

**Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний політехнічний університет  
Гуманітарний факультет  
Кафедра інформаційної діяльності та медіакомунікацій**

**С. М. Мельник**

## **ПРИКЛАДНІ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

*Методичні рекомендації і завдання до практичних занять*  
(для здобувачів вищої освіти денної, заочної та дистанційної форм  
навчання спеціальності  
029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа)



**Одеса : ОНПУ – 2020**

**Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний політехнічний університет  
Гуманітарний факультет  
Кафедра інформаційної діяльності та медіа-комунікацій**

**С. М. Мельник**

**ПРИКЛАДНІ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ**

*Методичні рекомендації і завдання до практичних занять*  
(для здобувачів вищої освіти денної, заочної та дистанційної форм  
навчання спеціальності  
029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа)



Затверджено  
на засіданні кафедри  
інформаційної діяльності  
та медіа-комунікацій,  
протокол № 1 від 31.08.2020 р.

## УДК 007:304(075.8)

Прикладні соціокомунікаційні технології: методичні рекомендації і завдання до практичних занять з дисципліни [для здобувачів вищої освіти денної, заочної та дистанційної форм навчання спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа] / Укл. : С. М. Мельник. – Одеса : ОНПУ, 2020. – 26 с.

*Укладач: С. М. Мельник, канд. філол. наук, доцент*

Методичні рекомендації повністю відповідають програмі курсу «Прикладні соціокомунікаційні технології» та є частиною навчально-методичного комплексу, що включає робочу навчальну програму, конспект лекцій, методичні рекомендації і завдання для самостійного опанування дисципліни.

Призначені для здобувачів вищої освіти гуманітарних факультетів, зокрема для майбутніх фахівців зі спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

© С. М. Мельник, 2020

© ОНПУ, 2020

## Зміст

ВСТУП .....	4
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1 .....	6
Практичне заняття 1.....	6
Практичне заняття 2.....	8
Практичне заняття 3.....	9
СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2 .....	11
Практичне заняття 4.....	11
Практичне заняття 5.....	13
Практичне заняття 6.....	14
Практичне заняття 7.....	16
ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ РІВНЯ ЗАСВОЄННЯ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ .....	17
ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ .....	21
Питання до модульної контрольної роботи № 1.....	21
Питання до модульної контрольної роботи № 2.....	21
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА .....	23
ДОДАТКИ.....	25

## ВСТУП

Методичні рекомендації укладено відповідно до робочої навчальної програми курсу «Прикладні соціокомунікаційні технології», що є складовою циклу спеціалізованої професійної підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа.

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технології» є формування в майбутніх фахівців з масмедіа соціально-комунікаційної компетентності через засвоєння знань з теорії та методології сучасних прикладних соціально-комунікаційних технологій.

### **Завдання навчальної дисципліни:**

- формувати базове теоретичне поняття про використання прикладних соціокомунікаційних технологій у різних галузях людської діяльності;
- обирати адекватні до цілей і завдань комунікації засоби, стратегії і тактики;
- аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різноманітних технологій;
- забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери діяльності: політичної, культурної, державного управління тощо.

**Здобувачі вищої освіти повинні знати:** основні поняття навчальної дисципліни; структуру, функції соціально-комунікаційних технологій; сучасні концепції досліджень соціально-комунікаційних технологій; специфіку використання різних технологій в процесі організації комунікативного простору.

**Здобувачі вищої освіти повинні вміти:** аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання соціально-комунікаційних технологій; досліджувати інструментарій прикладних соціально-комунікаційних технологій; готувати інформаційний продукт із використанням різних прикладних соціально-комунікаційних технологій; забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.

**Видами навчальної діяльності** згідно з навчальним планом є:

- а) лекційні заняття;
- б) практичні заняття;
- в) самостійна робота здобувачів (СРЗ).

Застосовуються такі засоби визначення рівня підготовки здобувачів вищої освіти: тестування, виконання творчих завдань, проведення індивідуального та фронтального усного опитування, реферування літератури, актуальних публікацій з дослідженнями соціально-комунікаційних технологій.

### **Види контролю:**

- поточний контроль: оцінюється самостійна робота здобувачів на практичних заняттях, виконання домашніх завдань;
- рубіжний контроль: виконання завдань модульного контролю №1 і №2;
- підсумковий контроль: залік, що виставляється як сумарна оцінка за виконання всіх елементів навчальної дисципліни не менше, ніж на 60 %.

**Оцінка успішності здобувача** з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою як середня арифметична оцінка засвоєння відповідних змістових модулів і має визначення за системою ECTS та традиційною шкалою, прийнятою в Україні.

## МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

**Мета практичних занять** – сприяти закріпленню здобувачами теоретичних знань із дисципліни, одержаних на лекціях та в результаті самостійного опрацювання навчального матеріалу, а також формуванню практичних навичок щодо застосування здобутих знань на практиці.

### **Готуватися до практичних занять рекомендуємо таким чином:**

1. Ознайомитися з темою, планом заняття, рекомендованою літературою, переглянути конспект лекції й усвідомити матеріали теми.

2. Пригадати рекомендації викладача й вимоги робочої навчальної програми дисципліни.

3. Підібрати додаткову літературу з теми та ознайомитися з нею, нотуючи ключові ідеї.

3. Скласти план виступу або тези з кожного питання практичного заняття для систематизації і кращого засвоєння знань, чіткого та послідовного виступу. Виступ на занятті повинен бути розгорнутий, переконливий, доказовий і аргументований, повинен розкривати суть питання, його значимість, супроводжуватися висновками, порівняннями, узагальненнями, прикладами, що свідчать про зв'язок теорії з практикою.

Доречно укласти словник ключових термінів дисципліни.

Необхідно навчитися викладати думки вільно, не «прив'язуватися» до конспекту чи інших навчальних матеріалів.

4. Систематично здійснювати самоконтроль повноти засвоєння матеріалу, даючи відповідь на запитання, уміщені в навчальній літературі, конспекті лекцій. Якщо виявлено прогалини в знаннях, уміннях, ще раз слід звернутися до навчальної літератури, незрозумілі питання з'ясувати з викладачем.

5. Бути готовим доповнити виступи товаришів, прорецензувати їх, висловити свою точку зору і обґрунтувати її.

6. Під час практичного заняття робити короткі записи щодо уточнення, доповнення запитань.

7. На практичному занятті проявляти активність, щоб викладач мав змогу оцінити підготовку кожного здобувача за кожною з тем.

## СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 1

### Практичне заняття 1 КОНЦЕПЦІЙ І ПОСТУЛАТИ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СЬОГОДЕННЯ

**Мета** – навчити здійснювати процедури аналітико-синтетичного опрацювання наукової та управлінської інформації; поглибити знання про теоретичні підходи щодо витлумачення соціокомунікаційних технологій у сучасній науці.



#### Питання для обговорення

1. Мета та завдання навчального курсу «Прикладні соціокомунікаційні технології».
2. Поняття технології. Соціальні технології.
3. Теоретичні підходи до визначення поняття «соціально-комунікаційні технології».
4. Зв'язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора.

**Рекомендована література** – 2, с. 6-14; 4, с. 6-19; 7; 9, с. 176-181; 14; 20; 21.



#### Практичні завдання

**Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту до понять «соціальні технології», «соціально-комунікаційні технології». Взіреть карти дивіться в додатку А.

**Завдання 2.** Ознайомтеся зі статтею В. Корнеєва (Корнеєв В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності / В. М. Корнеєв // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 56. – С. 176–181.). Зробіть висновок про роль комунікаційних технологій в суспільній дійсності.

**Завдання 3.** Віднайдіть мережі інтернет праці, присвячені вивченню соціально-комунікаційних технологій. Визначте аспекти, які найчастіше потрапляють в коло наукових інтересів дослідників. Висловіть припущення про причину такої акцентуації.

**Завдання 4.** Підготуйте коротку довідку про специфіку формування теорій комунікаційних технологій в українській та зарубіжній науці. Зробіть висновок про активність вітчизняних науковців у цьому процесі.

**Завдання 5.** Дослідник Г. Почепцов висловив думку про те, що «комунікаційні технології досягли свого піку саме в ХХ столітті». Висловіться щодо того, чи поділяєте Ви думку вченого. Відповідь обґрунтуйте.



#### Творча / пошукова робота

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- *Роль комунікаційних технологій у сучасному світі.*

- *Ефективність соціально-комунікаційних технологій як запорука прогресу суспільства.*
- *Соціально-комунікаційні технології, що застосовувались в УРСР після Чорнобильської трагедії (26 квітня 1996 року).*

## Практичне заняття 2

### ПРИНЦИПИ МАНІПУЛЯТИВНОГО ВПЛИВУ В СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

**Мета** – навчити створювати та реалізовувати затребувані споживачами інформаційні продукти та послуги; розширити знання про специфіку маніпулятивного впливу; сформувати уміння розпізнавати маніпуляцію.



#### Питання для обговорення

1. Феномен маніпуляції: поняття, види.
2. Передумови використання маніпулятивного впливу.
3. Технології маніпуляції.
4. Способи протидії маніпуляції.

**Рекомендована література** – 1; 2, с. 22-29; 3, с. 142-154, с. 169-178; 4, с. 94-124; 12; 15, с. 51-101, с. 194-228; 20; 21.



#### Практичні завдання

**Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту до поняття «маніпуляція».

**Завдання 2.** Доведіть чи спостуйте тезу, що *всі соціально-комунікаційні технології слід називати маніпулятивними*.

**Завдання 3.** Опрацюйте наукову літературу (2-3 джерела на ваш вибір), присвячену маніпуляційному впливу, та укладіть перелік найпоширеніших методів маніпулювання.

**Завдання 4.** Опрацюйте підручник «Сугестивні технології маніпулятивного впливу» (В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – К. : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с.; [https://mil.univ.kiev.ua/files/29\\_965691167.pdf](https://mil.univ.kiev.ua/files/29_965691167.pdf)) та підготуйте коротке повідомлення про технології нейролінгвістичного програмування.

**Завдання 5.** Проаналізуйте інтернетні матеріали, присвячені захисту від маніпулятивного впливу. Укладіть перелік найбільш дієвих методів захисту й протидії маніпулюванню.



#### Творча / пошукова робота

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- *Політичний нейромаркетинг.*
- *Чорна риторика – маніпулятивна технологія чорного піару.*
- *Особливості здійснення маніпулятивного впливу в інтернетній мережі.*



### Практичне заняття 3

## ТИПОЛОГІЇ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ СЬОГОДЕННЯ В СИСТЕМІ УКРАЇНСЬКОЇ НАУКИ. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОПАГАНДИ

**Мета** – навчити використовувати знання та навички щодо проведення збору даних, моделювання документно-інформаційних систем і їх ресурсів при аналізі конкурентоспроможності установи; деталізувати знання про різновиди соціокомунікаційних технологій; опанувати відомості про пропаганду як одну із найпоширеніших соціокомунікаційних технологій; сформувані вміння розпізнавати пропаганду та протистояти їй.



### Питання для обговорення

1. Структура соціально-комунікаційних технологій у працях О. Холода:
  - 1.1. Технології мутації:
    - а) соціально-комунікаційні технології додавання;
    - б) соціально-комунікаційні технології модифікації;
    - в) соціально-комунікаційні технології трансформації.
  - 1.2. Технології інмутації:
    - а) соціально-комунікаційні технології розбалансування;
    - б) соціально-комунікаційні технології руйнування;
    - в) соціально-комунікаційні технології знищення.
  - 1.3. Структура соціально-комунікаційних технологій із позицій соціальних комунікацій.
2. Теоретичні уявлення про різновиди соціально-комунікаційних технологій Г. Почепцова, В. Корнеєва.
3. Ідеї Д. Гаври щодо структури соціально-комунікаційних технологій.
4. Пропагандистські комунікації: поняття, структура, функції. Сучасні моделі пропаганди. Технології і методи пропаганди. Пропагандистський аналіз. Специфіка реалізації контрпропаганди.
5. Технологія інформаційного охоплення: поняття, види.
6. Моделі сучасної пропаганди.
7. Методи та прийоми пропаганди. Засоби впливу сучасної російської пропаганди.

**Рекомендована література** – 1; 2, с. 36-58, с. 58-84; 3, с. 167-168; 4, с. 38-49, с. 72-92; 13, с. 119-159; 16; 18; 20; 21.



### Практичні завдання

- Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту (на вибір) «Класифікація соціокомунікаційних технологій», «Інструментарій пропаганди».
- Завдання 2.** Здійсніть огляд сучасних поглядів на пропаганду.
- Завдання 3.** Укладіть порівняльну таблицю технології інформування та пропаганди.

Перелік питань	Інформування	пропаганда
На кого спрямовано? (об'єкт)		
Для чого? (мета)		
Спрямовано на інформування чи почуття?		
Які емоції/враження/ефект викликає?		
Які методи роботи?		
Яке ставлення до предмету, про який говорить?		
Який тип інформації?		
Результат для аудиторії		

**Завдання 4.** Перегляньте короткі відео. До якої категорії технологій Ви б їх узалежнили: пропаганди чи інформування? Чому? Чи належать соціальні ролики здорового способу життя, дотримання правил дорожнього руху до пропаганди? Відповідь обґрунтуйте.

- 1) <https://www.youtube.com/watch?v=OLBnRyXHuF4> – Децентралізація в Україні.
- 2) <https://www.youtube.com/watch?v=5eW9HflvEn4> – Хто читав проект угоди України та ЄС.
- 3) <https://www.youtube.com/watch?v=Mo8RmXW-OnM> – Рекламна кампанія Volvo за участі Ван Дамма.
- 4) <https://www.youtube.com/watch?v=L1FXEzstaqM> – Епідемія грипу в Україні може розпочатися в жовтні.

**Завдання 5.** Охарактеризуйте найпоширеніші засоби сучасної української пропаганди. За можливості, свої думки підтвердьте посиланнями на інтернетні матеріали.



#### Творча / пошукова робота

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- Специфіка технологій інформаційного охоплення (пропаганди) в епоху посттоталітаризму в Україні.
- Найпоширеніші засоби сучасної російської пропаганди.
- Психологічні умови ефективності технології інформаційного охоплення.

## СЕМЕСТРОВИЙ МОДУЛЬ 2

### Практичне заняття 4

#### ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІМІДЖБІЛДІНГУ, ТРЕШІМІДЖУВАННЯ ТА СПІНДОКТОРИНГУ

**Мета** – навчити створювати та реалізовувати затребувані споживачами інформаційні продукти та послуги; сформувані знання про технології іміджбілдингу, трешіміджування й спіну в українських реаліях; розвинути навички формування іміджу й виправлення інформації.



#### Питання для обговорення

1. Імідж та його складові.
2. Іміджмейкерство та його особливості.
3. Технології та техніки формування й управління іміджем.
4. Особливості трешіміджування.
5. Спіндокторинг як особливий напрям PR-діяльності: передумови виникнення, ключові дослідження.
6. Технології сучасного спіндокторингу.
7. Стратегії і методи спіндокторингу.

**Рекомендована література** – 3, с. 165-166; 4, с. 23-35; 5; 10, с. 62-67; 13, с. 35-68; с. 68-119; 16; 18; 20; 21.



#### Практичні завдання

**Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту до поняття «імідж».

**Завдання 2.** Опрацюйте книгу Барни Н. В. «Іміджелогія» (К.: Університет «Україна», 2008. — 217 с.; <https://studfile.net/preview/5166974/>). Віднайдіть у ній інформацію про історичні аспекти виникнення іміджу та аспекти його функціонування в інформаційному суспільстві, занотуйте ключові положення.

**Завдання 3.** Підготуйте власне висловлювання на тему «Моя професія: особливості створення ділового іміджу фахівця з інформаційної, бібліотечної та архівної справи».

**Завдання 4.** Перегляньте кілька політичних ток-шоу. Охарактеризуйте інструментарій трешіміджевих технологій в обраних політичних ток-шоу.

**Завдання 5.** Прокоментуйте схему, запропоновану нижче. Розмежуйте функціональні обов'язки спіндоктора та журналіста. Визначте точки перетину професій спіндоктора та фахівця з інформаційної діяльності.





### **Творча / пошукова робота**

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- *Роль трешіміджевих процесів у формуванні міжнародного образу України.*
- *Імідж як соціальний стереотип.*
- *Зарубіжний (за вибором) досвід комунікаційного управління подіями.*

## Практичне заняття 5

### ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ПЕРЕМОВИН

**Мета** – навчити використовувати прикладні соціокомунікативні технології для організації ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва; употужнити знання про перемовний процес та його роль в організації суспільних взаємин; сформувати навички ефективного проведення перемовин.



#### Питання для обговорення

1. Процес перемовин: поняття, концепції, класифікація, функції.
2. Підготовка перемовин.
3. Структура процесу перемовин.
4. Стратегії і правила перемовин.

**Рекомендована література** – 13, с. 159-182; 18; 20; 21.



#### Практичні завдання

**Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту до поняття «перемовини».

**Завдання 2.** Опишіть проблематику досліджень технологій перемовин за останній рік. Зробіть висновки щодо наукових пріоритетів вітчизняних і зарубіжних учених у цьому питанні.

**Завдання 3.** Проаналізуйте інтернетну інформацію про специфіку організації та здійснення переговорів. Сформулюйте основні завдання перемовного процесу та окресліть роль перемовин у суспільному житті.

**Завдання 4.** Продемонструйте на конкретних прикладах процес перемовин, що здійснюється із застосуванням «м'якого» і «жорсткого» підходів. Характеристику кожного із підходів див. у Додатку Б.

**Завдання 5.** Проаналізуйте перемовний процес щодо Донбасу: історію перемовин, його учасників, ключові питання, результативність. Відповідь оформіть у таблиці. Зробіть висновки про причини недосягнення домовленостей щодо окремих питань.



#### Творча / пошукова робота

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- *Перемовний процес: психологічна характеристика феномену.*
- *Міжнародні перемовини в інформаційному суспільстві: віртуальні стратегії успіху.*
- *Національний стиль ведення перемовин.*

## Практичне заняття 6

### ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ СПІЧРАЙТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

**Мета** – навчити використовувати прикладні соціокомунікативні технології для організації ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва; употужнити знання про специфіку і етапи підготовки тексту виступу; сформувати навички написання промов різної тематики та спрямування.



#### Питання для обговорення

1. Спічрайтинг як специфічна PR-технологія.
2. Історія розвитку спічрайтингу як технології та як професії.
3. Спічрайтерський текст.
4. Мета та види публічного виступу. Етапи підготовки публічного виступу.
5. Літературна обробка текстів науково-ділового характеру

**Рекомендована література** – 12; 13, с. 258-275; 17; 18; 19; 20; 21.



#### Практичні завдання

**Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту до поняття «спічрайтинг».

**Завдання 2.** Знайдіть у мережі приклади промов із різних сферах соціальної дійсності: політичної (на з'їзді політичної партії чи мітингу); сфери державного управління (Президент); сфери державного управління (Верховна Рада); сфери місцевого державного управління (Одеська міська рада); судової; бізнесової – для внутрішньої громадськості; бізнесової – для зовнішньої громадськості (клієнти, акціонери); релігійної; освітньої; гумористичної (стендап). Прокоментуйте спільне й відмінне для кожної з промов.

**Завдання 3.** Підготуйте текст виступу на суспільно важливу тему, використовуючи прийоми маніпуляції. У тексті зробіть позначки щодо особливостей її виголошення.

**Завдання 4.** Підготуйте відео свого виступу або озвучте промову перед аудиторією. Під час виголошення промови (її запису) звертайте увагу на темп мови, дикцію, інтонації, а також на ясність і зрозумілість повідомлення, його емоційність. В аудиторії разом із одногрупниками проаналізуйте свій виступ: відзначте вдалі місця і ті моменти, які потребують суттєвих змін.

**Завдання 5.** Перегляньте промову Марка Цукерберга для студентів Гарвардського університету. Проаналізуйте його за наведеною схемою (21 запитання). Зробіть висновок про рівень сприйняття такої промови.

*Вам слід відповісти на такі запитання:*

1. Чи вдалось захопити увагу аудиторії?
2. Чи вдалось утримати увагу протягом всього виступу?
3. Чи дотримано регламенту?
4. Чи все було сказане з того, що хотів?
5. Чи підкреслив у завершенні головне?
6. Чи не ухилився від теми?
7. Чи впевнено почувався на місці оратора?

8. Чи хотілося б ще виступити перед цією аудиторією?
9. Чи був вдалим початок виступу?
10. Чи є драматизм у викладі?
11. Чи є вдалими приклади?
12. Чи є адекватною гучність?
13. Чи є адекватним темп?
14. Чи є адекватними мова і стиль виступу?
15. Чи є вдалим завершення?
16. Чи дотримався оратор регламенту?
17. Чи добре тримався оратор?
18. Чи є цікавим виклад теми?
18. Чи є оригінальним стиль викладу?
20. Чи є ясною головною думкою виступу?
21. Чи є виступ переконливим?



### **Творча / пошукова робота**

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- Типові мовленнєві помилки в публічному мовленні українською мовою.
- Спічрайтингіві агенції та фрілансери: аналіз українського ринку послуг.
- Правове підґрунтя спічрайтингіві діяльності в Україні.

## Практичне заняття 7

### ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОННИХ МЕРЕЖ

**Мета** – навчити розробляти проекти автоматизації формування інформаційних ресурсів бібліотечних та архівних установ; розширити знання про електронні мережі та їх роль у налагодженні комунікації в соціумі, у професійній сфері; сформувати уміння ефективно послуговуватися електронними мережами в різних професійних ситуаціях.



#### Питання для обговорення

1. Специфіка використання електронних мереж в умовах сьогодення.
2. Засоби реалізації технологій електронних мереж.
3. Впливовий потенціал електронних мереж.

**Рекомендована література** – 15, с. 165-194; 16; 18; 20; 21.



#### Практичні завдання

**Завдання 1.** Укладіть інтелектуальну карту до поняття «електронна (інтернетна мережа)»

**Завдання 2.** Висловіться щодо негативної й позитивної ролі мережевої комунікації в житті суспільства та індивіда. Свої думки аргументуйте прикладами із життя.

**Завдання 3.** Перелічіть засоби реалізації технологій електронних мереж. Кілька із них проілюструйте прикладами.

**Завдання 4.** Серед технологій електронних мереж вокремлюють технологію підбору тематичної інформації. Визначте її сутність і продемонструйте на практиці: доберіть інформацію з теми «Найактуальніші дослідження в бібліотечній галузі».

**Завдання 5.** Опрацюйте статтю І. Мельник «Технології електронних мереж як один із інноваційних каналів соціальних комунікацій» ([https://opu-konf.at.ua/2014/melnik\\_ju-i-tehnologiji\\_elektronnikh\\_merezh\\_jak\\_i.pdf](https://opu-konf.at.ua/2014/melnik_ju-i-tehnologiji_elektronnikh_merezh_jak_i.pdf)) та віднайдіть у ній інформацію про ключові риси сучасної інтернетної інформації. Що б Ви додали до наведеного переліку чи видозмінили в ньому? Визначте сильні й слабкі сторони інфокомунікаційних технологій, зокрема інтернету, про які дослідниця згадує, однак не перелічує.



#### Творча / пошукова робота

Підготуйте коротку доповідь на одну з тем:

- *Техніки захисту від мовленнєвої агресії в електронній комунікації.*
- *Впливовий потенціал електронних ЗМІ порівняно із традиційними.*
- *Інформаційні мережеві технології в науці й освіті.*



## ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ РІВНЯ ЗАСВОЄННЯ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

---

1. Технологія глобальної багаторічної концепції діяльності підприємства здійснюється в:

- а) паблік рилейшнз;
- б) маркетингових комунікаціях;
- в) спіндокторі;
- г) технологіях формування іміджу.

2. Що О. М. Холод називає соціально-комунікаційними технологіями?

- а) систему маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму;
- б) комплекс прийомів, що забезпечують досягнення сприятливих умов життя;
- в) сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, відображення і використання інформації в інтересах її користувачів;
- г) інша відповідь.

3. Зміни в поведінці людей можуть бути здійснені тільки завдяки змінам у моделях їхньої поведінки, які ґрунтуються на змінах в комунікації. Наведене положення законом комунікаційних технологій назвав його автор:

- а) Різун В. В.;
- б) Почепцов Г. Г.;
- в) Іванов В. Ф.;
- г) Коновець О. Ф.

4. Маніпуляцію слід розуміти не як негативне явище, а як:

- а) позитивне явище;
- б) фіксацію воєнних дій;
- в) зміну моделей (сценаріїв) поведінки;
- г) нейтральне явище.

5. Системою маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на позитивне або нейтральне змінення поведінки соціуму називають...

- а) інмутацією;
- б) пропагандою;
- в) мутацією;
- г) агітацією.

6. Які технології не відносяться до технологій мутації?

- а) технології додавання;
- б) технології модифікації;
- в) технології знищення;
- г) технології трансформації.

7. Які технології не виокремлюються у соціально-комунікаційних технологіях модифікації?

- а) перепис населення;
- б) реєстрації місця проживання;
- в) реєстрації учнів у школах і студентів у вишах;
- г) технології стеження.

8. Останнім часом у визначенні реклами все частіше наголошують на:

- а) формуванні умовного рефлексу;
- б) підсвідомому навіюванні;
- в) експресивно-образній, сугестивній її сутності;
- г) на намаганні умовити покупця.

9. Основні положення стратегічної лінії виборчої кампанії базуються на:

- а) результатах аналізу політичної ситуації;
- б) процедурі створення передвиборчої програми;

- в) створенні міжособистісного контрасту кандидатів;
- г) деморалізації конкурентів.

10. Принципи демократії, альтернативізму, громадянської згоди, технологічності вважають основними принципами діяльності:

- а) пропаганди;
- б) паблік рилейшнз;
- в) виборчих технологій;
- г) рекламних комунікацій.

11. Автором комунікативно-технологічної матриці маркетингово-іміджевих комунікацій є:

- а) Гуревич П. С.;
- б) Данильчук Л. А.;
- в) Зернецька О. В.;
- г) Бугрим В. В.

12. «Чорна» пропаганда...

- а) ведеться від імені уряду;
- б) діє нібито від імені суперника;
- в) ведеться без вказівки на її джерело;
- г) ведеться від імені опозиційних сил.

13. Найбільше на формування громадської думки впливають:

- а) масовані інформаційні кампанії в ЗМІ;
- б) чутки й плітки, що циркулюють у суспільстві;
- в) «лідери думок», авторитетні для конкретних груп;
- г) усі варіанти правильні.

14. Однією з головних помилок ведення психологічної війни є:

- а) активне спростування пропаганди суперника, оскільки пропагандист одночасно відновлює в пам'яті аудиторії негативні аргументи своїх суперників;
- б) відбір інформації тільки під певним кутом для подальшої передачі своєму населенню чи противнику;
- в) подання тільки своєї точки зору і замовчування пропагандистських аргументів суперника;
- г) усі варіанти правильні.

15. Основою сучасних пропагандистських технологій є:

- а) активне спростування пропагандистських повідомлень противника;
- б) вплив за допомогою єдності інтерпретації подій;
- в) вплив за допомогою раціональних аргументів;
- г) вплив на емоційну складову особи.

16. Систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму називають...

- а) інмутацією;
- б) пропагандою;
- в) мутацією;
- г) агітацією.

17. Неприхований вплив комунікатора на комуніканта з прихованою метою позитивного або негативного керування поведінкою останнього – це:

- а) маніпуляція;
- б) цензура;
- в) джинса;
- г) усі варіанти правильні.

18. Технології руйнування суспільних моделей поведінки; технології деіндивідуалізації і депорсиніфікації; технології соціального вибуху – це види:

- а) СКТ формування світогляду;

- б) СКТ модифікації;
- в) СКТ руйнування;
- г) СКТ розбалансування.

19. Інмутаційні технології, пов'язані із застосуванням зброї проти громадянського населення та засобів його умиротворення відносяться до:

- а) СКТ формування світогляду;
- б) СКТ знищення;
- в) СКТ модифікації;
- г) СКТ розбалансування.

20. До основних принципів публік рилейшнз не належить:

- а) принцип демократії;
- б) принцип альтернативізму;
- в) принцип емоційності;
- г) принцип технологічності.

21. Харизму можна розуміти як:

- а) божий дар;
- б) виняткову обдарованість, що проявляється у лідерстві;
- в) потужно-енергетичний магнетизм, притягування до себе людей;
- г) усі варіанти правильні.

22. Суть габітарного імідж-фактору (підіміджу) полягає у сприйнятті та формуванні:

- а) загальної зовнішності людини чи іншого об'єкта;
- б) думки, що з'являється під час мовного спілкування (усного або писемного);
- в) жестикуляції, міміки, тілесних рухів, постави;
- г) усі варіанти правильні.

23. Постійне тренування команди, вироблення навичок швидкого реагування є необхідним етапом:

- а) кризових ситуацій;
- б) підготовки кризового плану;
- в) реагування на соціальні кризи та терористичні загрози;
- г) усі варіанти правильні.

24. Технологію інформаційного охоплення ще називають:

- а) публік рилейшнз;
- б) пропаганда;
- в) чутки;
- г) іміджбілдінг.

25. Трешімідж – це:

- а) технологія формування негативного іміджу;
- б) технологія формування позитивного іміджу;
- в) технологія підтримки іміджу;
- г) елемент побудови іміджу.

26. Технологія формування громадської думки через технологію «порядок денний» передбачає:

- а) встановлення місцевою владою режиму перегляду телепрограм для населення;
- б) подавання відібраних редакцією сюжетів у теленовинах;
- в) встановлення порядку розгляду питань на початку зібрання;
- г) використання «темників» на телебаченні.

27. Зміни в поведінці людей можуть бути здійснені тільки завдяки змінам у моделях їхньої поведінки, які ґрунтуються на змінах в комунікації. Наведене положення законом комунікаційних технологій назвав його автор:

- а) Різун В. В.;
- б) Почепцов Г. Г.;

- в) Іванов В. Ф.;
- г) Коновець О. Ф.

28. Соціально-комунікаційні технології трансформації – це кінцева стадія процесу мутації, завдяки якій формуються моделі поведінки індивідів у суспільстві:

- а) нові;
- б) старі;
- в) ніякі.

29. Технології соціальних мереж слід зарахувати до:

- а) технологій електронних мереж;
- б) технологій перепису населення;
- в) технологій перемовин.

30. Несталі пропагандистські цілі інмутації суспільства під впливом масмедіа досягаються завдяки проведенню політичних виборчих кампаній і нині здійснюються фахівцями з:

- а) паблік рилейшнз;
- б) сейлс промоушин;
- в) пабліситі.

## ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНИХ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ

---

### Питання до модульної контрольної роботи № 1

1. Прокоментуйте розбіжності в тлумаченні ключових понять («соціальні технології», «комунікаційні технології», «соціально-комунікаційні технології» та ін.).
2. Окресліть діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології».
3. Прокоментуйте підходи до визначення соціально-комунікаційних технологій у працях українських науковців.
4. Прокоментуйте підходи до визначення соціально-комунікаційних технологій у працях зарубіжних учених.
5. Визначте структуру соціально-комунікаційних технологій.
6. Прокоментуйте види соціально-комунікаційних технологій.
7. Схарактеризуйте функції соціально-комунікаційних технологій.
8. Окресліть зв'язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності.
9. Прокоментуйте сутність феномену маніпуляції.
10. Схарактеризуйте складники процесу маніпулювання.
11. Наведіть класифікацію маніпуляції.
12. Прокоментуйте структуру соціально-комунікаційних технологій у працях О. Холода.
13. Схарактеризуйте теоретичні уявлення про різновиди соціально-комунікаційних технологій Д. Гаври, В. Корнєєва, Г. Почепцова.
14. Розкрийте проблему дефінування пропаганди в українській і зарубіжній науці.
15. Окресліть діапазон впливу технології інформаційного охоплення.
16. Здійсніть параметризацію пропаганди: компоненти, чинники ефективності, форми, джерела походження, прийоми.
17. Розкрийте специфіку вітчизняної пропаганди на противагу американській.
18. Визначте сутність іміджу як феномену сучасного світу.
19. Схарактеризуйте технології та техніки формування й управління іміджем.
20. Визначте особливості трешіміджування.

### Питання до модульної контрольної роботи № 2

1. Схарактеризуйте спіндокторинг як сучасну PR-технологію.
2. Прокоментуйте ключові моделі й функції спіну.
3. Розкрийте сутність п'яти типів використання спіндокторингу.
4. Опишіть основні технології просування.
5. Схарактеризуйте синтетичні технології просування.
6. Визначте сутність процесу перемовин (поняття, концепції, класифікація, функції).
7. Опишіть процес підготовки перемовин.
8. Прокоментуйте структуру процесу перемовин.
9. Схарактеризуйте стратегії і правила перемовин.
10. Визначте сутність виборчих технологій.
11. Наведіть типологію виборчих технологій.
12. Окресліть специфіку реалізації виборчих технологій в Україні.
13. Схарактеризуйте спічрайтинг як специфічну PR-технологію.
14. Перелічіть види та визначте особливості складання спічрайтерських текстів.
15. Опишіть технології впливу в спічрайтерському тексті.
16. Дайте визначення поняттю «криза». Наведіть типологію кризових явищ.
17. Розкрийте сутність процесу управління кризовими ситуаціями: прогнозування; управління в період кризи; PR в процесі виходу з кризи.

18. Схарактеризуйте прийоми, методи та технології PR, використовувані в період кризи.
19. Розкрийте сутність «заборонених методів» подолання кризи.
20. Окресліть специфіку використання електронних мереж в умовах сьогодення.
21. Опишіть засоби реалізації технологій електронних мереж.
22. Визначте впливовий потенціал електронних мереж.
23. Розкрийте роль і функції чуток як комунікаційної технології.
24. Окресліть специфіку фактів і чуток про них. Назвіть різновиди чуток.
25. Схарактеризуйте технології поширення чуток.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### 1. Основна література

1. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю : навч. посіб. Вид. друге. К. : Оріяни, 2006. 528 с. URL : <http://www.fhotm.kpi.ua/guest/manipul.pdf>

2. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. 110 с. URL : [http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovska\\_Applied\\_social.pdf](http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovska_Applied_social.pdf)

3. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація». К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с. URL : [http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya\\_mas\\_com.pdf](http://filelibsnu.at.ua/navchalno-metod/jurnalistika/Teoriya_mas_com.pdf)

4. Холод О.М. Комунікаційні технології: підручник. К.: Видавництво «Центр учбової літератури», 2013. 213 с. URL :

<http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2881/1/%D0%9F%D0%86%D0%94%D0%A0%D0%A3%D0%A7%D0%9D%D0%98%D0%9A%20-%20%D0%A5%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94%20%D0%9E.%20%D0%9C.%20%D0%9A%D0%BE%D0%BC.%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD.%20-%202011.pdf>

### 2. Додаткова література

5. Барна Н. В. Іміджологія: Навч. посіб. для дистанційного навчання. К. : Університет «Україна», 2008. 217 с. URL : [http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1776\\_66617386.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1776_66617386.pdf)

6. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. Тернопіль : Карт-бланш, 2006. 275 с. URL : <https://knute.edu.ua/file/MTEyNDI=/2c47ff452b7d1e309a2b464bb07d2467.pdf>

7. Гавра Д. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции. *Оптимальные коммуникации*. 2013. № 10. URL : <http://jarki.ru/wpress/2010/02/28/937/>

8. Зубарева М. А. Прикладні антикризові PR-технології : навч. посіб. Острого : Видавництво національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с. URL : [https://eprints.oa.edu.ua/3384/1/Zubareva\\_150123%20.pdf](https://eprints.oa.edu.ua/3384/1/Zubareva_150123%20.pdf)

9. Корнеев В. М. Комунікаційні технології як засоби проектування соціальної дійсності. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 176–181 URL : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Nzizh\\_2014\\_56\\_36.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nzizh_2014_56_36.pdf).

10. Островська Н. В. Трешіміджеві технології в політичних ток-шоу на українському телебаченні. *Соціальні комунікації: теорія і практика*. К., 2016. Т. 3. С. 62–67.

URL : [http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/937/1/Ostrovska\\_Trashimage\\_technologies.pdf](http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/937/1/Ostrovska_Trashimage_technologies.pdf)

11. Поліщук І. О. Вибірчі технології: сутність та різновиди. *Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. Харків, 2015. № 4. С. 106–112. URL : [http://nauka.nlu.edu.ua/download/filosof/filosof\\_27.pdf](http://nauka.nlu.edu.ua/download/filosof/filosof_27.pdf)

12. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу. *Детектор Медіа* : веб-сайт. URL : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505>.

13. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. К. : Ваклер, 2001. 352 с. URL : [https://www.studmed.ru/view/pochepcov-gg-kommunikativnye-tehnologii-20-veka\\_bae23d629ff.html](https://www.studmed.ru/view/pochepcov-gg-kommunikativnye-tehnologii-20-veka_bae23d629ff.html)

14. Різун В. Соціально-комунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії. URL : [http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy\\_pidhid.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf)

15. Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посіб. / В. М. Петрик та ін. ; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. К. : ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с. URL : [https://mil.univ.kiev.ua/files/29\\_965691167.pdf](https://mil.univ.kiev.ua/files/29_965691167.pdf)

16. Холод О. М. Комунікаційні технології (у теорії інмутації) : навч. посіб. К. : КиМУ, 2010. 147 с. URL :

[https://www.academia.edu/32103272/%D0%A5%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94\\_%D0%9E\\_%D0%9C\\_%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96\\_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97\\_2011\\_doc](https://www.academia.edu/32103272/%D0%A5%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94_%D0%9E_%D0%9C_%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96_%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97_2011_doc)

17. Холод О. М. Спічрайтинг : курс лекцій. К. : КиМУ, 2011. 137 с. URL : <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4235/1/%2b%20%d0%a5%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b4%20%d0%9e.%d0%9c.%20%d0%a1%d0%bf%d1%96%d1%87%d1%80%d0%b0%d0%b9%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3%20-%20%d0%ba%d1%83%d1%80%d1%81%20%d0%bb%d0%b5%d0%ba%d1%86%d1%96%d0%b9%20-%20%d0%9a.%20%d0%9a%d0%b8%d0%9c%d0%a3%2c%202011.%20-%20137%20%d1%81..pdf>

<http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/4235/1/%2b%20%d0%a5%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b4%20%d0%9e.%d0%9c.%20%d0%a1%d0%bf%d1%96%d1%87%d1%80%d0%b0%d0%b9%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3%20-%20%d0%ba%d1%83%d1%80%d1%81%20%d0%bb%d0%b5%d0%ba%d1%86%d1%96%d0%b9%20-%20%d0%9a.%20%d0%9a%d0%b8%d0%9c%d0%a3%2c%202011.%20-%20137%20%d1%81..pdf>

### 3. Література в НТБ ОНПУ

18. Коновець О. Масова комунікація : теорія, моделі, технології : навч. посіб. К. : ЛГУ, 2009. – 266 с. (1 примірник)

19. Бойко А. Д. Політичне маніпулювання : навч. посіб. К. : Академвидав, 2010. 432 с. (2 примірники)

### 4. Методичні рекомендації

20. Конспект лекцій з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технології» для здобувачів спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа денної та заочної форм навчання. Укл. С.М. Мельник. Одеса: ОНПУ, 2020. 112 с.

21. Методичні рекомендації і завдання для самостійної роботи з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технології» для здобувачів спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа денної та заочної форм навчання. Укл. С.М. Мельник. Одеса: ОНПУ, 2020. 40 с.

## ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Інформаційні технології. URL : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

2. Інформаційна влада. Засоби масової комунікації URL : <http://www.br.com.ua/referats/Politologiya/24884.htm>

3. Какие бывают виды психологического воздействия? URL : <http://vozdeistvie.ucoz.ru/publ/1-2-2>

4. Манипуляция общественным мнением. URL : [http://mirslovarei.com/content\\_pol/MANIPULJACIJA-OBSHNESTVENNYM-MNENIEM-642.html](http://mirslovarei.com/content_pol/MANIPULJACIJA-OBSHNESTVENNYM-MNENIEM-642.html)

5. Масова комунікація. URL : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова\\_комунікація](http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація)

6. Політична пропаганда. URL : <http://ukrref.com.ua/index.php?id=MTAzMTM=&g=2>

7. Проблеми захисту від масованих інформаційно-пропагандистських операцій. URL : [http://www.niss.gov.ua/book/Litv/009\\_1.htm](http://www.niss.gov.ua/book/Litv/009_1.htm)





## Характеристика «жорсткого» і «м'якого» підходів у перемовинах

<b>М'який підхід</b>	<b>Жесткий підхід</b>
Учасники — друзя	Учасники — противники
Цель — соглашение	Цель — победа
Делать уступки	Требовать уступок
Придерживаться мягкого курса	Придерживаться жесткого курса
Доверять другим	Не доверять другим
Легко менять свою позицию	Твердо придерживаться своей позиции
Делать предложения	Угрожать
Допускать односторонние потери ради соглашения	Требовать односторонних дивидендов в качестве платы за соглашение
Настаивать на соглашении	Настаивать на своей позиции
Поддаваться давлению	Применять давление