підходи до її означення є свідченням багатогранності феномену комунікації.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Чому теорія комунікації є міждисциплінарною галуззю знань?
2. Чи можна назвати комунікаційною революцією: винахід писемності; виготовлення друкарського верстата; впровадження електронних ЗМІ?

3. Які теорії комунікації та інформації, розроблені вітчизняними й зарубіжними вченими, відіграли найбільшу роль у формуванні сучасної теорії комунікації?

4. Схарактеризуйте найбільш відомі у світі моделі комунікації. Подумайте і віднайдіть спільні і відмінні риси, що є у цих моделях.

Література: [5; 7; 10; 11; 17; 18; 20; 21; 24; 26; 31; 38].

Тема 4 **КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА** **КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС**

Мета: ознайомлення здобувачів вищої освіти з поняттям комунікаційного процесу як взаємодії між різними суб'єктами комунікації з обміном інформацією; засвоєння знань про види та рівні комунікаційної діяльності, особливості форм комунікаційної діяльності: наслідування, діалог, управління та уміння їх застосовувати у практичній діяльності.

План

1. Комунікаційна діяльність як рух змістів в соціальному часі та просторі.

2. Види комунікаційної діяльності: мікрокомунікація, міді-комунікація, макрокомунікація.

3. Рівні комунікаційної діяльності: міжособистісна, групова, масова комунікація.

4. Форми комунікаційної діяльності: наслідування, діалог, управління.

5. Суб'єкти, об'єкти комунікаційного процесу.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *мікрокомунікація, мідікомунікація, макрокомунікація, міжособистісна, групова, масова комунікація, наслідування, діалог, управління, канали комунікації.*

Готуючись до лекції та семінарських занять, запам'ятайте основні елементи комунікації: 1) відправник інформації; 2) одержувач; 3) повідомлення; 4) середовище, в якому формується повідомлення; 5) середовище, в якому повідомлення циркулює.

Розрізняють наступні складові комунікації: суб'єкт комунікації, предмет комунікації, комунікативні засоби, комунікативний процес тощо.

Досліджуючи природу комунікативного процесу, характеризуйте його у аспектах: 1) з погляду походження й формування (історичний аспект); 2) з погляду форми процесу спілкування (типологічний аспект); 3) з погляду кількості учасників та специфіки організації комунікативного процесу (видовий аспект); 4) з погляду сутнісного (онтологічний аспект); 5) з погляду характеристики учасників комунікативного процесу (рольовий аспект); 6) з погляду ефективності й дієвості процесу (функціональний аспект); 7) з погляду самотності й оригінальності організації процесу (стильовий аспект); 8) з погляду форми процесу (формальний аспект); 9) з погляду якості процесу (квалілогічний аспект); 10) з погляду використання засобів (інструментальний аспект); 11) з погляду духовного забезпечення процесу (культурологічний аспект); 12) з погляду інформаційного забезпечення (інформаціологічний аспект); 13) з погляду складників процесу (системний аспект); 14) з погляду зв'язків між складниками процесу (структурний аспект); 15) з погляду організації процесу (технологічний аспект); 16) з погляду характеру мовної організації процесу спілкування (мовленнєвий аспект).

Зафіксуйте основні види комунікації. Міжособистісна (міжособова) комунікація – безпосередній контакт людей. У тих ситуаціях, коли люди вступають в спілкування в малих групах (кількість їх членів може бути від 3 до 20-30 осіб), прийнято говорити про групову комунікацію. Для характеристики процесів комунікації між двома або більше особами застосовують термін «міжособові комунікації». Міжособистісні комунікації своєю чергою діляться на: 1) формальні чи офіційні. Дані комунікації визначаються політикою, правилами, посадовими інструкціями певної організації та здійснюються за формальним каналам; впливають з ієрархії влади; відповідають прямому ланцюгу команд; 2) неформальні – такі, які несанкціоновані менеджером, виникають спонтанно, дозволяють заповнити розриви, які існують у формальних комунікаціях і переслідують такі цілі: дають можливість робітникам організації задовольнити свої потреби у соціальній взаємодії, можуть покращити діяльність організації,

утворюючи альтернативні, більш швидкі та ефективні канали обміну інформацією.

Масова комунікація – це процес поширення інформації і впливу в суспільстві за допомогою засобів масової інформації, в результаті чого повідомлення надходить відразу до великих груп людей.

Зверніть увагу, що результатом комунікаційної діяльності є розповсюдження освіти, формування громадської думки і суспільних настроїв, процеси управління тощо.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення комунікації як умови і характеристики існування соціуму.
2. Проаналізуйте типи соціальної комунікації.
3. Охарактеризуйте комунікаційну дію. Назвіть її основні структурні елементи.
4. Охарактеризуйте основні види комунікацій.

Література: [1; 10; 21; 24; 26; 38].

Тема 5 ЕВОЛЮЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Мета: знайомство здобувачів вищої освіти з етапами еволюції соціальних комунікацій та усвідомлення їх взаємозалежності від стадій еволюції культури. Рівні комунікаційної культури: словесна, книжкова, мультимедійна культура.

План

1. Етапи еволюції соціальних комунікацій в залежності від стадій еволюції культури.
2. Еволюція суспільних комунікаційних систем: дописемні комунікації, рукописна, мануфактурна, індустріальна, електронна, мультимедійна.
3. Процеси інституалізації сфери комунікативної діяльності в суспільстві. Становлення книжкової справи.
4. Формування книговидавничих, книготоргових, бібліотечних, бібліографічних установ.
5. Індустріальна, електронна, мультимедійна культура.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *дописемні комунікації, рукописна, мануфактурна, індустріальна, електронна, мультимедійна комунікації*.

Зафіксуйте, що присутність зв'язку – необхідна умова будь-якої комунікаційної діяльності, у якій би формі вона не здійснювалася. Основну увагу зверніть на хронологію послідовних змін системи соціальної комунікації (ССК): обцинна, рукописна, мануфактурна, індустріальна, мультимедійна, яка визначається біфуркаціями (роздвоєнням, розділенням на дві частини).

Розрізняють наступні види комунікативної культури: словесність, книжковість, мультимедійність. Працюючи над засвоєнням понять видів комунікаційної культури, зверніть увагу на їхнє трактування у сучасному науковому дискурсі.

Врахуйте, що розвиток людства від первісного суспільства до постіндустріальної цивілізації супроводжувався постійним збільшенням кількості комунікаційних каналів, доповненням природних каналів штучними. Природні канали використовують властиві людині способи для передачі значущих повідомлень у фізичному просторі. У первісному суспільстві існували два природні комунікаційні канали: невербальний (несловесний) і вербальний (словесний). Невербальний і вербальний канали в їх нерозривній єдності стали вихідною базою для формування усної комунікації; а іконічний і символічний канали поклали початок документній комунікації. Зверніть увагу на еволюцію комунікаційних каналів під дією соціально-культурних і техніко-економічних факторів.

У розвитку комунікаційних каналів виокремлюють чотири періоди: 1) канал писемної документації, що виник на основі іконічного каналу, шляхом біфуркації; 2) канал книгодрукування, який виникає у XV ст. внаслідок біфуркації писемності; 3) канал преси, що виокремився у XIX ст. з книгодрукування і спирався на машинну техніку; 4) комп'ютерні мережі як засіб масової комунікації у другій половині XX ст.

Зверніть увагу на закономірності еволюції соціальної комунікації. Основними законами, які регулюють процеси соціальної

комунікації є закон кумуляції комунікаційних каналів. У ході цивілізаційного процесу кількість каналів комунікації зростає в арифметичній прогресії з основою 2, тобто 4, 6, 8, 10, 12; закон симетрії комунікаційних каналів. У суспільстві існує баланс каналів усної й письмової комунікації, які розвиваються синхронно, симетрично; закон прискорення біфуркації. Тривалість періодів між біфуркаціями постійно зменшується. Якщо проміжок часу між I і II біфуркаціями становив 4,5 тисяч років, то між II і III біфуркаціями – 400 років, між III і IV біфуркаціями – 150 років.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте етапи еволюції соціальних комунікацій залежно від стадій еволюції культури.

2. Подайте визначення поняття «процес інституалізації сфери комунікативної діяльності в суспільстві».

3. Охарактеризуйте особливості рукописної документно-інформаційної комунікативної та мануфактурної комунікаційних систем.

4. Розкрийте сутність законів соціальної комунікації.

Література: [6; 7; 10; 12; 17; 21; 23; 25; 29; 31; 38].

Тема 6 КОМУНІКАЦІЙНІ ПОТРЕБИ

Мета: знайомство здобувачів вищої освіти з типологією комунікаційних потреб; з'ясування специфіки особистісних та групових потреб; засвоєння поняття об'єктивних комунікаційних та суспільних потреб.

План

1. Комунікаційні потреби. Поняття й типологія комунікаційних потреб.

2. Особистісні та групові потреби, їх склад і властивості.

3. Групові комунікаційні потреби

4. Поняття об'єктивних комунікаційних потреб.

5. Суспільні комунікаційні потреби.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікаційні потреби, осо-*

бистісні та групові потреби, групові комунікаційні потреби, суспільні комунікаційні потреби.

Комунікаційна потреба – функціональна властивість суб'єктів активно реагувати на протиріччя між наявним та нормальним станом їхньої свідомості. Зверніть увагу на відмінні риси комунікаційної потреби: властива лише тим живим системам, які мають свідомість, а отже, здатні здійснювати комунікаційну діяльність; комунікаційна діяльність – рух смислів у соціальному просторі, здатна задовольнити комунікаційну потребу лише у випадку, якщо остання усвідомлюється суб'єктом як недовлік знань, вмінь тощо. Зафіксуйте поділ комунікаційних потреб на: особистісні, групові, суспільні. У свою чергу особистісні комунікаційні потреби поділяють на: біогенні, соціогенні (матеріальні і духовні) та ін.

Зафіксуйте, що основним суб'єктом комунікації є людина, яка належить до певної культурної спільноти – групи людей, об'єднаних мовою та культурою, – і реалізує себе у процесі інформаційного обміну як комунікативна особистість. «Комунікативна особистість це комунікант, наділений сукупністю індивідуальних якостей і характеристик, які визначаються його комунікативними потребами, когнітивним діапазоном і комунікативною компетенцією та виявляється в процесі комунікації».

Запам'ятайте найважливіші біогенні потреби комунікантів: 1) матеріальні фізіологічні (в їжі, теплі, русі, відпочинку, статеві і т.п.); 2) фізіологічні передумови духовної діяльності: інтелектуальна потреба – потреба у вправах розумових здібностей; емоційна потреба – потреба в підтримці позитивного балансу емоційної сфери, тобто переважання позитивних емоцій над негативними; потреба в свободі, вільному прояві життєвих сил індивіда; вольова потреба – потреба подолання перешкод і страху; потреба в грі; мнемічна потреба – потреба в пам'яті; контактна потреба – потреба в спілкуванні з іншими людьми, «потреба в іншій людині»; сюди ж відноситься «лінгвістична потреба» – потреба говорити і розуміти почуту мову; 3) інші біогенні абсолютні особистісні потреби.

Зверніть увагу на біогенні потреби, які є передумовами соціогенних (комунікаційних). Соціогенні потреби є результатом

суспільного способу життя homo sapiens і культурної трансформації біогенних потреб. Їх поділяють на матеріальні і духовні. Матеріальні соціогенні потреби: 1) потреба в доцільному перетворенні навколишнього середовища; потреба у творчій фізичній праці і виготовленні знарядь; 2) потреба в організації соціального життя – соціально-політична потреба, що включає потреба в забезпеченні особистої безпеки й безпеки роду (сім'ї); інші соціогенні матеріальні потреби особистості.

До духовних соціогенних потреб відносяться: 1) потреба в самореалізації (самоутвердження, самоактуалізація), що збігається з потребою в індивідуалізації; 2) потреба в соціалізації, що збігається з потребою в приналежності і усунення самотності, зарубіжними вченими іменована потребою в афіліації; 3) пізнавальна потреба; 4) етична потреба; 5) естетична потреба.

Зверніть увагу на типологізацію комунікаційних потреб за: суб'єктами-носіями комунікаційних потреб, які можуть виконувати ролі комунікантів або реципієнтів (І – індивідуальна особистість, Г – цільова соціальна група, С – суспільство в цілому); походженням (А – абсолютні, В – вторинні, С – спонтанні).

Опрацюйте так звану «піраміду» комунікаційних потреб А. Маслоу. Зверніть увагу на специфіку особистісних, групових та соціальних потреб.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення понять: комунікаційні потреби, комунікаційна особистість.

2. Охарактеризуйте типологію комунікаційних потреб за суб'єктами-носіями і за походженням.

3. Охарактеризуйте комунікаційну піраміду А. Маслоу. Подайте перелік ціннісних, за А. Маслоу, потреб.

4. Складіть таблицю актуальних для сьогодення типів комунікації в порядку зниження індексу популярності, дайте коротку характеристику кожного типу.

Література: [10; 17; 21; 24].

Тема 7 МОВА ЯК СИМВОЛІЧНА КОМУНІКАТИВНА СИСТЕМА

Мета: знайомство здобувачів вищої освіти з мовою як символічною комунікативною системою, знаряддям мислення; з'ясування ролі мови в процесі пізнання людиною світу; засвоєння понять: комунікаційний знак, комунікативна функція мови; кодування.

План

1. Комунікаційні знаки у природі та суспільстві.
2. Вербальна комунікація та її генеза. Вплив діяльності людини на формування мови й пізнання.
3. Лінгвістичні аспекти комунікації. Комунікативна функція мови.
4. Проблема взаєморозуміння у соціальній комунікації. Фундаментальні механізми мови.
5. Структура інформаційного повідомлення. Кодування.
6. Сучасні засоби обробки мовних даних.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікаційні знаки: знак, денотат, концепт, дискурс; типи мов; функції мови, семіотика; структура мови.*

Зафіксуйте, що мова з'явилася у процесі спільної трудової діяльності і постійного обміну інформацією. Мова – це знакова (у своїй вихідній формі звукова) діяльність, що забезпечує матеріальне оформлення думок і обмін інформацією між членами суспільства. Мислення, за винятком його практично-дієвого виду, має психічну, ідеальну природу, між тим як мова – це явище за своєю природою фізичне, матеріальне.

Сфокусуйте увагу на ролі мови у процесі пізнання людиною світу: акумулює і закріплює у собі інформацію про результати пізнавальної діяльності; є основним інструментом пізнання дійсності, який матеріалізує наше мислення; своїми лексико-граматичними засобами дозволяє людині не тільки узагальнювати знання про світ, але й презентувати світ і знання про нього у формі слів, словоформ, словосполучень і речень; сприяє двобічному пізнанню: від конкретного до абстрактного і від абстрактного до конкретного. Когнітивна гносеологічна функція є однією з основних функцій мови.

При вивченні особливостей мови як знакової системи, зверніть увагу на те, що: 1) вона природна знакова система, усі інші є штучними; 2) будь-яку іншу знакову систему можна передати мовою, навпаки – неможливо; 3) мова є найпотужнішим засобом формування думки. Зосередьте увагу на знаковій теорії Ф. де Соссюра: визначив мову як систему знаків, мовознавство як складову частину семіотики, а семіотику – частиною соціальної психології.

Засвоюючи понятійний апарат теми, зацентуйте увагу на визначенні поняття «знак». Розрізняйте мовні і немовні знаки. Серед немовних знаків виокремлюють: знаки-копії, знаки-ознаки, знаки-символи, знаки-сигнали. Знаки, що входять до складу мов як засобів комунікації в суспільстві, називаються знаками спілкування.

При вивченні функцій мови, основну увагу зосередьте на комунікативній функції мови. Спілкування – це процес задоволення однієї з найбільш ранніх і найважливіших суспільних потреб – потреби людини в іншій людині.

У процесі обміну інформації виокремлюють базові елементи: 1. Відправник – передавач, що генерує ідеї або збирає інформацію та передає її. Ним може бути індивід або група людей, громадський інститут або організація. При обміні інформацією відправник і одержувач проходять декілька взаємопов'язаних етапів: 1) зародження ідеї; 2) кодування і вибір каналу; 3) декодування. Обмін інформацією розпочинається з формування ідеї чи відбору інформації. 2. Кодування – процес перетворення ідей у символи, зображення, малюнки, форми, звуки, мову тощо. Перш ніж передавати ідею, відправник повинен за допомогою символів закодувати їх, використовуючи для цього слова, інтонації, жести (мову тіла), і надати ідеї гарну «обгортку». При цьому кодування визначається як переклад інформації з внутрішньомозкового коду в мовні одиниці, а декодування – як зворотний йому процес сприйняття і розуміння висловлювань.

3. Повідомлення – сукупність символів, власне інформація, що закодована за допомогою символів і передається одержувачу.

4. Канали передачі – засоби, за допомогою яких сигнал спрямовується від передавача до приймача.

5. Декодування – процес, за допомогою якого приймач повідомлення перетворює одержані символи на конкретну інформацію та інтерпретує її значення. Якщо не потрібно реакції на ідеї, то процес обміну інформацією на цьому закінчується.

6. Приймач – цільова аудиторія або особа, якій призначається інформація і яка її інтерпретує.

7. Відгук – сутність реакції одержувача повідомлення після ознайомлення з його змістом.

Зафіксуйте новітні інформаційні технології й технічні засоби (компютерні системи, системи зв'язку, мультимедійні системи) збирання мовних даних. Зупиніться на технології зберігання зображень і основних форматах файлів зображень та їх характеристиках: PCX, апаратно незалежний BITMAP MICROSOFT WINDOWS, TIFF, GIF, JPEG та ін.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Знайдіть в довідкових виданнях дефініції основних понять з теми: вербальна комунікація, мовна комунікація, усна комунікація, діалог, дискурс, природна мова, документна інформація, документна комунікація, знак, когнітивна лінгвістика, кодування, мовний знак.

2. Складіть порівняльну таблицю визначень основних понять з теми, записавши тлумачення відповідних термінів у табличній формі: термін, його тлумачення, джерело пошуку.

3. Охарактеризуйте вплив діяльності людини на формування мови й пізнання.

4. Визначте структуру інформаційного повідомлення. Місце і роль кодування у комунікаційному процесі.

Література: [1; 9; 10; 19; 21; 30].

Тема 8

СТРУКТУРА ТА ВИДИ КОМУНІКАЦІЙ

Мета: засвоєння знань про особливості й склад вербальної та невербальної комунікації.

План

1. Типи, види, форми, рівні комунікаційної діяльності.
2. Масові, локальні комунікації, комунікації середнього рівня.

3. Внутрішні і зовнішні комунікації.
4. Безпосередні і опосередковані комунікації.
5. Вертикальні і горизонтальні комунікації.
6. Реклама як вид комунікації.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *типи, види, форми, рівні комунікаційної діяльності; масові, локальні комунікації, комунікації середнього рівня; внутрішні і зовнішні комунікації, безпосередні, опосередковані комунікації; вертикальні і горизонтальні комунікації.*

Розмежовуючи поняття форм і видів комунікації, пам'ятайте, що у міжособистісній, а особливо у підприємницькій діяльності, використовуються різні засоби, види і форми комунікації. Види комунікації: а) інформаційна, утримання, інформування (читання лекції в аудиторії, виступ по радіо тощо); б) експресивна – виразна, що характеризується експресією – силою прояву почуттів, переживань (наприклад, зустріч після довгої розлуки); в) переконуюча – прагнення вплинути на інших, висловлення захоплення, прохання, що особливо важливо для політичних діячів, юристів, торгових працівників; г) соціально-ритуальна – використання норм і звичаїв соціально-культурної поведінки (процедура знайомства, звичай гостинності); д) паралінгвістична – спілкування за допомогою міміки, виразу очей і рота, а також позі рухів (передача різних відтінків повідомлення, його скритого змісту).

За видами і способами комунікації поділяють на три групи: усні, писемні і візуальні. Зверніть увагу на переваги письмових комунікацій та позитивні аспекти усних комунікацій: економія часу, забезпечення глибшого взаєморозуміння.

Зосередьте увагу на особистісних (комунікація між двома людьми, комунікація між індивідом і групою, комунікація всередині групи та групових (організаційних) комунікаціях. Традиційно виділяють два великих класи групових комунікацій з подальшою їх деталізацією: комунікації між організацією та її зовнішнім середовищем; комунікації між: рівнями і підрозділами організації.

При вивченні теми зверніть особливу увагу на правила успішних вертикальних комунікацій: а) правильний, ввічливий стиль мови; б) достатня гласність, що унеможливило домисли, плітки; в) недопущення дріб'язкової опіки над підлеглими; г) не допускати передачу інструкцій, вказівок від вищого керівника безпосередньо до останнього адресата, що веде до втрати відповідальності, порушення встановленої ієрархії.

Крім офіційних (формальних) комунікацій, у менеджменті важливу роль відіграють неформальні (неофіційні) комунікації. Формальні комунікації передбачені організаційною структурою і поділяються у свою чергу на: вертикальні (зверху вниз і знизу вгору), горизонтальні (здійснюються між особами, які знаходяться на одному рівні ієрархії, наприклад: між віцепрезидентами з маркетингу, фінансів, виробництва) та діагональні (здійснюються між особами, які перебувають на різних рівнях ієрархії, наприклад: між лінійними та штабними підрозділами, коли штабні служби керують виконанням певних функцій). Для вироблення оптимальних управлінських рішень менеджери повинні використовувати не лише формальні, а й неформальні канали комунікацій, хоча останні не завжди піддаються впливу та контролю.

Залежно від цілей виділяють три види рекламних звернень: інформативна реклама; реклама-переконання; реклама-нагадування. Відштовхуючись від цілей та мети викремлюють: імідж-рекламу; стимулюючу; політичну; бізнес-рекламу; суспільну тощо. Залежно від території, охопленої рекламою, визначають: локальну, регіональну, загальнонаціональну, міжнародну реклами. Зверніть увагу на характерні ознаки кожного з видів реклами.

Характеризуючи рекламу як специфічний вид комунікації, зауважте, що її ефективність залежить від знань переваг та недоліків кожної із форм комунікацій, уміння знаходити оптимальні шляхи їх забезпечення та уникнення можливих проблем.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Визначте основні групи комунікацій. Охарактеризуйте кожну групу окремо.

2. Дайте характеристику внутрішнім і зовнішнім комунікаціям. Якими каналами здійснюється кожен із зазначених видів комунікації?

3. Оберіть правильну відповідь:

1) у діловій комунікації предметом спілкування є: а) оптимізація виробничої діяльності б) вирішення конкретних завдань в) спільна діяльність (спільна справа);

2) найважливіша умова успішності вербальної комунікації: а) розуміння сенсу того, що говорить інший б) наявність інформації та одержувача в) двосторонній характер взаємодії партнерів.

4. Охарактеризуйте рекламу як специфічний вид комунікації. Назвіть ефективні способи подання реклами.

Література: [1; 2; 10; 12; 21; 32].

Тема 9

МІЖСОБОВІ І МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Мета: засвоєння знань про сутність та особливості міжособистісної комунікації, стратегію і тактику міжособистісної комунікації; суспільне значення масової інформації, функції і характеристики масової комунікації, масова інформація та механізми її контролю; сучасні соціальні інтернет-мережі як засіб масової комунікації.

План

1. Міжособова комунікація.
2. Стратегія і тактика міжособової комунікації.
3. Групова комунікація. Комунікація в малих групах.
4. Масова комунікація. Сутність масової комунікації та її основні складові.
5. Функціональна спрямованість масової комунікації. Сучасні соціальні інтернет-мережі як засіб масової комунікації.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *міжособова, групова, масова комунікації; масова інформація, інтернет-мережі як засіб масової комунікації.*

У сучасному комунікаційному дискурсі виокремлюють: міжособові, організаційні, публічні, масові комунікації. Особливістю міжособової комунікації є обмін повідомленнями між невеликою кількістю людей, коли її учасники перебувають у просторовій близькості, мають нагоду легко здійснювати зворотний зв'язок, а кожен із учасників визнає незамінність, унікальність свого партнера та бере до уваги особливості його емоційного стану, самооцінки, особових характеристик і, своєю чергою, розраховує на зустрічну увагу.

Зафіксуйте, що досягнення визначеної мети в міжособовій комунікації залежить від правильно обраної стратегії: 1) домінування – ставлення до іншої людини як до засобу досягнення своєї мети, ігнорування її інтересів і намірів, прагнення володіти, розпоряджатися, отримати необмежену односторонню перевагу; 2) маніпуляції – дії комуніканта, спрямовані на зміну психологічних установок, ціннісних орієнтацій, поведінки індивідів і цілих аудиторій незалежно від їх бажання. Найчастіші способи дії – провокація, обман, інтрига, натяк; 3) суперництва за яким партнер уявляється небезпечним і непередбачуваним, з ним необхідно рахуватись, але його потрібно переграти. Інтереси іншого враховуються у тій мірі, в якій це диктується завданнями боротьби з ним; 4) партнерства – ставлення до іншої людини, як до рівної, з якою треба рахуватися. Способи дії будуються на договорі, який слугує і засобом об'єднання, і засобом тиску; 5) співдружності – ставлення до іншої людини, як до самоцінності. Основний інструмент дії – не договір, а узгодженість (консенсус).

Групова комунікація відбувається у нечисленній за складом сукупності людей, члени якої перебувають в безпосередньому особистому спілкуванні, з'єднані загальною соціальною діяльністю, що є основою для виникнення емоційних відносин, групових норм і групових процесів. У груповій комунікаційній системі виокремлюють наступні психологічні ролі її учасників: сторож, диспетчер зв'язківець, лідер думок, космополіт. Одним з основних аспектів формування ефективного комунікативного процесу в групі є використання ігрових відносин. Гра – непродуктивна діяльність, яка здійснюється не заради практичної мети, а слугує для розваги. Групова комунікація, що нараховує по-

над 20 постійних учасників, найбільше поширена в організаціях, і є невід'ємною складовою формування виробничих відносин.

Важливою складовою соціальної комунікації є масова комунікація – процес розповсюдження інформації і її впливу на суспільство за допомогою ЗМІ (преса, телебачення, радіо, кіно тощо), внаслідок чого повідомлення поступає відразу до великих мас людей. Основні функції масової комунікації: інформування про події, що відбуваються; допомога суспільству в рішенні його проблем; передача знань про суспільство від одного покоління до іншого (так звана соціалізація і навчання).

Засоби масових комунікацій мають справу з масовою інформацією, характерними рисами якої є: відкритість, публічність, оперативність, ефективність, орієнтованість на «середнього» глядача, слухача, читача, на той мінімальний рівень знань який необхідний для розуміння переданих повідомлень, маніпулювання.

Зверніть увагу на новітні соціальні медіа – соціальні інтернет-мережі, особливостями яких є: мультимедійність, інтерактивність, створення віртуальної особистості, можливість двостороннього зв'язку з аудиторією, підвищення впізнаваності, формування читацького «ядра», адаптація контенту під інтереси конкретної групи користувачів за тематикою та регіональною близькістю.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення міжособовій, груповій та масовій комунікаціям. У чому полягає їх відмінність та особливості?

2. У чому полягає суспільне значення масової інформації?

3. Охарактеризуйте сучасні соціальні інтернет-мережі, їх особливості та відмінність від ЗМІ.

4. Складіть перелік установ, що утворюють комунікаційне середовище та пропонують пакети послуг на ринку засобів масової комунікації.

Література: [1; 2; 3; 10; 14; 15; 17; 21; 26; 33].

Тема 10 МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ

Мета: узагальнити та обґрунтувати теоретичні особливості міжкультурної комунікації та сформувати практичні навички інтегрування до міжнародної команди, застосовуючи стратегії мовної і комунікативної поведінки з високим ступенем міжкультурної коректності.

План

1. Поняття міжкультурної комунікації та її зміст.
2. Концепція діалогу культур в міжкультурних комунікаціях.
3. Функції міжкультурної комунікації.
4. Форми міжкультурної комунікації.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *міжкультурна комунікація, діалог культур*.

Розпочавши опрацювання теми, зверніть увагу на об'єкт міжкультурної комунікації – спілкування представників різних національних і лінгвокультурних спільнот і предмет – прийняті у національних спільнотах мовні стереотипи й норми поведінки, спілкування, певні «культурні сценарії» різних дій, усталені моделі сприйняття та оцінювання предметів і явищ, соціально унормовані звички, традиції, ритуали, дозволи, заборони тощо.

Закцентуйте увагу на завданнях міжкультурної комунікації – формування міжкультурної компетентності, необхідних знань про різні народи та культури з метою уникнення міжетнічних і міжкультурних конфліктів та встановлення комфортних умов спілкування в різних сферах та життєвих ситуаціях.

Розмежуйте різні підходи у тлумаченні поняття «міжкультурна комунікація». Міжкультурна комунікація – це: взаємодія культур, що здійснюється в певному просторі і часі, де феномен культури розглядається як родове поняття, культурні контакти набувають різних форм, які знаходять своє вираження в дотикові, взаємовідношенні, синтезі, доповнюваності й діалогові; взаємодія культур, за якої вони вступають у діалог, відбувається їх актуалізація, внаслідок чого виявляється загальнолюдське і специфічне кожної культури як системи; взаємодія куль-

тур, що отримує свою екстеріоризацію (вияв, прояв) через мову і вербальний зміст, які створюють специфічну картину світу.

Зверніть увагу на властивості міжкультурної комунікації, які розкривають її сутність: 1) діалог культур, де міжкультурна взаємодія може бути інтерпретована як процес трансляції культури, національно-культурних традицій в аспекті засвоєння відповідної інформації на рівні суб'єкт об'єктних і суб'єкт-суб'єктних відносин; 2) інтеракція, тобто міжкультурної взаємодії, в якій комуніканти є представниками різних лінгвістичних комунікативних об'єктів.

Поміркуйте над існуючими типами взаємодії культур. 1. Інтеграція (синтез). Передбачає три основні варіанти: а) конвергенцію – поступове злиття культурних систем у якісно нове ціле; б) інкорпорацію – долучення однієї культурної системи до іншої в статусі «субкультури»; в) асиміляцію – поглинання однією когнітивною системою іншої. 2. Взаємоізоляція – кожна із взаємодіючих культур посідає стосовно культури-контрагента позицію «гетто». 3. Перманентний конфлікт – означає «війну легітимізації» за периферійний простір; інтерпретації соціальної реальності, що характерні для однієї культури, прагнуть повністю витіснити інтерпретації іншими як несумісні з істиною, справжніми цінностями тощо; у соціальному аспекті передбачає чітке розділення суб'єктів з вираженою взаємною сегрегацією. 4. Взаємодоповнення – соціально-когнітивна система кожної з взаємодіючих культур посідає в загальній системі соціального знання свою «нішу», інтерпретуючи певні аспекти соціальної реальності; їхні структури, зберігаючи самобутність і автономію, спеціалізуються, утворюючи своєрідний «симбіоз». У соціальному аспекті передбачає комбінацію злиття суб'єктів з виокремленням «крайніх» груп, які тяжіють до тієї чи іншої культури, що пов'язано зі стильовою та зокрема професійною спеціалізаціями цих груп. 5. Паралелізм розвитку – передбачає початкову відсутність будь-яких точок перетину «життєвих світів» різних культур, у результаті чого їх когнітивні системи розвиваються окремо. 6. Активний обмін (діалог).

Закцентуйте увагу на найбільш конструктивній формі міжкультурної комунікації – синтезі культур, що є об'єднанням ку-

льтурно різних елементів: орієнтирів, цінностей, норм, типів поведінки, при якому виникає якісно інше утворення.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Розкрийте зміст понять: «міжкультурна комунікація» (широке і вузьке тлумачення поняття), «діалог культур», «національний стереотип», «національний характер».

2. Назвіть та розкрийте сутність основних форм міжкультурної комунікації.

3. Розкрийте специфіку культурної експансії.

4. Окресліть сутність культурної дифузії як однієї зі стратегій акультурації.

5. Схарактеризуйте специфіку культурного конфлікту.

Література: [1; 10; 13].

Тема 11

КОМУНІКАЦІЯ ТА ІНФОРМАЦІЯ

Мета: узагальнити та обґрунтувати теоретичні особливості міжкультурної комунікації та сформувані практичні навички інтегрування до міжнародної команди, застосовуючи стратегії мовної і комунікативної поведінки з високим ступенем міжкультурної коректності.

План

1. Соціальна комунікація як сукупність процесів циркуляції інформації в суспільстві.

2. Інформація: природа і сутність.

3. Види інформації.

4. Соціальна інформація, її види.

5. Інформаційний простір.

6. Інформаційні продукти і послуги.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *інформація, види інформації, інформаційний простір, інформаційні продукти, інформаційні послуги.*

Відомості про оточуючий світ, які отримує людина за допомогою органів відчуттів називається інформацією. Готуючись

до семінарського заняття, зафіксуйте існування двох підходів у тлумаченні природи інформації: атрибутивний і функціональний. Прихильники атрибутивного розглядають інформацію як об'єктивну властивість усіх матеріальних об'єктів (інформація – атрибут матерії). Функціоналісти стверджують, що інформація є умовою і результатом спрямованої активності, а тому вона виникає лише на соціально-свідомому рівні.

Зафіксуйте класифікацію інформації за Законом України «Про інформацію»: статистична; масова; інформація про діяльність державних органів влади, органів місцевого і регіонального самоврядування; правова інформація; інформація про особу; Інформація довідково-енциклопедичного характеру; соціологічна інформація.

Розрізняйте основні функції інформації: комунікативну, управлінську; навчально-виховну. Джерелом інформації є пізнавальна діяльність людей – соціальна інформація.

Зафіксуйте визначення інформаційного простору як сукупності: результатів семантичної діяльності людства; банків і баз даних; технологій їх супроводу та використання; інформаційних телекомунікаційних систем, що функціонують на основі загальних принципів і забезпечують інформаційну взаємодію організацій і громадян, а також задоволення їх інформаційних потреб. Зверніть увагу на компоненти інформаційного простору та їх визначення: інформаційний ресурс та інформаційна інфраструктура. Розмежуйте поняття інформаційного і соціального просторів. Соціальний простір – багатовимірний простір соціальних процесів, соціальних відносин, соціальних практик, соціальних позицій і соціальних полів, функціонально взаємопов'язаних між собою, аспект простору інформаційного.

Особливу увагу зацентруйте на вивченні інформаційного суспільства – нової історичної фази розвитку цивілізації, в якій головними продуктами виробництва є інформація і знання. Визначіть риси, що відрізняють інформаційне суспільство від традиційного: збільшення ролі інформації і знань в житті суспільства; збільшення долі інформаційних комунікацій, продуктів та послуг у валовому внутрішньому продукті; створення глобального інформаційного простору, який забезпечує: а) ефективну інформаційну взаємодію людей, б) їх доступ до світових інфор-

маційних ресурсів, в) задоволення їхніх потреб щодо інформаційних продуктів і послуг. Охарактеризуйте основні риси цифрового суспільства.

При вивченні теми зверніть увагу на інформаційні продукти і послуги: системне програмне забезпечення (операційні системи, системи програмування, офісне програмне забезпечення, лінгвістичне програмне забезпечення, системи управління базами даних, автоматизовані системи управління підприємством, антивірусне програмне забезпечення, програми захисту); прикладне програмне забезпечення (мережеве програмне забезпечення, комунікаційне програмне забезпечення, програмне забезпечення для інтернету, інформаційно-пошукові системи, комп'ютерна графіка, мультимедіа, навчальні, ігрові програми, видавничі системи, штрифти) тощо.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення поняття «інформація». З'ясуйте її природу та сутність.

2. Охарактеризуйте види інформації.

3. З'ясуйте сутність поняття «соціальна інформація». Назвіть види соціальної інформації.

4. Охарактеризуйте інформаційні продукти і послуги цифрового суспільства.

Література: [1; 2; 3; 4; 10; 16; 25; 27; 32; 33; 38].

Тема 12 КОМУНІКАЦІЙНІ КАНАЛИ

Мета: узагальнити та обґрунтувати знання про комунікаційні канали – матеріальну сторону (засоби) соціальної комунікації, які надають суб'єктам комунікації засоби для створення і сприйняття повідомлення (знаки, мова, коди, матеріальні носії, технічні пристрої, програмне забезпечення тощо).

План

1. Комунікаційний канал як матеріальна сторона соціальної комунікації. Типологія комунікаційних каналів. Природні і штучні комунікаційні канали.

2. Вихідні канали: невербальний, вербальний, іконічний, символічний.

3. Диференціація вихідних каналів і утворення каналів усної й документної комунікації.

4. Художні й технічні канали комунікації.

5. Електронні канали комунікації.

6. Еволюція комунікаційних каналів. Поняття про біфуркацію комунікаційних каналів.

7. Дерево комунікаційних каналів.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікаційний канал, природні і штучні комунікаційні канали, біфуркація комунікаційних каналів, дерево комунікаційних каналів.*

Комунікаційний канал – це реальна або умовна «лінія» зв'язку (контакту), якою рухаються повідомлення від комуніканта до реципієнта (необхідна умова будь-якої комунікаційної діяльності, в якій би формі вона не здійснювалась); форма, у якій відбувається процес комунікації: усна, письмова, музика, живопис.

Комунікаційні канали забезпечують рух не змістів, а лише матеріальне відображення повідомлень, що відображає змістовне значення. Зверніть увагу на походження, види та специфіку природних каналів комунікації. Природні комунікаційні канали використовують вроджені, притаманні людині від природи засоби передачі смислових повідомлень у фізичному просторі: невербальний (несловесний) і вербальний (словесний). Невербальний канал виник у ході біологічної еволюції задовго до появи людини. На базі невербального і вербального каналів сформувався канал усної комунікації.

Штучні канали комунікації сформувалися у процесі еволюції: канал іконічних «документів» – графічні зображення (на кістці, на камені, на дереві); канал символічних «документів» – амулети, прикраси, талісмани, статуетки, що мають таємний магічний сенс, а також язичницькі ідоли і зображення богів, які розвинулися в сучасні канали документної комунікації. Первісні канали дали поштовх для появи нових штучних каналів: художніх, що виникли у сфері мистецтва та технічних, що виникли у сфері техніки. До художніх комунікаційних каналів відносять-

ся: музика і танок (похідні невербального каналу); поезія і риторика (похідні вербального каналу); театр (синтетичний вид мистецтва, об'єднуючий вербальні і невербальні засоби); графіка і живопис (похідні іконічного каналу); скульптура і архітектура (похідні каналу символічних документів).

Невербальний та вербальний канали слугували вихідною базою для формування усної комунікації; іконічні та канали символічних документів поклали початок документної комунікації. Усна комунікація і документна комунікація – два види соціальної комунікації, що мали велике значення для становлення словесної та книжної культури. Зафіксуйте, що найважливішою подією для розвитку цивілізації був винахід писемності, тобто відкриття ще одного документного каналу.

Зверніть увагу на формування і розвиток книгодрукування у XV ст. та появу у XIX ст. засобів масової інформації та комунікації. Закцентуйте увагу на технічних винаходах XIX ст. у сфері комунікацій, які суттєво розширили комунікаційні можливості первинних каналів: фотографії, телеграфу, кіно, радіо та знаменували собою технічну революцію у сфері соціальних комунікацій.

Зафіксуйте особливості другої технічної революції II-ї половини XX ст., що знаменувала появу нового типу соціальної комунікації – електронно, формування глобальної мережі «Інтернет». Наразі новітні інформаційно-комунікаційні технології сприяли синтезу усіх типів комунікації: усної, документної, електронної.

Зафіксуйте закони, що регулюють процеси соціальної комунікації:

1) закон кумуляції комунікаційних каналів. Під час цивілізаційного процесу кількість каналів комунікації зростає в арифметичній прогресії з основою 2, тобто 4, 6, 8, 10, 12;

2) закон симетрії комунікаційних каналів. У суспільстві існує баланс каналів усної й письмової комунікації, які розвиваються синхронно, симетрично;

3) закон біфуркації («фуркация» лат. поділ) – роздвоєння, розгалуження, поділ чого-небудь на дві частини;

4) закон прискорення біфуркації за яким тривалість періодів між біфуркаціями постійно зменшується. Якщо проміжок часу між

I і II біфуркаціями становив 4,5 тисяч років, то між II і III біфуркаціями – 400 років, між III і IV біфуркаціями – 150 років.

В історії людства виокремлюють чотири біфуркації:

- біфуркація I – поява писемності та літературної мови;
- біфуркація II – винахід книгодрукування і великі географічні відкриття;

- біфуркація III – промисловий переворот, в результаті якого з'явилися первинні технічні канали, в тому числі промислова поліграфія, фотографія, телефон;

- біфуркація IV – науково-технічна революція XX ст., яка викликала до життя електронну комунікацію: ТВ і комп'ютер.

Канали комунікації прийнято поділяти на традиційні і нетрадиційні. «Традиційними» вважаються канали, що утворилися до XIX ст., а канали індустріальної неокультури називають «нетрадиційними».

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Дайте визначення поняття «комунікаційний канал».
2. Схарактеризуйте етапи розвитку комунікаційних каналів у суспільстві.
3. Подумайте, чим визначаються хронологічні зміни системи соціальних комунікацій.
4. Охарактеризуйте електронні канали комунікації: функції, переваги.

Література: [1; 7; 10; 11; 21; 34; 36].

Тема 13 КОМУНІКАЦІЙНІ БАР'ЄРИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Мета: узагальнити та обґрунтувати знання про бар'єри в комунікаційному процесі, їх види, причини виникнення та подолання.

План

1. Поняття бар'єру в комунікаційному процесі та причини їх виникнення.
2. Комунікаційні бар'єри та їх види.
3. Психологічні та соціальні бар'єри.

4. Проблема розуміння в комунікативному процесі. Мовні комунікаційні бар'єри.

5. Особливості класифікації бар'єрів документної комунікації.

6. Підходи до класифікації бар'єрів електронної комунікації.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікаційні бар'єри, психологічні та соціальні бар'єри, мовні комунікаційні бар'єри, бар'єри документної комунікації, електронні бар'єри.*

При опрацюванні теми зверніть увагу на чинники, які можуть ускладнювати комунікативний процес – комунікаційні бар'єри: перешкоди на шляху руху повідомлень від комуніканта до реципієнта. Серед видів комунікаційних бар'єрів: інформаційні, які поділяються на об'єктивні і суб'єктивні; технічні – виникають внаслідок відсутності або технічної несумісності обладнання, а також технічних засобів, програмного забезпечення тощо, необхідних для оптимізації інформаційних процесів; психологічні, що виникають внаслідок нерозуміння реципієнтом змісту документів, яке може поширюватися на всі типи документів; соціальні полягають у відмінності ціннісних орієнтацій, особистого психофізіологічного і життєвого досвіду, у змісті групової пам'яті.

Сфокусуйте увагу на бар'єрах соціокультурних відмінностей: соціальні, політичні, релігійні, професійні та інші відмінності, пов'язані з різними рівнями культурного розвитку суб'єктів впливу. Одним з найбільш виразних психологічних бар'єрів у міжкультурному спілкуванні є етноцентризм – сприйняття й інтерпретація поведінки інших через призму своєї культури, що виражається в оцінці розбіжностей між етнічними групами за принципом «ми кращі, вони – гірші».

Державно-політичні бар'єри гальмують процес формування єдиного світового інформаційного простору внаслідок існування на планеті понад півтори сотні незалежних держав, які розділені кордонами, мають різні політичні режими, законодавства і по-різному регулюють інформаційну діяльність. Відомчі й бюрок-

ратичні бар'єри обумовлені розгалуженою ієрархічною структурою системи керування і самоврядування (включаючи державне, місцеве, внутрішньо-фірмове тощо), що здовжує шляхи проходження документів, у тому числі внаслідок недостатньої компетентності або недбайливості державних, уніципальних та інших службовців. Ідеологічні бар'єри виникають між окремими людьми або соціальними групами внаслідок наявності в них різних систем поглядів на навколишню дійсність, різного роду віросповідання тощо. Ідеологічні бар'єри можуть ставати причиною гострих соціальних конфліктів.

Економічні бар'єри пов'язані з відсутністю або дефіцитом фінансових коштів для виробництва, передавання, споживання інформації.

Мовні бар'єри обумовлені незнанням або слабким знанням мов. Мовний бар'єр часто створюють наукові терміни, слова іншомовного походження, жаргонізми. Семантичні (термінологічні) бар'єри виникають унаслідок різного тлумачення різними людьми слів, термінів, символів. Зокрема, тому або іншому терміну іноді приписують різні поняття, дають різні визначення понять.

Зауважте, що одним із ефективних засобів усунення комунікаційних бар'єрів є дотримання рекомендацій щодо побудови процесу комунікації:

- попередня підготовка до передачі повідомлення, наприклад роз'яснення основних положень, змісту повідомлення;
- зняття семантичних бар'єрів шляхом виключення двозначності, багатозначності понять;
- постійна увага до невербальної комунікації тону подачі повідомлення, жестів, міміки тощо;
- прояв емпатії та відкритості при спілкуванні і передачі повідомлень;
- дотримання індивідуального підходу – враховування життєвого і професійного досвіду, персональних особливостей та можливостей, культурно-освітнього рівня, цінностей і інтересів співрозмовника тощо;
- встановлення зворотного зв'язку.

Пам'ятайте, що професійна комунікація є одним із основних інструментів налагодження міжособистісної взаємодії до-

кументознавця та працівника інформаційних служб із професійним та соціальним оточенням, механізмом реалізації професійних функцій та завдань. Саме від рівня володіння комунікаційним інструментарієм залежить успішність вашої професійної діяльності.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Розкажіть, що вам відомо про комунікаційно-інформаційні бар'єри.
2. Охарактеризуйте особливості семантичного бар'єру.
3. У чому полягає сутність стилістичного бар'єру?
4. Визначіть сутність поняття «перцептивний бар'єр». Які шляхи подолання та попередження перцептивних бар'єрів ви можете запропонувати?

Література: [1; 3; 10; 21; 34].

Тема 14 КОМУНІКАЦІЯ ЯК ФОРМА ФПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Мета: узагальнити та обґрунтувати знання про специфіку комунікаційних процесів в організації, структура та особливості ділових комунікацій.

План

1. Роль комунікацій в організації.
2. Характеристика і види зовнішнього середовища організації.
3. Внутрішньокорпоративні мережі.
4. Види комунікацій в організації.
5. Структурні особливості ділових комунікацій.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *ділова комунікація, моделі ділового спілкування, бар'єри ділової комунікації*.

Комунікація є зв'язувальним елементом процесу управління. Усі комунікації підприємства можна поділити на дві великі групи: зовнішні (між підприємством і її середовищем) і внутрішні (між рівнями управління і підрозділами). До першої групи

належать комунікації, які представляють собою інформаційну взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем – засобами масової інформації, споживачами, постачальниками, іншими контрагентами, органами державного регулювання, політичними та іншими групами. Комунікації, що виникають всередині підприємства у вигляді повідомлень, обговорень, телефонних переговорів тощо, як правило, є реакцією на вплив зовнішнього середовища, утворюють її внутрішню комунікацію. До цієї групи належать комунікації між різними підрозділами, між керівниками та підлеглими, в межах підрозділу, а також міжрівневі та неформальні комунікації.

Зосередьте увагу на чинниках формування комунікації в організації: забезпечення ефективного обміну інформацією між об'єктами і суб'єктами управління, а також між організацією та її оточенням; удосконалення міжособистісних відносин у процесі обміну інформацією; створення інформаційних каналів для обміну інформацією між окремими співробітниками і групами та координація їх завдань і дій; регулювання та раціоналізація інформаційних потоків. Ідеалом комунікаційної стратегії в компанії є згуртованість співробітників довкола місії і візії компанії, постійний діалог – відкритий і побудований на довірі.

Зверніть увагу на моделі ділового спілкування: суперництво (придатна до боротьби за матеріальні та нематеріальні переваги), домінування (використовується в умовах жорстких перемовин), партнерство (орієнтована на рівноправність учасників ділового спілкування і сприяє досягненню ухваленого завдання). Пам'ятайте, що важливою формою комунікації у діловому спілкуванні є бесіда, функціональність якої визначається обміном якісною інформацією, можливістю її перевірити та зробити ґрунтовні висновки щодо ділових пропозицій, призначень співробітників тощо.

Зафіксуйте появу нових форм комунікацій, спричинених розвитком інформацій-комунікаційних технологій: вебінарів, блогосфери, соціальних мереж, онлайн конференцій, використання яких удосконалює ділову комунікацію як всередині організації, так і сприяє створенню нових можливостей ділової взаємодії у глобальному середовищі. Найбільш поширеним інструментом

взаємодії з навколишнім середовищем є використання електронної пошти, соціальних мереж.

Особливу увагу слід звернути на комунікативні процеси, спрямовані на стратегію розвитку підприємства з використанням інтеграційних маркетингових комунікацій. Комунікативні стратегії розвитку слід розуміти як систему заходів, організованих працівниками підприємства, які спрямовані на потенційних споживачів продукту, через доведення й донесення інформації до свідомості останніх. Основними елементами інтегрованих маркетингових комунікацій є реклама та ПР-технології, які можна використовувати на будь-якій стадії комунікаційної політики – від планування до просування продукту в регіоні.

Зосередьте увагу на з'ясуванні існуючих перешкод в організаційній комунікації.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. За допомогою яких каналів здійснюється внутрішня комунікація в організаціях?

2. Визначте основні види зовнішньої комунікації організації та охарактеризуйте їх.

3. Охарактеризуйте існуючі моделі ділових комунікацій. Визначте їх особливості.

4. Перелічіть перешкоди, що виникають у сфері комунікації в організаціях.

Література: [1; 3; 10; 14; 15; 17; 33].

Тема 15 СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУСПІЛЬСТВА

Мета: узагальнити та обґрунтувати знання про культурну комунікацію, кризові явища сучасного інформаційно-комунікаційного суспільства, рівні інформаційної культури.

План

1. Феномен комунікаційної культури та її зв'язок із різними видами соціокомунікаційних систем.

2. Кризові явища сучасного інформаційно-комунікаційного суспільства як прояв інформаційної кризи.

3. Постіндустріалізм, інформатизація, інтелектуалізація в процесі формування інформаційного суспільства.

4. Рівні інформаційної культури. Перехід від книжкової культури до культури мультимедіа.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *комунікативна культура, інформаційне суспільство, цифрове суспільство, книжкова культура, мультимедійна культура.*

Під час опрацювання теми, зверніть увагу, що серед механізмів існування і розвитку суспільства, які забезпечують можливість формування культурних зв'язків, управління спільною життєдіяльністю людей, накопичення та трансляцію досвіду, важливе місце посідає культурна комунікація. Комунікативна культура є однією з визначальних властивостей сучасної людини, займаючи провідне місце в загальнокультурному і професійному становленні особистості.

В умовах інформаційної цивілізації комунікативна культура стає метою (культура діалогу), підґрунтям (взаєморозуміння), засобом регламентації (культура ділового й повсякденного спілкування) комунікативних процесів. Сутність інформаційної культури зумовлюється її складовою – інформацією. У широкому сенсі інформаційну культуру усвідомлюють як культуру комунікацій – подання, сприймання та користування інформацією (як на рівні соціально-комунікаційних інститутів, так і окремих соціальних груп); у найбільш вузькому сенсі – як культуру спілкування. Розвиток інформаційної культури як соціальної реальності зумовлений наявністю комунікаційних потреб, які визначаються пам'яттю (індивідуальною чи соціальною), що зумовлює відповідне сприйняття інформаційно-культурного простору. Науковці розглядають поняття «інформаційної культури» та «комунікаційної культури» як взаємопов'язані й виділяють чотири типи комунікаційної культури: мовленнєву, письмову, мануфактурну та індустріальну поліграфічну, інформаційно-технологічну.

Результатом формування культурного простору є усталена система не лише матеріальних, але, передусім, духовних цінностей, тому інформаційна культура постає як галузь духовного життя, що охоплює систему виховання, освіти, науки та мистецтва, а її нівелювання створює загрози для зовнішніх інформаційних агресій та маніпуляцій суспільною свідомістю.

На національному рівні інформаційна культура проявляється у формі самоідентифікації нації через сформовану систему соціально-комунікаційних інститутів, які забезпечують накопичення та ефективне функціонування національних інформаційних ресурсів. Національний рівень міжкультурної комунікації можливий за наявності національної єдності, що виникає як на моноетнічній, так і на політичній основі, і доповнюється формуванням національної культури як сукупності традицій, цінностей і правил поведінки, спільних для представників однієї нації.

Груповий рівень інформаційної культури зумовлений, переважно, реалізацією різних видів інформаційних взаємовідносин у сфері професійної діяльності та проявляється в культурі публічних виступів, колективних обговорень, в етиці лідерської комунікативної взаємодії. На індивідуальному рівні інформаційна культура реалізується в суб'єкт-об'єктних відносинах (переважно в документальних комунікаціях) та суб'єкт-суб'єктних відносинах (у культурі мовленнєвого спілкування).

Четверта комунікаційна революція, зумовлена активним розвитком інтернет-технологій, спричинила появу культури віртуальних інтернет-комунікацій як нового виміру владних відносин. Найважливіша риса мультимедіа полягає у формуванні культури віртуальних комунікацій. В інформаційному суспільстві формується «нова людина» (змінюється образ мислення людини, її погляди на світ і саму себе). Сучасна інформаційна культура є результатом нового типу мислення, який формується в результаті вивільнення індивіда від буденної інформаційно-інтелектуальної роботи за допомогою нових інформаційних технологій.

У підсумку зафіксуйте, що інформаційна культура є: сукупністю механізмів і принципів, які забезпечують сприятливу взаємодію етнічних і національних культур, їх поєднання з

універсальним досвідом людства; елементом загальної культури людства, найважливішим засобом відтворення світової культурної спільноти, створення світового інформаційного простору.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення феномену комунікаційної культури.
2. Охарактеризуйте кризові явища сучасного інформаційно-комунікаційного суспільства. У чому проявляється інформаційна криза сучасного цифрового суспільства?
3. Охарактеризуйте рівні інформаційної культури.
4. Опишіть процес переходу від книжкової культури до культури мультимедіа.

Література: [3; 10; 14; 15; 16; 17; 21; 23; 27; 33; 38].

Тема 16 СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТИТУТИ СУСПІЛЬСТВА

Мета: узагальнити та обґрунтувати знання про соціально-комунікаційні інститути суспільства, інституалізація сфер комунікаційної діяльності у суспільстві.

План

1. Поняття про соціальний інститут. Особливості соціального інституту.

2. Процеси інституалізації сфер комунікативної діяльності у суспільстві – бібліотечного, архівного, музейного, органів науково-технічної інформації, видавничого, засобів масової комунікації.

3. Процеси інтеграції та диференціації у системі соціальних комунікацій.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *соціальний інститут, соціально-комунікаційний інститут, підсистеми соціально-інформаційних комунікацій, архівна, бібліотечна, музейна системи України, система органів науково-технічної інформації, видавнича система.*

Розвиток суспільства йде через формування і діяльність соціальних інститутів. Зрілість суспільства визначається багатоманітністю соціальних інститутів, їх розвинутістю, здатністю надійно, стійко, професійно задовольняти різноманітні потреби індивідів, соціальних спільностей людей.

Зверніть увагу на існуючі у науковому дискурсі трактування поняття «соціальний інститут»: відносно стійка модель поведінки людей і організацій, що історично склалася у певній сфері життєдіяльності суспільства; певна сукупність установ, які відповідають соціальній структурі суспільства; сукупність соціальних норм і культурних зразків, які визначають сталі форми соціальної поведінки; система поведінки у відповідності з цими нормами; своєрідна форма людської діяльності, заснована на чітко розробленій системі правил і норм відповідно до соціального статусу і ролі, а також на розвинутому соціальному контролі за їх здійсненням. Соціальні інститути підтримують соціальні структури і порядок, стабільність у суспільстві. Зосередьте увагу на етапах інституалізації.

Зверніть увагу на класифікацію соціальних інститутів за різними критеріями: 1) економічні (власність, гроші, банки, господарські об'єднання різного типу) – забезпечують виробництво і розподіл суспільного багатства, регулюють грошовий обіг; 2) політичні (держава, Верховна Рада, суд, прокуратура) – пов'язані з встановленням, виконанням і підтриманням певної форми політичної влади, збереженням і відтворенням ідеологічних цінностей; 3) культурні та виховні (наука, освіта, сім'я, релігія, різні творчі установи) – сприяють засвоєнню і відтворенню культурних, соціальних цінностей, соціалізації індивідів; 4) соціальні – організують добровільні об'єднання, регулюють повсякденну соціальну поведінку людей, міжособистісні стосунки.

Соціально-комунікаційні інститути суспільства поділяють на комулятивні і некомулятивні. Комулятивні: архіви, бібліотеки, музеї, система науково-технічної інформації (НТІ), телекомунікаційні мережі, інтернет. Некомулятивні: освіта, система масової комунікації (преса, радіо, телебачення), засоби зв'язку (пошта, телефон), книговидавнича справа, газетно-журнальна справа, туристична справа, культура дозвілля. Зверніть увагу на

відмінності між соціальними кумулятивними інститутами: характер інформації (бібліотека має справу з зафіксованою інформацією, НТТ з однією і з другою, архів із зафіксованою); різноманітні носії інформації (музей має справу з документами трьох вимірів, бібліотеки, архіви – з документами); відмінні соціальні функції.

Характеризуючи систему бібліотек України, зверніть увагу на перспективний напрям діяльності бібліотек у цифровому суспільстві – створення та функціонування цифрових бібліотек.

Знайомство з архівною системою в Україні почніть з визначення архіву як соціального інституту – спеціалізована установа, або структурний підрозділ, призначення якого полягає у забезпеченні потреб суспільства у ретроспективній документній інформації, яка організовує зберігання архівних документів та користування ними. Вивчаючи музей як науково-дослідну, культурно-просвітницьку устанovu, зверніть увагу на специфіку його діяльності.

Зверніть увагу на виставкову діяльність як невід’ємну складову функціонування усіх документальних інститутів з одного боку, й існування виставок як відносно автономних документально-комунікаційних інститутів, що мають власний документний інформаційний фонд: каталог виставки, рекламні видання, власний архів тощо.

Система НТІ є основою для функціонування на її базі різних за тематикою і структурою інформаційних ресурсів, може відігравати роль передавача знань, технологій, досвіду як на міжгалузевому, так і міжрегіональному рівні, сприяти реалізації державної науково-технічної політики.

У підсумку зазначте: бібліотечні, інформаційні, архівні, музейні, науково-технічні ресурси доповнюють один одного. Актуальним для сьогодення є створення єдиного Національного документно-інформаційного фонду України.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте ключові соціальні потреби, які породжують процеси інституціалізації.

2. Охарактеризуйте комулітивні та некомулітивні соціально-комунікаційні інститути суспільства. У чому полягає відмінність у їх діяльності.

3. З'ясуйте специфіку виставкової діяльності.
4. У чому полягає відмінність у діяльності органів НТІ від інших соціально-комунікаційних інститутів?

Література: [10; 12; 21].

Тема 17

СИСТЕМА ДОКУМЕНТНОЇ КОМУНІКАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Мета: засвоєння знань про специфіку та закономірності розвитку документних комунікацій та визначення стратегічного вектору її розвитку в умовах цифрового суспільства

План

1. Закономірності розвитку документних комунікацій. Канал опублікованих і неопублікованих документів.
2. Основні інститути документної комунікації. Функції документної комунікації.
3. Особливості комунікаційних бар'єрів в системі документної комунікації.
4. Проблеми старіння документальної інформації і документів.
5. Управління системою документних комунікацій суспільства.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *документна комунікація, опубліковані і неопубліковані документи, інститути документної комунікації, старіння документа.*

При вивченні теми зафіксуйте, що документна комунікація – це процеси і засоби обміну інформацією у суспільстві за допомогою документів. Документна комунікація є підсистемою соціальної комунікації. Запам'ятайте – передавання документної інформації у суспільстві називається соціальною документною комунікацією. В основі процесу соціальної документної комунікації (ДКС) лежить комунікаційний акт, який охоплює три основних елементи: комунікант, комунікат і реципієнт. Комуні-

кант – автор і відправник документного повідомлення, який починає комунікацію – особа або організація, які створюють і передають документну інформацію. Реципієнт – отримувач, споживач документної інформації – особа (читач, слухач, глядач) або група осіб, для яких призначена інформація і які приймають повідомлення.

Між комунікантом і реципієнтом існує канал комунікації, без якого цей процес не може відбутися. Роль каналу передавання інформації виконує комунікат – документне повідомлення (книга, журнал, газета, диск, фото). Основними документними каналами згідно з типологією документів є: канали опублікованих документів, призначених для широкого громадського користування і розмножених з цією метою поліграфічними засобами; канали неопублікованих (зокрема тих, що не публікуються) документів, що являють собою рукописи, машинопис, графіку, живопис. Будь-який документ як елемент документної комунікації можна охарактеризувати за формулою: хто, що, яким каналом, кому, з якою ефективністю повідомляє.

Закон документаційного супроводу соціальних комунікацій, який сформулював Ю. Столяров, доводить, що кожна соціальна комунікація обов'язково опосередковується документом, і всі соціальні інститути за своєю сутністю є документними, оскільки кожен з них зайнятий або виробництвом, або транспортуванням, або одержанням, обробленням та зберіганням документа, наданням його користувачам тощо. Основними інститутами документної комунікації є: архіви, музеї, бібліографічні служби, бібліотеки, видавництва і друкарні, книжкова торгівля, реферативні служби.

Життєвий цикл документа забезпечується функціонуванням документних потоків та масивів, що формуються у спеціалізованих документно-комунікаційних системах, зорієнтованих на виробництво документів (генезисні документні системи), їх транспортування та розповсюдження (транзитні документні системи), організацію зберігання з метою використання споживачами інформації (термінальні документні системи).

Запам'ятайте, що жоден із видів комунікації не може існувати без бар'єрів, що перешкоджають її руху. Характерними для

ДКС є: технічний, міжмовний, соціальний та психологічний бар'єрів.

Зверніть увагу на проблему старіння інформації і здатність її до ущільнення. Старіння – об'єктивний процес втрати соціальної документної інформації, ціннісних її властивостей в міру появи нових повніших і достовірніших відомостей. Старіння соціальної інформації і старіння документів – явища взаємозалежні, але не тотожні. Старіння інформації полягає у спростуванні деяких поглядів, теорій, заміні застарілих методів новими методами. Застаріває та інформація, яка перестає адекватно відображати реальність.

Функціонування документно-комунікаційної системи передбачає наявність визначених норм і вимог не тільки щодо складання і оформлення документа, а й порядку роботи з ним: опрацювання, руху, зберігання, знищення. Ці норми закріплюються законотворчими та нормативно-методичними документами.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте сутнісні ознаки документної комунікації суспільства.
2. Охарактеризуйте техніко-технологічні трансформації документно-інформаційних структур.
3. Охарактеризуйте особливості комунікаційних бар'єрів в системі документної комунікації.
4. З'ясуйте механізми старіння документної інформації і документів та здатності інформації до ущільнення.

Література: [10; 21].

Тема 18 ЕЛЕКТРОННА КОМУНІКАЦІЯ

Мета: засвоєння знань про особливості електронної комунікації, знайомство з комунікаційними сервісами.

План

1. Становлення та розвиток електронної комунікації суспільства.
2. Функції електронної комунікації.

3. Електронний документ у документно-комунікаційній системі.

4. Інформаційно-комунікаційні сервіси інтернету.

5. Особливості віртуального спілкування. Переваги й недоліки інтернету як засобу комунікації.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *електронна комунікація, електронний документ, інтернет як засіб комунікації, інформаційно-комунікаційні сервіси інтернет.*

При вивченні теми зверніть увагу на передумови становлення електронної епохи комунікації: поява телеграфу, телефону, виникнення бездротового зв'язку (радіо) та телетрансляцій. Завершенням процесу становлення електронної комунікації (ЕК) став розвиток комп'ютерної техніки та технологій починаючи з 40-х рр. ХХ ст. ЕК пов'язана із виникненням та розвитком нових інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), які спричиняють збільшення потоку інформації, що стало основою формування концепції інформаційного суспільства – якісно нової стадії розвитку цивілізації, що характеризується високим рівнем ІКТ, які, зі свого боку, надають можливість доступу до інформації та знань майже миттєво у будь-якій точці світу. Нині такий спосіб одержання даних притаманний більшості сфер людської діяльності та є потужним інструментом сучасного соціуму.

Зафіксуйте визначення електронної комунікації – «новітній вид смислової соціальної комунікації, яка охоплює широке коло техногенних комунікаційних каналів, заснованих на дротовому та радіозв'язку, магнітному та оптичному записі інформації». Електронна комунікація є синтезом усної та письмової комунікацій на новому технологічному рівні, де каналом є електронне (цифрове) середовище.

В умовах електронної комунікації виникають нові технології спілкування (наприклад, людини з комп'ютером). Основною мовною формою, яку використовує машина, є діалог. Спілкування в інтернет-співтоваристві може здійснюватися на професійній основі або спільності інтересів в іншій сфері (хобі, комп'ютерні ігри, змагання тощо). Особливостями таких інтер-

нет-співтовариств є масова інтерактивність, загальнодоступність, зберігання результатів комунікації, інтегрованість, оперативність комунікації, загальний єдиний простір.

Символом переходу від домінування традиційної книжкової комунікації до електронної став гіпертекст як подання інформації у формі взаємопов'язаної мережі вузлів, у яких читач вільно прокладає власний шлях отримання інформації нелінійним способом. На відміну від тексту паперової книги, гіпертекст характеризується: дисперсністю структури (інформація подається як фрагменти-вузли, «увійти» до структури можна з будь-якої ланки); нелінійністю (читач сам обирає послідовність читання і створює власний текст); різноманітністю та мультимедійністю (застосування всіх засобів впливу на споживача інформації-читача). Гіпертекст не прив'язаний до технології, змісту або середовища, а є лише організаційною формою. Особливим каналом електронної комунікації як передачі інформації є інтернет, що використовується як інфраструктура обігу інформації відкритого доступу.

Інтернет – всесвітня система локальних і глобальних, приватних, публічних, академічних, ділових і урядових мереж, пов'язаних між собою через використання різноманітних дротових, оптичних і бездротових технологій. Інтернет становить фізичну основу для розміщення інформаційних ресурсів і послуг, зокрема гіпертекстових чи мультимедійних документів, електронної пошти та інших засобів цифрового зв'язку. Із погляду користувача, інтернет – це глобальний засіб зберігання та пошуку інформації, основними компонентами якого є: мережа комп'ютерів, провайдери, сервери, файли (електронні документи), браузері тощо.

Глобалізація комунікаційної сфери суспільства, поява інтернету, змінили традиційні форми комунікативного предмета у середовищі масових комунікацій. Розширились не лише форми повідомлень, але і жанровостилістичне наповнення, що стало результатом нових технологій опрацювання та подання інформації в електронному середовищі. До них можна віднести: документальний матеріал (зйомка/запис); поради; календар подій; аналітику; ексклюзив; оглядові статті; висвітлення планових подій; прогнози; репортажі з місця подій; історичний матеріал;

інтерв'ю; опитування; прес-релізи; дайджести преси; біографічні нариси; цитати; спеціальні репортажі; трансляції та стенограми; запис голосу.

Відмінною рисою електронної комунікації є не стільки опосередкованість екраном, скільки факт спілкування не з людиною, а з електронною пам'яттю, точніше – зі смислами, що знаходяться в інформаційно-логічному просторі, утвореному мережею. Таким чином, соціальна пам'ять збагачується новим, раніше відсутнім компонентом.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Подайте визначення електронної комунікації та електронного документа.

2. Охарактеризуйте сутнісні ознаки електронної комунікації суспільства. Назвіть функції електронно комунікації.

3. З'ясуйте особливості віртуального спілкування. Назвіть переваги й недоліки інтернету як засобу комунікації.

Література: [10; 23; 27; 29; 31; 32; 33].

Тема 19

НАУКОВА КОМУНІКАЦІЯ

Мета: засвоєння знань про особливості системи наукових комунікації, основні етапи становлення та розвитку наукових шкіл документно-інформаційного спрямування.

План

1. Система наукових комунікацій суспільства: її елементи.
2. Становлення системи наукових комунікацій.
3. Основні методи та етапи формування наукової інформації (збір, аналіз, синтез).
4. Види, загальна структура та специфічні властивості наукової інформації.
5. Засоби розповсюдження наукової інформації.
6. Наукові школи.
7. Міжнародна співпраця у системі наукових комунікацій.

У процесі вивчення лекційного матеріалу та довідкової літератури з теми, здобувач вищої освіти повинен опанувати наступні поняття та вміти ними оперувати: *наукова комунікація, науко-*

ва інформація, наукові школи, електронний журнал, інституційний репозитарій, відкритий доступ (OPEN ACCESS).

Наукова комунікація – це сукупність процесів подання, передачі, отримання наукової інформації в суспільстві, який складає основний механізм існування і розвитку науки. Сутність наукової комунікації полягає в обміні науковою інформацією, яка є основою професійної діяльності передовсім науковців. Оскільки метою науки є отримання наукового знання, відтак комунікація науковців є однією із умов створення нового знання.

Основними елементами наукової комунікації є: автор, наукова праця, публікація, видавництво, бібліотека, читач. Характеризуючи специфіку наукових комунікацій зверніть увагу на їхню класифікацію: пряму, опосередковану, вертикальну, горизонтальну, формальну (обмін науковою інформацією через спеціально створені структури для генерації, оброблення, поширення наукового знання (видавництва, науково-дослідні установи), неформальну (встановлюється між комунікантом та реципієнтом шляхом особистих контактів, ефективність яких визначається через самозвіти, спостереження, публікації у співавторстві), документну (опосередкована науковим документом), недокументну (передача наукової інформації в незакріпленій на матеріальному носіїв формі).

Зафіксуйте визначення наукового документа – публікація результатів теоретичних і (чи) експериментальних досліджень, а також підготовка науковцями до публікації пам'яток культури, історичних документів та літературних текстів. У науковій комунікації науковий документ набуває статусу комуніката і може бути може бути у вигляді опублікованих тез, тексту наукової доповіді, статті, опису винаходу, монографії, звіту про НДР, дисертації, автореферату дисертації, аналітичного огляду, реферату тощо.

Зверніть увагу на переваги та недоліки документних наукових комунікацій. Зосередьте увагу на основні методи та етапи формування наукової інформації (збір, аналіз, синтез). Основний результат наукової діяльності – це інформація, відображена у книгах, статтях та інших публікаціях. Під час проведення наукових досліджень широко застосовуються сучасні інформацій-

но-комунікаційні технології. Зокрема, інтернет-простір розвивається як особлива сфера віртуальної науки, як найважливіший її ресурс і унікальний спосіб наукової комунікації. У контексті інформаційно-довідкової функції інтернет – принципово нова віртуальна інформаційно-довідкова система, яка відрізняється високою швидкістю та величезними масштабами. Таким чином, інтернет перетворився на складний об'єкт і потужний засіб наукових досліджень.

Серед основних засобів розповсюдження наукової інформації зафіксуйте: наукові журнали, електронний журнал, монографії, наукові збірники, періодичні видання, спеціальні випуски технічних видань (аналітичні, статистичні дані з пробями), патентно-ліцензійні видання, стандарти, навчальна література, неопубліковані наукові матеріали (дисертації, наукові звіти), довідково-інформаційний фонд, довідково-пошуковий апарат тощо.

Значну роль у розвитку наукових знань відіграють наукові школи – неформальний творчий колектив дослідників різних поколінь, об'єднаних загальною програмою і стилем дослідницької роботи, які діють під керівництвом визнаного лідера; об'єднання однодумців, що розробляє життєво важливі для суспільства проблеми під керівництвом відомого в певній галузі дослідника, має значні теоретичні і практичні результати своєї діяльності, визнані у наукових колах і сфері виробництва. Основними функціями наукових шкіл є: виробництво наукових знань (дослідження, навчання), поширення наукових знань, підготовка обдарованих вихованців.

У сучасних умовах інформатизації суспільства та масової інтеграції в «мережу Інтернет» науковці широко застосовують інформаційно-комунікаційні технології і докладають значних зусиль для вільного та оперативного доступу до наукових ресурсів. Акценти науковців спрямовуються на формування електронних ресурсів, популяризацію ідей відкритого доступу, побудову загальнодоступних архівів наукової інформації, підвищення веб-метричного рейтингу наукових та науково-освітніх інституцій, окремих науковців. Діяльність комунікаційних установ, науково-дослідних центрів щодо інформаційного забезпечення наукових досліджень спрямована на формування відкритого інформаційного простору, можливість доступу до інформації на різних

типах носіїв та їх комплексне поєднання, що у свою чергу сприяє створенню гнучкої інфраструктури інформаційного забезпечення та успішному задоволенню інформаційних потреб та запитів користувачів наукової інформації.

Запитання та завдання для самоперевірки

1. Назвіть основні елементи системи наукових комунікацій.
2. Охарактеризуйте основні методи та етапи формування наукової інформації.
3. Визначте основні засоби розповсюдження наукової інформації.
4. З'ясуйте роль наукових шкіл у розвитку наукових знань.

Література: [8; 28].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Базова

1. Абетка соціальних комунікацій : довідник / укл. Г. В. Горбенко; за наук. ред. Л. Г. Масімової. Київ : Жнець, 2014. 152 с.
2. Білан Н. І. Інформаційна парадигма соціальних комунікацій: монографія. Київ : СПД Паливода, 2016. 379 с.
3. Горовий В. М. Соціальні інформаційні комунікації, їх наповнення і ресурс: монографія. Київ : НВЦ, НБУВ, 2010. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/everlib/item/er-0003131>.
4. Закон України «Про інформацію». Набуття чинності від 13.01.2011 р. Поточна редакція 16.06.2020. База даних «Законодавство України». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Тех>.
5. Іванов В.Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посібн. Київ : Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
6. Кастельс М. Інтернет галактика. Міркування щодо інтернету, бізнесу і суспільства. Київ : Ваклер, 2007. 290 с.
7. Квіт С. Масові комунікації. 2-е вид., виправл. і доп. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
8. Копанева В.О. Наукова комунікація: від відкритого доступу до відкритої науки. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2017. № 2. С. 35-45.
9. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2011. 187 с.
10. Ломачинська І. М. Документально-інформаційні комунікації в системі соціальних комунікацій: навч. посіб. 3-тє вид., переробл. і доповн. Київ : ЦУЛ, 2014. 336 с.
11. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
12. Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. Киев : Ника-центр, 2004. 432 с.
13. Манакін В.М. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
14. Почепцов Г. Г. Глобальні проекти: конструювання майбутнього. Київ : Укр. центр політ. менедж., 2009. 212 с.
15. Почепцов Г. Г. Инжиниринг будущего: лекции по стратегическим и фортсайтным исследованиям. Киев : Альтерпрес, 2010. 304 с.

16. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації в умовах інформаційного протиборства. Київ : Детектор Медіа, 2015. URL: https://ms.detector.media/trends/1411978127/strategicheskie_kommunikatsii_v_usloviyakh_informatsionnogo_protivoborstva/.

17. Почепцов Г. Теорія комунікації: навч. посіб. 2-ге вид., доп. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 2006. 656 с.

18. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. Психолінгвістика. 2012. Вип. 10. С. 305-314. URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Do_postanovky_problemy.pdf.

19. Романенко Є. Комунікативна політика держави: теоретико-методологічний аналіз: монографія. Київ : НАДУ, 2014. 399 с.

20. Соболевська М. Неофункціоналістські та постструктуралістські теорії у сучасній соціології: навч. посіб. Київ : Дух і літера, 2010. 164 с.

21. Соколов. А.В. Социальные коммуникации: учебн. Санкт-Петербург : Профессия, 2014. 288 с.

22. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства: монографія / О.С. Онищенко, В.М. Горючий, В.І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2014. 260 с. URL: <http://nbuvip.gov.ua/images/nauk-mon/socmeregi.pdf>.

23. Хейлз Н. К. Як ми стали постлюдством: Віртуальні тіла в кібернетиці, літературі та інформатиці. Київ : Ніка-Центр, 2002. 430 с.

24. Холод О. М. Теорія та історія соціальних комунікацій : курс лекцій. Київ : КиМУ, 2013. 232 с.

25. Холод О. М. Сучасні теорії: тенденції розвитку: навч. посіб. 2-е вид. перероб. й доп. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.

26. Холод О. Медіа й теорії соціальних комунікацій : монографія. Київ : Видавничий центр ПВНЗ «Інститут реклами», 2017. 409 с.

27. Чернов А. Становлення глобального інформаційного суспільства: проблеми і перспективи. URL: <http://dzyalsh.ru/01-comm/books/stan-obshestva/p-bib-stan-obshestva.html>.

28. Шемаєва Г.В. Етапи розвитку наукових комунікацій. Вісник ХДАК. 2017. Вип. 50. С. 24-35.

Допоміжна

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляція. Київ : Основи, 2004. 230 с.

2. Волошин В.Г. Комп'ютерна лінгвістика: навч. посібн. Суми : Університетська книга, 2004. 382 с.

3. Даниленко С. І. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж: моногр. Київ: ІМВ. 2010. 310 с.

4. Горова С.В. Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення: монографія. Київ : НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2017. 452 с.

5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 606 с.

6. Ковалінська І. В. Невербальна комунікація: навч. посіб. Київ: Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.

7. Луман Н. Реальність мас-медіа. Київ : ЦВП, 2010. 158 с.

8. Луман Н. Общество как социальная система; пер. с нем. А. Антоновский. Москва: Изд-во «Логос», 2004. 232 с. URL: http://yanko.lib.ru/books/cultur/luman-ob_kak_soc-sistema-81.pdf.

9. Пітерс Дж. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації / пер. з англ. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2004. 302 с.

10. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

11. Навчально-методичний комплекс «Соціальні комунікації». URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/31447>.

Навчальне видання

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Методичні рекомендації до самостійної роботи
для здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр»
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна
та архівна справа»

Укладач
БОЖУК Людмила Володимирівна

В авторській редакції

Технічний редактор А.І. Лавринович

Комп'ютерна верстка Л.Т. Колодіної