

## **Перелік питань, які виносяться на кандидатський іспит зі спеціальності**

1. Видавнича справа як сфера суспільних відносин. Видавнича справа та
2. Виникнення соціально-технологічних комплексів (релігійних, політичних, побутово-традиційних, освітньо-виробничих) та їх вплив на раціональну регламентацію поведінки людей.
3. Виразально-зображальні засоби радіожурналістики. Мовленнєва культура журналіста, особливості її втілення на радіо.
4. Глобалізаційні процеси в соціальній комунікації. Закономірності розвитку соціальної комунікації в сучасних умовах.
5. Глобальна модернізація суспільства: її зміст і тенденції.
6. Гуманістичні і технократичні, автократичні та інші моделі розвитку соціального буття.
7. Друкована преса як соціальний інститут, як система ЗМК, як підсистема журналістики країни.
8. Експеримент у дослідженнях соціальної комунікації.
9. Журналістська діяльність, майстерність і творчість. Етика і естетика творчості.
10. Загальне поняття соціальної комунікації як сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві, що забезпечують його існування й розвиток.
11. Інституалізація в соціально-комунікаційній сфері. Соціально-комунікаційна культура суспільства.
12. Інформаційні потреби суспільства. Поняття інформаційних потреби.
13. Кодекси працівників ЗМК розвинутих країн світу і етичні засади діяльності українських журналістів.
14. Методи аналізу документів у дослідженнях соціальної комунікації.
15. Методологія функціонування документально-інформаційних структур в системі соціальних комунікацій.
16. Механізм комунікаційних зв'язків, взаємодії в різних комунікаційних системах, структурах, процесах.
17. Моделі PR комунікації. Роль PR в сучасних соціальних комунікаціях.
18. Новітні явища у світі телебачення. Жанри тележурналістики.
19. Описові методи у дослідженнях соціальної комунікації.
20. Опитування у дослідженнях соціальної комунікації.
21. Основні етапи становлення і розвитку української журналістики.
22. Основні концепції та моделі соціально-комунікативного знання: культурологічна, структурно-функціональна, інформаційна, масмедійна, соціально-детермінічна.
23. Основні принципи та методологія дослідження соціальних комунікацій.
24. поліграфістами та реалізаторами.
25. Поняття інформації, види інформації.
26. Поняття про інформаційно-комунікаційний простір.
27. Поняття про комунікацію, соціальну комунікацію, масову комунікацію.

28. Поняття про соціальні інститути, соціально-комунікаційні форми організації людської діяльності.
29. Поняття соціокомунікаційного підходу в дослідженнях соціальних комунікацій
30. Попередня обробка результатів спостережень і опитувань у дослідженнях соціальної комунікації.
31. Правове регулювання стосунків між видавцями, авторами,
32. Принципи побудови журналістського твору. Аргументація у постановці проблеми та у її вирішенні.
33. Природа соціальної комунікації. Умови ефективної комунікації, предмет спілкування, мета спілкування, результативність комунікації.
34. Проблеми становлення інформаційного суспільства. Інформація як товар. Цінність інформації як абсолютна і відносна категорія.
35. реагування як галузь науки і як спеціальність.
36. Редакторський аналіз тексту. Структура редакторського аналізу за одиницями тексту та за цілями аналітичних дій. Загальна схема редакторського аналізу та редагування.
37. Реклама і суспільство. Суспільна місія реклами
38. Реклама у системі маркетингу та маркетингових комунікацій.
39. Ситуації позиціонування іміджу. Вимоги PR до розробки, проектування та впровадження іміджу.
40. Соціально-комунікаційна діяльність: структура, предмет, організація. Професіоналізація кадрів у системі соціальних комунікацій.
41. Соціально-культурні ознаки суспільності. Соціальне знання.
42. Спостереження у дослідженнях соціальної комунікації.
43. Становлення теорії соціальних комунікацій. Комунікаційна природа соціальної реальності.
44. Створення телебачення в Україні, його сучасний стан і тенденції розвитку.
45. Структурно-організаційні та функціонально-змістовні характеристики комунікаційних систем, основні етапи еволюції соціальних комунікацій.
46. Сутність та складові різних етапів редагування: підготовчого, редакційного, виробничого, маркетингового.
47. Форми комунікації в історичні періоди розвитку людського суспільства.