**Л. І. Демчина**

**Прикладні соціокомунікаційні технології**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Івано-Франківський національний технічний університет

нафти і газу

Кафедра документознавства та інформаційної діяльності

**Прикладні соціокомунікаційні технології**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

Івано-Франківськ

2023

УДК 316.77(075.8)

Д-30

**Рецензент:**

Х. М. Вінтонів кандидат історичних наук, доцент кафедри

 документознавства та інформаційної діяльності

 Івано-Франківського національного

 технічного університету нафти і газу

*Рекомендовано методичною радою університету*

*(протокол № від р.)*

Демчина Л. І

Д-30 Прикладні соціокомунікаційні технологї : метод. вказівки / Л. І. Демчина. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2023. – 45 с.

МВ

 Методичні вказівки призначені для надання студентам поглиблених знань і вироблення основних компетенцій відносно впровадження соціальних технологій комунікаційними засобами та висвітлює специфіку аналізу застосування соціальнокомунікаційних технологій в інформаційній, бібліотечній та архівній справі. Розроблено відповідно до робочої програми навчальної дисципліни та навчального плану з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технологї» для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Інформаційний інжиніринг та соціальні комунікації» на здобуття ступеня магістр**.**

Для студентів денної та заочної форм навчання для підготовки до практичних занять, самостійної та індивідуальної роботи.

УДК 316.77(075.8)

МВ © Демчина Л. І., 2023

 © ІФНТУНГ, 2023

Відповідальний за випуск,

 завідувач кафедри документознавства та

інформаційної діяльності Ю. Л. Романишин

Узгоджено:

Член експертно-рецензійної комісії

університету М. І. Венгринюк

Нормоконтролер Л. Є. Артим

**ЗМІСТ**

**ВСТУП…………………………………………………………………………….4**

**ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ……………………………..6**

**ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ……………………………………………..11**

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1……………………………………………………………...11

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2……………………………………………………………..15

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3……………………………………………………………..19

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4……………………………………………………………..21

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5……………………………………………………………..23

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6……………………………………………………………..27

**ВИСНОВКИ…………………………………………………………………….29**

**КОНТРОЛЬ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ ………………………31**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ** **…….33**

**ГЛОСАРІЙ………………………………………………………………………36**

**ВСТУП**

Процес становлення інформаційного суспільства в Україні вимагає від інформаційних аналітиків, фахівців із міжнародної інформації, рекламної справи, паблік рилейшнз, соціологів, тощо розуміння запитів аудиторії масових споживачів інформації, навичок швидкого реагування на запити з метою їх задоволення.

Мета курсу – дати знання теоретичних основ комунікації, врахувати і закріпити знання, отримані студентами в межах курсів «теорія комунікації», «інформаційний маркетинг, «соціологія», «психологія», поповнити уявлення про сучасні соціокомунікаційні технології і прищепити навички їхнього використання.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

– навчити студентів планувати ефективну масову комунікацію;

– обирати адекватні до цілей і завдань комунікації засоби, стратегії і тактики;

– аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різних комунікативних технологій;

– забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні знати:

– що таке прикладні соціально-комунікаційні технології як навчальна дисципліна;

– зміст поняття прикладні соціально-комунікаційні технології, структуру, функції соціально-комунікаційних технологій;

– зміст поняття «інформаційне суспільство», засади існування і формування інформаційного суспільства;

– специфіку і засади використання різних технологій в процесі організації комунікативного простору.

уміти:

– будувати ефективну комунікацію на рівні ділових, масових, публічних, організаційних комунікацій;

– аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різних комунікативних технологій;

– забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів **компетентностей, передбачених відповідним стандартом вищої освіти України:**

 **загальних:**

ЗК 4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 5. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

**фахових:**

ФК1. Здатність до формування ефективної системи управління інформаційною, бібліотечною та архівною діяльністю.

ФК2. Здатність організовувати роботу та здійснювати керівництво інформаційно-аналітичними структурними підрозділами на підприємствах, в організаціях та установах, зокрема в архівних та бібліотечних.

ФК7. Здатність використовувати у фаховій діяльності знання наукових принципів та методів архівознавства та бібліотекознавства, стратегії, моделі, стандарти та методи розвитку й адміністрування бібліотечних та архівних систем.

ФК9. Здатність організовувати та реалізовувати маркетингову діяльність інформаційних установ.

ФК11. Здатність визначати специфіку предметної сфери діяльності для формулювання завдань автоматизації інформаційних процесів.

ФК12. Здатність здійснювати інформаційний моніторинг.

Результати навчання дисципліни **деталізують такі програмні результати навчання, передбачені відповідним стандартом вищої освіти України:**

ПК10. Використовувати прикладні соціокомунікативні технології для організації ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

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

 а) практичні заняття;

б) самостійна робота студентів (СРС);

в) індивідуальна робота.

Застосовуються такі засоби визначення рівня підготовки студентів: тести, виконання творчих завдань, проведення індивідуального та фронтального усного опитування, актуальних публікацій з дослідженнями соціально-комунікаційних технологій.

**ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ**

 **Тематичний план лекційних занять**

Тематичний план лекційних занять дисципліни характеризує таблиця 1

Таблиця 1 –Тематичний план лекційних занять

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Шифр** | **Модулі, змістовні модулі, навчальні елементи** | **Обсяг годин** | **Література** |
| ДФН | ЗФН | порядковий номер | розділпідрозділ |
| **М 1** | **Прикладні соціокомунікаційні технології** | **12** | **4** |  |  |
| **ЗМ 1** | **Формування теорій та методик соціокомунікаційних технологій**  | **12** | **4** |  |  |
| Т 1.1 | **Зміст поняття соціокомунікаційних технологій.** Основний категоріальний апарат. Розгалуження семантики основних понять. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології». | 2 |  | 1 | 1 |
| Т 1.2 | **Структура, види, функції, зв’язки соціокомунікаційних технологій.** Структура соціокомунікаційних технологій. Види соціокомунікаційних технологій. Функції соціокомунікаційних технологій. Зв’язок соціокомунікаційних технологій з іншими галузями діяльності. | 2 |  | 1 | 4 |
| Т 1.3 | **Історія виникнення теорій соціально-комунікаційних технологій.** Психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Скіннер Б.). Соціологічні джерела в історії вивчення комунікаційних технологій ( Вебер М., Парсонс Т., Ґабермас Ю.). Становлення теорії діяльності як базової для розвитку соціальнокомунікаційних технологій (Рубінштейн С., Виготський Л.). | 2 |  | 1 | 5 |
| Т 1.4 | **Соціально-комунікаційні технології у працях українських та зарубіжних дослідників.** Соціально-комунікаційні технології у працях українських науковців. Соціально-комунікаційні технології у працях зарубіжних учених. | 2 |  | 1 | 6 |
| Т 1. **5** |  **Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції соціокомунікаційних технологій.** Особливості трактування терміна «маніпуляція». Маніпуляція як система. Закон єдності інмутації і мутації. Інмутація – система артефактів сучасного суспільства. Структура й види інмутаційних процесів. Функції інмутації суспільства. | 2 |  | 1 | 7 |
|  Т 1.6 |  **Соціально-комунікаційні** **технології в бібліотечному, архівному, видавничому соціальних інститутах та системах документації.** Особливості соціально-комунікаційних технологій в бібліотечно-інформаційній сфері. Особливості соціально-комунікаційних технологій в архівних установах та системах документації. Соціально-комунікаційні технології у видавничій справі. | 2 |  |  | 8 |

 **Теми практичних занять**

Теми практичних занять дисципліни наведено у таблиці 2

Таблиця 2 – Теми практичних занять

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Шифр** | **Модулі, змістовні модулі, навчальні елементи** | **Обсяг годин** | **Література** |
| ДФН | ЗФН | порядковий номер | розділпідрозділ |
| **М 1** | **Прикладні соціокомунікаційні технології** | **18** | **6** |  |  |
| **ЗМ 1** | **Формування теорій та методик соціокомунікаційних технологій**  | **18** | **6** |  |  |
| Т 1.1 | **Зміст поняття соціокомунікаційних технологій** | 4 |  | 1 | 1 |
| Т 1.2 | **Структура, види, функції, зв’язки соціокомунікаційних технологій** | 2 |  | 1 | 4 |
| Т 1.3 | **Історія виникнення теорій соціально-комунікаційних технологій** | 4 |  | 1 | 5 |
| Т 1.4 | **Соціально-комунікаційні технології у працях українських та зарубіжних дослідників** | 4 |  | 1 | 6 |
|  Т 1. **5** |  **Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції соціокомунікаційних технологій** | 2 |  | 1 | 7 |
|  Т 1.6 |  **Соціально-комунікаційні** **технології в бібліотечному, архівному, видавничому соціальних інститутах та системах документації.** | 2 |  |  | 8 |

**Завдання для самостійної роботи студента**

Перелік матеріалу, який виноситься на самостійне вивчення, наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Матеріал, що виноситься на самостійне вивчення

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Шифр** | **Модулі, змістовні модулі, навчальні елементи** | **Обсяг годин** | **Література** |
| ДФН | ЗФН | порядковий номер | розділпідрозділ |
| **М 1** | **Прикладні соціокомунікаційні технології** | **75** | **69** |  |  |
| **ЗМ 1** | **Формування теорій та методик соціокомунікаційних технологій**  | **75** | **69** |  |  |
| Т 1.1 | **Зміст поняття соціокомунікаційних технологій** | 10 | 8 | 1 | 1 |
| Т 1.2 | **Структура, види, функції, зв’язки соціокомунікаційних технологій** | 9 | 7 | 1 | 4 |
| Т 1.3 | **Історія виникнення теорій соціально-комунікаційних технологій** | 20 | 20 | 1 | 5 |
| Т 1.4 | **Соціально-комунікаційні технології у працях українських та зарубіжних дослідників** | 20 | 20 | 1 | 6 |
|  Т 1. **5** |  **Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції соціокомунікаційних технологій** | 8 | **7** | 1 | 7 |
|  Т 1.6 |  **Соціально-комунікаційні** **технології в бібліотечному, архівному, видавничому соціальних інститутах та системах документації.** | 8 | **7** |  | 8 |

**ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

**з дисципліни «*Прикладні соціокомунікаційні технології*»**

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1**

**Тема: «*Зміст поняття соціокомунікаційних технологій*»**

Мета: *розкрити семантику та діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології».*

**ПЛАН**

1. Розгалуження семантики основних понять
2. Діапазон поняття «соціально-комунікаційні технології»

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

З чим пов’язують дослідники відсутність єдиного підходу до визначення СКТ?

2. З позицій яких вчень аналізують СКТ дослідники?

3. Які концепції СКТ визначає О. Холод?

 4. Хто з науковців наголошує на дискусійності зведення всіх СКТ до маніпуляційних дій, спрямованих на зміну поведінки соціуму? Чим обґрунтовує свою позицію дослідник?

 5. Які результати використання СКТ пропонує враховувати В. Корнєєв?

6. Що вважає ключовими поняттями СКТ Д. Гавра?

7. Якими є постулати комунікаційних технологій?

8. Що називають комунікаційними технологіями?

9. Що таке соціальні технології?

1. Чим відрізняються комунікаційні технології від соціальнокомунікаційних технологій?
2. Що таке теоретичні соціально-комунікаційні технології?
3. Чим відрізняються комунікаційні технології від інформаційних технологій?
4. Які технології дослідники зараховують до низки соціальнокомунікаційних технологій?
5. Що називають технологією інформаційного охоплення (пропаганди)?
6. Які технології слід називати технологіями формування іміджу (іміджбілдінгу і трешіміджу)?
7. Чим відрізняються поняття «іміджбілдінг» і «трешімідж»?
8. Що є технологією виправлення інформації, або спіндоктором?
9. Чому технологія інформаційного протистояння-боротьби іноді називається інформаційною війною?
10. Чи варто технології просування називати маркетинговими комунікаційними технологіями? Чому?
11. Що слід називати технологіями перемовин?
12. У чому сутність рекламних технологій?
13. Чому виборні технології так називаються? Поясніть.

**Завдання для самоперевірки**

1. Знайдіть в електронній мережі інформацію про спічрайтерів президентів України

2. Визначте письмово різницю між термінами «српічрайтер» і «спічмейкер

3. Доведіть тезу «Усі соціально-комунікаційні технології слід називати маніпулятивними».

4. Стисло опишіть види технологій мутації й інмутації

**Теми есе і рефератів**

1. Ефективність соціально-комунікаційних технологій як запорука прогресу суспільства.

2. Соціально-комунікаційні технології як система маніпулятивних дійкомплексів.

3. Роль трешіміджевих процесів у формуванні міжнародного образу України.

4. Технології інформаційного протистояння (інформаційних війн) між Україною та Росією.

5. Класифікація релігійних технологій у сучасному світі.

 **Тести для самоконтролю**

1. **Комунікантом у сучасному інформаційному просторі називають того, хто:**

 а) передає інформацію;

 б) сприймає інформацію;

 в) заважає передавати і сприймати інформацію.

**2. Комунікаційні технології на масову свідомість:**

 а) впливають;

 б) не впливають;

 в) іноді впливають.

**3. Соціальними технологіями В. Я. Матвієнко називає комплекс прийомів, що забезпечують досягнення сприятливих умов життя, їхньої організованості, ефективної взаємодії, задоволення суспільного інтересу, який тією чи іншою мірою відповідає вимогам:**

 а) реального часу;

 б) соціального часу;

 в) філософської категорії «час».

4. **Соціально-комунікаційні технології, як вважає О. М. Холод, – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на:**

а) зміну поведінки соціуму;

б) збереження поведінки соціуму;

в) розгойдування соціальної системи.

**5. Прикладні соціально-комунікаційні технології визначаються як такі, що мають практичний характер у системі:**

 а) соціальної дії;

 б) соціальної діяльності;

 в) соціалістичного ладу.

**6. Теоретичні соціально-комунікаційні технології – це ті, що не мають практичного характеру і розробляються для вдосконалення концепцій і теорій соціально-комунікаційних технологій і:**

 а) еволюційних тенденцій;

 б) революційних мас

 в) комунікаційних технологій.

**7. Інформаційні технології являють собою сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих із метою збирання, обробки, зберігання, поширення, відображення і використання інформації в інтересах її:**

 а) користувачів;

 б) забудовників;

 в) космонавтів.

**8. Технологія інформаційного охоплення (пропаганда) – це абсолютно добровільна форма особистого інформативного впливу, яка:**

а) є оплачуваною;

б) не є оплачуваною;

в) частково оплачуваною.

 **9. Рекламні технології спрямовані на інформування споживачів щодо появи нових організацій і видів товарів (послуг), формуванні та підтримці їхнього:**

 а) дебіту;

 б) іміджу;

 в) фізичного стану.

 **10. Термін «спічрайтинг» пішов від поєднання двох англійських слів, а саме: «speech» – мовлення, промова та «writhe», «writhing»:**

а) писати;

б) говорити;

в) слухати.

 **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №2**

**Тема: «*Структура, види, функції, зв’язки соціокомунікаційних технологій»***

Мета: *розкрити структуру, види, функції соціально-комунікаційні технологій* *та відстежити зв’язок соціокомунікаційних технологій з іншими галузями діяльності.*

**ПЛАН**

1.Структура соціокомунікаційних технологі

2. Види соціокомунікаційних технологій

3. Функції соціокомунікаційних технологій

4. Зв’язок соціокомунікаційних технологій з іншими галузями діяльності

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

1. У чому полягає суть структури соціально-комунікаційних технологій?
2. Які види соціально-комунікаційних технологій ви знаєте?
3. Назвіть основні функції соціально-комунікаційних технологій?
4. Із якими галузями діяльності соціального актора пов’язані соціальнокомунікаційні технології?
5. Із якою метою до структури соціально-комунікаційних технологій включений пункт про пошук фінансування?
6. Як слід розуміти критерій «засоби реалізації» під час диференціації соціально-комунікаційних технологій за видами?
7. Чому за критерієм «результативність» потрібно виділяти локальні, глобальні й медіумні соціально-комунікаційні технології?
8. У чому полягає суть гносеологічної (пізнавальної) функції соціальнокомунікаційних технологій?
9. Що слід називати тісними (прямими) зв’язками соціальнокомунікаційних технологій із різними галузями діяльності соціального актора?
10. Чому соціально-комунікаційні технології варто називати інституціями?

**Завдання для самоперевірки**

1. Перелічіть структурні складники соціально-комунікаційних технологій.

2. Назвіть критерії розгалуження всіх соціально-комунікаційних технологій.

3. Наведіть три приклади використання соціально-комунікаційних технологій прямого призначення.

4. Назвіть функції соціально-комунікаційних технологій.

5. Соціально-комунікаційні технології пов’язані з іншими галузями діяльності соціального актора. Назвіть такі.

6. Проілюструйте опосередковані (непрямі) зв’язки соціальнокомунікаційних технологій з іншиим галузями діяльності соціального актора.

**Теми есе й рефератів**

1. Ефективність використання в соціальній активності різних видів соціально-комунікаційних технологій.

2. Вплив функцій соціально-комунікаційних технологій на вибір їхнього доцільного використання.

3. Зв’язок соціально-комунікаційних технологій з іншими галузями діяльності соціального актора.

4. Соціально-комунікаційні технології за критерієм «призначення».

5.Взаємозалежність складових елементів структури соціальнокомунікаційних технологій.

**Тести для самоконтролю**

1. **Соціально-комунікаційні технології власну структуру:**

а) мають;

б) не мають;

в) в процесі дослідження.

**2. Перший структурний елемент СКТ називається «запит суспільства» і передбачає появу в суспільстві потреби на певні активні дії щодо вдосконалення або трансформування того явища, процесу, стану, який на даний історичний момент суспільство:**

а) не задовольняє;

б) задовольняє;

в) в процесі дослідження.

**3. Лідер ідеї замовляє дослідження ринку запиту, сутність якого полягає в з’ясуванні реального рівня потреб і вимог до виправлення ситуації з боку соціуму або певних його:**

а) класів;

б) прошарків;

в) соціальних груп.

 **4. Після написання плану соціально-комунікаційних технологій здійснюється пошук:**

а) фінансування;

б) виконавців;

в) рекламістів.

 **5. Знайдіть помилку у твердженні: за критерієм «призначення» слід виокремлювати такі СКТ:**

а) прямого призначення;

б) непрямого призначення;

в) опосередкованого призначення;

г) дотичного призначення.

**6. Пошук парламентаріями узгодження позицій щодо законних дій під час виборів – це свідчення:**

а) об’єктивного процесу;

б) суб’єктивного підходу;

в) політичної доцільності.

 **7. Досвід історії людства доводить твердження про те, що насамкінець суб’єктивно спрямована соціально-комунікаційна технологія:**

а) завжди виграє;

 б) спрацьовує з різними ефектами;

 в) потерпає крах.

**8. Соціально-комунікаційні технології подавання телевізійних новин відрізняються від інших соціально-комунікаційних технологій своєю:**

 а) непостійністю і нерегулярністю;

 б) постійністю і регулярністю.

**9. Помірноефектиними соціально-комунікаційними технологіями слід вважати ті, які передбачають прояв і фіксацію ефективності протягом:**

 а) недалекого і неблизького майбутнього часу;

 б) далекого і близького майбутнього часу;

 в) середнього і помірного часу.

**10. Слабкі (на межі розриву або згасання) зв’язки СКТ з іншими галузями діяльності соціального актора зустрічаються доволі:**

 а) рідко;

 б) часто.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №3**

**Тема: «*Історія виникнення теорій соціально-комунікаційних технологій»***

Мета: *розкрити психологічне підґрунтя, соціологічні джерела та становлення теорії діяльності в історії виникнення теорій соціально-комунікаційних технологій.*

**ПЛАН**

1. Психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б. Скіннер).
2. Соціологічні джерела в історії вивчення комунікаційних технологій ( М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Ґабермас).
3. Становлення теорії діяльності як базової для розвитку соціально-комунікаційних технологій (С. Рубінштейн, Л. Виготський).

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

1. У чому полягає психологічне підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій (біхевіоризм, необіхевіоризм, Б. Скіннер )?
2. Як вплинув необіхевіоризм на формування ідей майбутніх соціальних комунікацій?
3. Чому соціологію можна вважати джерелом в історії вивчення комунікаційних технологій (М. Вебер, Т. Парсонс, Ю. Ґабермас)?
4. Як вплинула теорії діяльності на розвиток соціально-комунікаційних технологій (С. Рубінштейн, Л. Виготський)?

**Завдання для самоперевірки**

1. Розкрийте суть біхевіоризму як підґрунтя для зародження теорій комунікаційних технологій.

2. Доведіть думку про те, що ідеї Берренса Скіннера лягли в основу соціально-комунікаційних технологій.

3. Обґрунтуйте положення про те, що концепція розуміючої соціології Макса Вебера має підстави вважатись однією з наріжних для формування теорії соціально-комунікаційних технологій.

4. Слідом за ідеями Талкотта Парсонса розгалузьте поняття «діяльність» і «поведінка». Обґрунтуйте свою думку.

5. Спростуйте думку про те, що соціальні дії у суспільстві можливо координувати тільки завдяки соціально-комунікаційним технологіям.

6. Відомо, що у праці «Пізнання та інтерес» (1968 року) Ґабермас Ю. висловив думку про існування універсального комунікаційного суспільства. Розкажіть письмово про згадане.

7. Поясніть те, як поняття «соціальна дія», «комунікативна дія» тлумачать психологи.

 8. Сформулюйте основні положення теорії діяльності, запропонованої Сергієм Рубінштейном.

**Теми есе й рефератів**

1. Особливосоті психологічного підґрунтя в історії досліджень комунікаційних технологій.

 2. Вплив соціологічних ідей на формування історії вивчення комунікаційних технологій.

3. Вплив теорії діяльності в становленні соціально-комунікаційних технологій.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №4**

**Тема: «*Соціально-комунікаційні технології у працях українських та зарубіжних дослідників»***

Мета: *розкрити психологічне підґрунтя, соціологічні джерела та становлення теорії діяльності в історії виникнення теорій соціально-комунікаційних технологій.*

**ПЛАН**

1. Соціально-комунікаційні технології у працях українських науковців
2. Соціально-комунікаційні технології у працях зарубіжних учених

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

1. Які, з точки зору В. Іванова, існують дві принципові програми впливу медіа?
2. У чому полягає сутність концепції комунікативного інжинірингу, запропонованої Г. Почепцовим?
3. На чию думку, для керування масовою поведінкою комунікантам потрібно вибудовувати «технологію керування» на механізмі природної, стихійної масової поведінки?
4. На які тренди розвитку ЗМК звертають увагу науковці при дослідженні підґрунтя соціально-комунікаційних технологій?
5. Які групи досліджень соціально-комунікаційних технологій виділяє В. Корнєєв у докторській дисертації»Соціально-комунікаційний підхід в українській науці»?
6. На чому акцентують увагу дослідники, аналізуючи особливості практичної реалізації соціально-комунікаційних технологій?
7. Що, на думку Н. Постмана, необхідно знати людям про вплив технологій?
8. Які різновиди виокремлюють в теорії технологій?
9. У чому сутність теорії багатства (різноманіття) медіа?
10. Завдяки яким процесам відбувається конструювання та сприйняття реальності в розумінні представників конструктивістської теорії?

**Завдання для самоперевірки**

1. Опишіть проблематику, якій присвятили свої дослідження вченідоповідачі конференцій і симпозіумів, що проходили останні 2−3 роки.

 2. Стисло схарактеризуйте концепцію диференціації соціальних технологій, що була запропонована В.І. Патрушевим 1998 року.

**Теми есе й рефератів**

1. Взаємозв’язок концепцій соціальних технологій і комунікаційних технологій.

2. Теоретичні уявлення про комунікаційні технології у працях Почепцова Г.

 3. Маніпулятивні технології як соціально-комунікаціні (на прикладах ідей, запропонованих у працях Досенко О. і Кара-Мурзи С.).

 4. Особливість впливу ідей Гавра Д. на розвиток теорій комунікаційних технологій.

5. Вплив теорії інмутації суспільства Холода О. на формування концепції соціально-комунікаційних технологій.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5**

**Тема: «*Маніпуляція суспільства: мутація й інмутація як концепції соціокомунікаційних технологій»***

 Мета: *розкрити поняття маніпуляція як систему; інмутацію і мутацію є складники маніпуляції суспільства; структура, види та функції інмутаційних процесів.*

**ПЛАН**

1. Особливості трактування терміна «маніпуляція»
2. Маніпуляція як система
3. Закон єдності інмутації і мутації
4. Інмутація – система артефактів сучасного суспільства
5. Структура й види інмутаційних процесів
6. Функції інмутації суспільства

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

1. У чому полягають особливості трактування терміна «маніпуляція»?
2. Чому маніпуляцію слід розглядати як систему?
3. Яка суть закону єдності інмутації і мутації?
4. У чому правильність твердження: «Інмутація – система артефактів сучасного суспільства»?
5. Чому інмутацію суспільства слід вважати системою артефактів?
6. Яку роль виконує триєдиний принцип уникнення інмутації глобальної системи?
7. Яка структура інмутаційних процесів?
8. Які види інмутаційних процесів ви знаєте?
9. Які функції інмутації суспільства слід знати?

**Завдання для самоперевірки**

1. Визначте особливості трактування терміна «маніпуляція».

2. Доведіть положення про те, що маніпуляція є системою.

 3. Сформулюйте закон єдності інмутації і мутації. Наведіть два приклади.

4. Розтлумачте тезу: «інмутація – система артефактів сучасного суспільства».

5. Проаналізуйте положення про те, що інмутація суспільства є системою артефактів.

 6. Проілюструйте триєдиний принцип уникнення інмутації глобальної системи.

7. Опишіть структуру інмутаційних процесів.

9. Перелічіть види інмутації. Наведіть приклади.

**Теми есе й рефератів**

1. Особливості формування інмутаційних процесів суспільства.

2. Інмутація і мутація як складники маніпуляції суспільства.

3. Маніпуляція як зміна моделей поведінки.

4. Інмутація як чинники переструктурування системи цінностей особистості.

5. Термін «маніпуляція»: різні підходи до тлумачення

**Тести для самоконтролю**

 1**. Інмутація суспільства – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі:**

 а) соціальні канали;

б) соціальні агенти;

 в) суспільні структури.

2**. Інмутація і мутація є складники:**

 а) глобалізації суспільства;

б)маніпуляції суспільства;

 в) стагнації економіки.

**3. Маніпуляцію слід розуміти не як негативне явище, а як:**

 а) позитивне явище;

б)фіксацію воєнних дій;

в)зміну моделей (сценаріїв) поведінки.

1. **Нейтральна зміна поведінки тягне за собою тимчасові зміни моделей (сценаріїв) поведінки, які не викликають переструктурування системи цінностей особистості або суспільства, – це:**

а) суто маніпуляція;

 б)інмутація;

в) мутація.

5. **Позитивна зміна поведінки передбачає таке переструктування системи цінностей особистості, яке не викликає заперечень у суспільства і є корисним для самої особистості, − це:**

а) мутація;

б)інмутація;

в) маніпуляція.

6. **Негативна зміна поведінки переструктуровує систему цінностей особистості до незадоволення з боку суспільства і, як результат, заподіює шкоду самій особистості, − це:**

а) інмутація;

 б)мутація;

 в) маніпуляція.

**7. Донині побутовує стійка точка зору про маніпуляцію як про явище суто:**

 а) негативного порядку;

 б) позитивного порядку.

**8. Зменшення сили інмутації тягне за собою збільшення сили мутації, хоча у своєму взаємозв’язку обидві мікросистеми не змінюють структури макросистеми маніпуляції – це закон:**

 а) єдності інмутації і мутації;

б) єдності інмутації і маніпуляції;

в) розбіжності між інмутацією і мутацією.

**9. Синергічність – односпрямованість (або цілеспрямованість) дій компонентів, що підсилює ефективність функціонування системи – для інмутації:**

 а) притаманна;

 б) непритаманна.

10. **Системою вважається «сукупність об'єктів і зв'язків між ними, виділених із середовища на певний час і з певною:**

а) мірою;

 б)метою;

в) манерою.

**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ №6**

**Тема: «Соціально-комунікаційні** **технології в бібліотечному, архівному, видавничому соціальних інститутах та системах документації*»***

.

 Мета: *розкрити соціально-комунікаційні технології як фактор трансформації бібліотечно-інформаційної діяльності, архівних установ,систем документації, видавничої справи, обґрунтовуються перспективи їх використання.*

**ПЛАН**

1. Особливості соціально-комунікаційних технологій в бібліотечно-інформаційній сфері.
2. Особливості соціально-комунікаційних технологій архівних установ та системах документації.
3. Соціально-комунікаційні технології у видавничій справі

**Контрольні питання та завдання для самостійної роботи**

1. Які основні цілі введення соціально-комунікаційних технологій у бібліотечно-інформаційну сферу?
2. Яке головне призначення соціально-комунікаційних технологій у розвиток бібліотечно-інформаційної сфери?
3. Яке головне призначення соціально-комунікаційних технологій архівних установ та системах документації.
4. Яке головне призначення соціально-комунікаційні технології у видавничій справі.

**Теми есе й рефератів**

1. Cоціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності.
2. Cоціально-комунікаційні технології в структурі архівної діяльності.
3. Cоціально-комунікаційні технології в керуванні документацій ними процесами.
4. Технології соціальних комунікацій в контексті розвитку видавничої справи.

**ВИСНОВКИ**

Основною умовою існування та розвитку суспільства є документно - комунікативна діяльність, оскільки розвиток виробництва, збагачення соціальної пам’яті, нові досягнення матеріального та духовного життя неможливі без спілкування, обміну інформацією між індивідами. Людська діяльність неможлива без суспільних відносин, адже окрема людина уособлює не лише індивіда, але й більш складну за внутрішнім світом соціально-сформовану особистість, відчуває потребу у спілкуванні з іншими. Витоки соціальної комунікації пов’язані з вивченням соціальних факторів, які сприяють формуванню соціального знання й оцінних категорій комунікації. Саме ключове поняття «соціальні комунікації», будучи центральним для соціології ХХ століття, зазнало змін. Ускладнення та технологізація суспільних відносин актуалізують питання опрацювання методів оптимального і максимально ефективного прийняття рішень в управлінні соціальними системами. Як наслідок, виникає гостра необхідність створення, розвитку та широкого впровадження в соціальну практику соціально-комунікаційних технологій.

Вихідним положенням проблеми концептуалізації соціальнокомунікаційних технологій (СКТ) є передусім наявність різних тлумачень самого терміна. До недавнього часу вітчизняні й зарубіжні дослідники не розмежовували терміни комунікаційні та соціально-комунікаційні технології. У наукових працях на позначення одного поняття можна зустріти різні назви: «соціальні», «комунікаційні» («комунікативні»), «медійні», «гуманітарні», «інформаційні» технології. У зарубіжній науковій літературі термін «комунікаційні технології» здебільшого вживається на позначення засобів технічно опосередкованої комунікації. Зокрема для телекомунікацій, у тому числі мобільного зв’язку, супутникового зв’язку та телефонії, це технологія зв’язку, бездротова технологія, технології комутації, технології передачі, мікроелектроніка, технічна інформатика і технологія друку. Через паралельне вживання для називання цих засобів термінів «інформаційні» і «комунікаційні» технології у практику використання ввійшов термін «інформаційно-комунікаційні технології». У науковій галузі «соціальні комунікації» наявні різні підходи до розуміння сутності соціально-комунікаційних технологій. У паспорті спеціальності 27.00.06 – Прикладні соціально-комунікаційні технології зазначено, що це галузь науки, яка вивчає історію, теорію, методологію, організацію, становлення прикладних комунікаційних технологій в системі соціальної діяльності (в науці, політиці, виробництві, культурі, освіті тощо).

 **МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ**

Оцінювання знань студентів проводиться за результатами одного змістового модуля ЗМ1. Модульний контроль за змістовим модулем передбачає контроль теоретичних знань і практичних навиків.

 Схему нарахування балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни наведено в таблиці 5.

Таблиця 5 – Схема нарахування балів у процесі оцінювання знань студентів з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технології»

|  |  |
| --- | --- |
| Види робіт, що контролюються | Максимальна кількість балів |
| Модуль 1 |  |
| Контроль засвоєння теоретичних знань змістового модуля ЗМ1 | 50 |
|  Контроль практичних умінь  | 50 |
| Усього | 100 |

Диференційований залік у 1 семестрі з дисципліни виставляється студенту відповідно до чинної шкали оцінювання, що наведена нижче.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | **А** | відмінно  | зараховано |
| 82-89 | **В** | добре  |
| 74-81 | **С** |
| 64-73 | **D** | задовільно  |
| 60-63 | **Е**  |
| 35-59 | **FX** | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | **F** | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ**

**Основна література**

1. Демчина Л. І. Прикладні соціально-комунікаційні технології: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2023. 93 с.
2. 2. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. URL :
3. <http://lib.pnu.edu.ua>

 **Додаткова література**

1. Васильченко М. М. Трансформаційні процеси функціонування архіву в сучасному соціально - комунікаційному середовищі. UR: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/vkhdak/2010\_30/V30-2-12.pdf
2. Демчина Л. І. Документально-інформаційні комунікації : навч. посіб. –Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2013. 189 с. (**Гриф Міністерства освіти і науки України (лист 1/11-4518 від 27. 02. 2013 р.)**
3. Демчина Л. І. Інформаційно-комунікаційне середовище ВЗО в контексті організації самостійної роботи студентів.*Наукові дослідження, відкриття та розвиток технологій в сучасній науці.* Матеріали науково-практичної конференції (м. Рівне, 19-20 квітня 2019 року). Херсон, 2019.С. 81-84.
4. Демчина Л. І. Комунікація як соціальний феномен. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА У ПРОСТОРІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: матеріали другої Всеукраїнської Інтернет-конференції, 21 травня 2015 р. Харків, 2015. С. 20-25.
5. Демчина Л. І. Соціальні комунікації : метод. вказівки. Івано-Франківськ : Факел, 2021. 46 с.
6. Курбан О. В. До питання про технології та моделювання соціокомунікативних процесів [Електронний ресурс]. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Api/2009\_23/8.pdf
7. Курбан О. В. Правові основи функціонування соціальних комунікацій в Україні [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/>Soc\_Gum/DiP/2009\_46/10-12.pdf
8. Курбан О. В. Соціальна комунікація в системі сучасного наукового знання [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_>Gum/is/2009\_10/Kurban.pdf
9. Курбан О. В. Соціальні комунікації в роботах українських дослідників [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_>Gum/is/2010\_11/Kurban.pdf
10. Курбан О. В. PR-процес у системі сучасних соціальних комунікацій [Електронний ресурс]. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_>Gum/is/2009\_9/Kurban.pdf
11. Лазарєва Л. М. Огляд наукових підходів до визначення сучасних теорій комунікацій [Електронний ресурс] URL: [http://www.nbuv.gov.ua/
portal/Soc\_Gum/](http://www.nbuv.gov.ua/%0Bportal/Soc_Gum/)
12. Мар’їна О. Cоціально-комунікаційні технології як засіб управління бібліотечно-інформаційною сферою діяльності. Вісник Кн. Палати. 2018. №3. С.1-3
13. Мельник С. М. Конспект лекцій з дисципліни «Прикладні соціокомунікаційні технології» [для здобувачів денної, заочної та дистанційної форм навчання спеціальності 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа]. Одеса : ОНПУ, 2020. 111 с.
14. Островська Н. В. Прикладні соціально-комунікаційні технології. Запоріжжя, 2017. 110 с.
15. Островська Н. Прикладні соціально-комунікаційні технології: навч. посіб. для студ. Спец. «Журналістика» URL :http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2746/1/Ostrovska\_Applied\_social .pdf
16. Почепцов Г. Г. Соціальні комунікації і нові комунікативні технології [Електронний ресурс]. URL: http://issuu.com/the communication/docs.
17. Про інформацію : закон України : URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show
18. Про доступ до публічної інформації : закон України URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show
19. Різун В. Соціально-комунікаційний підхід у науці та галузі соціальної інженерії. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/Socialniy_pidhid.pdf>
20. Холод О. М. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. Київ : Білий Тигр, 2018. 370 с.
21. Цецик Я. П., Цецик С. П., Мартинюк Г. Ф. Застосування сучасних соціокомунікаційних технологій у процесі підготовки студентів-документознавців. Ефективна економіка. 2021. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2021/88.pdf>
22. Цецик Я. П., Корбутяк В. І., Кочубей А. В. Роль сучасних соціокомунікаційних технологій в ефективному управлінні діяльністю бібліотечних установ. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2022. № 8. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/410>

 **Література та методичне забезпечення самостійної роботи**

1. Демчина Л. І. Прикладні соціально-комунікаційні технології: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2023. 93 с.
2. Демчина Л. І.Прикладні соціально-комунікаційні технології: методичні вказівки Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2023. 45 с.
3. 3. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. URL :
4. <http://lib.pnu.edu.ua>

 **ГЛОСАРІЙ**

 **А**

*Артефакт* це утворення, явище або процес, що завжди виникає під час функціонування соціального фігуранта в комунікації з причин впливу на нього самих умов існування.

 **Б**

*Біхевіоризм* (від англ. Bihaviour – «поведінка»), розквіт якого припав на двадцяті роки ХХ століття. Провідною ідеєю біхевіоризму стало переконання в тому, що поведінку людини слід розглядати як сукупність рухових, вербальних та емоційних відповідей на вплив із боку зовнішнього середовища. Біхевіористи, спираючись на результати фізіологічних досліджень російських учених В.М. Бехтерева та І. П. Павлова, стверджували, що вже під час народження Людина має невелику кількість таких схем поведінки, як ковтання, ссання, дихання тощо.

 **В**

*Виборні технології*, сутність яких полягає в системі дій, спрямованих на пропозицію електорату майбутніх політичних послуг із боку відомого в країні політичного суб’єкта; нав’язуванні його програмних положень, обіцянок і рекламних роликів, друкованої продукції і мітингових зустрічей на виробництві; планування й організація виборної кампанії; постійне інформування громадськості про наміри, плани і дії політичного суб’єкта; контроль за діями Центральної виборчої комісії (ЦВК); організація екзитпола (власного підрахунку голосів електорату); подання судових позовів щодо оскарження попередніх результатів голосування тощо.

*Види СКТ* поділяють за такими критеріями: 1) призначення; 2) спрямованість; 3) протяжність у часі; 4) засоби реалізації; 5) результативність; 6) ефективність; 7) якість.

 З

*Закон єдності інмутації і мутації:* зменшення сили інмутації тягне за собою збільшення сили мутації, хоча у своєму взаємозв’язку обидві мікросистеми не змінюють структури макросистеми маніпуляції.

 **І**

*Іміджбілдінг* (від англ. іmage – образ й англ. building – будівля), або іміджмейкінг (від англ. іmage – образ й англ. making – створення) – це соціально-комунікаційна технологія утворення позитивного чи нейтрального образу фігуранта.

*Інмутація суспільства* – це процес формування негативних установок особистості й суспільства та їхніх аксіологічних систем і моделей (сценаріїв) поведінки через усі можливі соціальні канали. Інмутація і мутація є складниками маніпуляції суспільства. Причому маніпуляцію ми розуміємо не як негативне явище, а як зміну моделей (сценаріїв) поведінки. Така зміна може бути нейтральною, позитивною і негативною. Нейтральна зміна поведінки (суто маніпуляція) тягне за собою тимчасові зміни моделей (сценаріїв) поведінки, які не викликають переструктування системи цінностей особистості або суспільства. Позитивна зміна поведінки (мутація) передбачає таке переструктування системи цінностей особистості, яке не викликає заперечень у суспільства і є корисним для самої особистості. Негативна зміна поведінки (інмутація) переструктуровує систему цінностей особистості до незадоволення з боку суспільства і, як результат, заподіює шкоду самій особистості.

*Інмутація є системою*, що формує негативні установки особистості й суспільства (а також їхніх аксіологічних систем і моделей поведінки) засобами соціальних каналів також має різні ступені міцності зв’язку між артефактами. Виокремлено якнайменше три такі ступені: регулярний, нерегулярний та удаваний зв’язки між артефактами. Інмутація як система артефактів характеризується чотирма властивостями: організації, зв'язності, цілісності і членованості.

*Інформаційні технології* (ІТ, інформаційно-комунікаційні технології, Information and Communication Technologies, ICT), за пропозицією авторів електронної енциклопедії «Вікіпедія», яставляють собою сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих із метою збирання, обробки, зберігання, поширення, відображення і використання інформації в інтересах її користувачів.

**К**

*Комунікативний акт* – це «щось ціле, що являє собою єдність закономірно розташованих частин, які перебувають у взаємному зв’язку». Остання думка підтверджує впевненість у тому, що комунікативний акт – це система.

*Комунікативний інжиніринг* передбачає створення й утримання такої картини світу, яка дозволить у потрібному руслі трансформувати світ реальний.

*Комунікаційні технології*, на думку Г.Г. Почепцова, мають характерну спільну рису, а саме: вони чинять спробу впливати на масову свідомість, що й вирізняє їх від інших варіантів міжособистісного впливу.

*Комунікація* є «суто соціальним явищем і реалізується завдяки різним видам інформації». Інформація «існує практично повсюди – як у природі, так і в соціумі». Така інформація існує без волі на те людини.

*Кризових технологій*, результатом яких є стабілізація ситуації внаслідок соціальних і природних катаклізмів.

 **М**

*«Маніпуляція»,* що традиційно вживається у значенні негативного впливу на свідомість об’єкта з метою змінення поведінки. Здійснення маніпуляції залежить від таких умов: маніпуляція повинна залишатися непомітною; той, ким маніпулюють, повинен вірити в природність і неминучість усього, що відбувається; маніпульована людина не повинна відчувати свою присутність у фальшивій дійсності. Різновиди маніпуляції виокремлюють за такими критеріями: за реципієнтом, за мішенню маніпуляції, за тривалістю, за результатом, за наслідками, за метою.

*Масова комунікація* (англ. mass communication) пропонують називати «процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа (ЗМК).

**О**

*Об’єктом* (артефактом А) ми вважаємо будь-що, будь-які штучно утворені предмети, явища або процеси реальності, які оточують нас.

**Р**

*Рекламні технології.* Їхня сутність полягає в інформуванні споживачів щодо появи нових організацій і видів товарів (послуг), формуванні та підтримці іміджу організацій, товарів (послуг).

*Релігійні технології*, про які слід говорити як про систему дій, спрямованих на залучення (навернення) нових прихильників віри, популяризацію ідей певної конфесії та її релігійних догм, поширення інформації про діяльність конкретних осередків і їхні традиції, обряди, іміджеві моделі й моделі поведінки, соціально-релігійні норми та санкції.

*Ресурсом* (артефактом Б), або засобом, запасом щодо артефакту слід називати, на наш погляд, те, що дозволяє досягти поставленої мети.

**С**

*Соціальними технологіями* В.Я. Матвієнко називає комплекс прийомів, що забезпечують досягнення сприятливих умов життя, їхньої організованості, ефективної взаємодії, задоволення суспільного інтересу, який тією чи іншою мірою відповідає вимогам соціального часу.

*Соціальна взаємодія* – це взаємний спрямований на іншого вплив, свідомий обмін активністю, інформацією, грішми, досвідом, навичками, уміннями, цінностями тощо.

*Соціальні дії,* що пов’язані між собою причинною залежністю, за теорією Вебера М., слід називати соціальною взаємодією. Соціальна дія, орієнтована на відповідну реакцію очікування. Іншими словами, індивід або соціальна група здійснюють цілеспрямовану активність щодо іншого індивіда або соціальної групи. При цьому ініціатори активності очікують адекватну активність від співучасника взаємної активності.

*Соціальні* *комунікації* – система суспільної взаємодії, яка включає визначені шляхи, способи, засоби, принципи встановлення і підтримання контактів на основі професійно-технологічної діяльності, що спрямована на розробку, провадження, організацію, удосконалення, модернізацію відносин у суспільстві, які складаються між різними соціальними інститутами, де, з одного боку, у ролі ініціаторів спілкування найчастіше виступають соціально-комунікаційні інститути, служби, а з іншого – організовані спільноти (соціум, соціальні групи) як повноправні учасники соціальної взаємодії».

*Соціально-комунікаційні технології*, як вважає О.М. Холод, – це система маніпулятивних дій-комплексів, спрямованих на зміну поведінки соціуму. Прикладні соціально-комунікаційні технології визначаються як такі, що мають практичний характер, відповідно до формули наукової спеціальності, у системі соціальної діяльності (у науці, політиці, освіті, культурі, а також – на виробництві).

*«Спічрайтинг»* пішов від поєднання двох англійських слів, а саме: «speech» – мовлення, промова та «writhe», «writhing» – писати; той, хто пише. Отже, спічрайтинг означає вміння писати публічні промови, а людина, яка пише промови, називається «спічрайтером». «Спічмейкінг» також утворений поєднанням двох слів англоамериканського походження: «speech» – мовлення, промова та «making» – створення. Як перший термін («спічрайтинг»), так і другий («спічмейкінг») перекладаються зі змістом досить близьким, що й дає підґрунтя для того, щоб вважати їх синонімами.

*Структура соціально-комунікаційних технологій*, до якої слід зарахувати такі складники: 1) запит суспільства; 2) «вакуум» виконавця; 3) суб’єкти майбутніх соціально-комунікаційних технологій (СКТ); 4) ринок ідей; 5) конкретні ідеї; 6) задум; 7) команда фахівців, здатних реалізувати задум; 8) волонтери для виконання другорядних функцій; 9) дослідження ринку запиту; 10) планування СКТ; 11) пошук фінансування СКТ; 12) тактичний і стратегічний розподіл ролей і фінансів; 13) реалізація плану СКТ; 14) корекція (узгодження змін, які спостерігаються в соціумі з подальшими планами реалізації СКТ); 15) подальша реалізація плану СКТ; 16) фінальне вимірювання (сканування) досягнень (прорахунків) СКТ; 17) фінал (завершення) СКТ; 18) аналіз ефективності впливу СКТ; оплата роботи виконавців

**Т**

*Теоретичні соціально-комунікаційні технології* – це ті, що не мають практичного характеру і розробляються з метою вдосконалення концепцій і теорій соціально-комунікаційних технологій і комунікаційних технологій.

*Технологію виправлення інформації, або спіндоктор* (від англ. spin – кружляння й англ. doctor – доктор). Сутність згаданої технології полягає в 16 тому, щоб завдяки нехитрим корекціям інформації про певного фігуранта, події або процеси «лікувати» початок їхньої негативізації: із негативних відомостей робити позитивні, такі, які б формували імідж фігуранта на краще.

*Технології громадянського суспільства*, які тлумачимо як систему соціально-комунікаційних дій, спрямованих на планування й організацію заходів для формування сильного суспільства, що базується на неурядових організаціях і спілках, товариствах і союзах громадян у демократичній державі.

*Технології електронних мереж*. Згадані технології є системою дій, спрямованих на захоплення і привернення уваги користувачів електронних мереж.

*Технологій інмутації* слід зарахувати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на негативне змінення поведінки соціуму.

*Технологія інформаційного охоплення (пропаганда)* – це «неоплачувана, абсолютно добровільна форма особистого інформативного впливу на індивідів із метою донесення до них інформації про фірму, її діяльність і товари, які вона випускає».

*Технологія інформаційного протистояння-боротьби (інформаційних війн).* Сутність згаданої технології полягає в системному цілеспрямованому негативному впливі на об’єкт протистояння.

*Технології мобільного зв’язку.* Суть останніх полягає в тому, що абонента, або користувача послугами мобільних операторів, останні інформують про прогноз погоди, стан банківського рахунка, новини, розсилання на адресу абонента книжкових посилок.

*Технологіями мутації* слід вважати таку систему маніпулятивних дій-комплексів, яка спрямована на позитивне або нейтральне змінення поведінки соціуму.

*Технологія організації дозвілля*, сутність якої ми вбачаємо в системі дій, спрямованих на організацію відпочинку та вільного часу індивідів.

*Технологія перемовин*, метою якої є здійснення переважно вербальних дій, спрямованих на структурування, упровадження, навіювання, поступки, порозуміння між сторонами, які прагнуть рівних вигідних умов існування на основі вибору оптимального варіанта подальших відносин.

*Технології перепису населення*. Сутність таких полягає в організації системи соціальнокомунікаційних дій, спрямованих на реєстрацію і суцільну фіксацію (записування) соціально-метричних даних.

*Технологія пільгування.* Сутність останньої полягає в системі дій, спрямованих на стимулювання обмежених категорій населення як з боку економічного, так і з боку забезпечення реалізації нормальних комунікаційних намірів, прагнень, бажань.

*Технології просування (маркетингові комунікаційні технології).* Їхня сутність полягає в системі дій, спрямованих на розміщення товарів (послуг) на ринку попиту так, щоб здійснити якнайшвидший їхній продаж із максимальним прибутком.

*Технологію реєстрації* *населення*. Останньою називаємо таку систему соціально-комунікаційних дій, які спрямовано на впорядкування та фіксацію місця комунікативного простору, місця проживання та пересування індивіда.

*Технологія реєстрації хворих у лікарнях*. Принцип, на якому базується така технологія, той самий, що й у попередній технології, а саме – фіксація можливих змін у комунікаційному просторі кожного індивіда.

*Технологію реєстрацій у РАГСах*. Ідеться про специфічну процедуру реєстрації шлюбів, розлучень, народження дитини, реєстрації факту смерті.

*Технологію соціальних зв’язків (паблік рилейшнз)*, про яку вже написано багато праць і здійснено безліч досліджень. Згадана технологія соціальних зв’язків здійснюється завдяки цілеспрямованому систематичному налагоджуванню зв’язків із громадськістю при використанні правдивої інформації, яку керівництво організації постійно пропонує народу, споживачам чи то власної продукції, чи то послуг.

*Технологія формування іміджу* (іміджбілдінг і трешімідж), сутність якої полягає в тому, щоб утворити замінники (символи) реального образу фігуранта (людини, організації, колективу, міста, країни, союзу країн тощо) за допомогою специфічних дій-комплексів, які систематично нав’язують інформацію.

*Технологія чуток.* Основною ознакою згаданої системи дій слід вважати передавання інформації майже пошепки, «від вуха до вуха» через брак достатнього її обсягу.

*Трешімідж* (від англ. trash – мотлох і англ. іmage – образ) – це соціально-комунікаційна технологія формування негативного нецікавого образу фігуранта.

**Ф**

*Функції соціально-комунікаційних* технологій виокремлюють за такими напрямками: 1) онтологічні (буттєві); 2) гносеологічні (пізнавальні); 3) праксеологічні (ті, що реалізуються на практиці).