

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

**Затверджено
на засіданні Вченої ради
Інституту журналістики
протокол №7 від 27 лютого 2017 р.**

ПРОГРАМА

**вступного випробування з фаху для вступників на освітньо-наукову
програму підготовки докторів філософії (ад'юнктів) за спеціальністю
“061 Журналістика”**

(галузь науки – «Журналістика»)

Пояснювальна записка

Програма вступного випробування з фаху призначена вступникам на освітньо-наукову програму підготовки докторів філософії (ад'юнктів) за спеціальністю «061 Журналістика».

Фаховий іспит повинен виявити рівень методологічної, теоретичної та професійної підготовки вступника, знання теорії та закономірностей розвитку комунікаційної системи суспільства, історії соціально-комунікаційних інститутів суспільства, етапів становлення соціально-комунікаційних структур, форм та процесів, історії важливих наукових відкриттів щодо знакових систем, інструментів, способів документалізації інформації; знання теорії, методологічних засад та міждисциплінарних досліджень журналістики; місце журналістських творів в системі соціальної інформації, міжкультурної комунікації і комунікативістики; роль журналістики в глобальних інформаційно-комунікаційних процесах; знання теоретико-методологічних засад, історії та сучасних тенденцій розвитку видавничої справи; державної політики та законодавства у видавничій діяльності; управління, економіки та статистики у видавничій справі; ринкових моделей видавничої діяльності; стандартизації у видавничій справі; теорії, методики та специфіки редагування різних типів видань; соціально-функціональних, конструктивних, знакових, поліграфічних та художньо-технічних характеристик видань; інформаційного забезпечення редакційно-видавничої діяльності; мережевих електронних ресурсів та технологій у редакційно-видавничій діяльності; теоретико-методичних та організаційних засад функціонування видавництв, у т.ч. електронних; знання історії, теорії та методології формування інформаційних середовищ взаємодії суб'єктів соціальної діяльності; соціально-комунікаційних технологій позиціонування суб'єктів соціальної діяльності в суспільстві (зв'язки з громадськістю, реклама, іміджмейкінг, бізнес-комунікації тощо); комунікаційного образу суб'єктів суспільних відносин; використання засобів масової комунікації при здійсненні зв'язків з громадськістю; управління прикладними соціально-комунікаційними технологіями; організації діяльності служб та агенцій (зв'язків з громадськістю, рекламних агенцій тощо); спеціалізованих PR-технологій (політичних, консалтингових, журналістських); публічних зв'язків з державними структурами; прес-стратегій та форм її реалізації в соціально-інформаційному середовищі; концепцій іміджмейкінгу; маркетингових комунікацій; аналітичних підтримок PR-діяльності; соціального проектування комунікаційної дійсності, реалізації соціально-технологічних програм; етичних і правових аспектів у системі прикладних соціальнокомунікаційних технологій; прикладних соціально-комунікаційних технологій в управлінні проблемами й кризами; підготовки кадрів у галузі прикладних соціальнокомунікаційних технологій, розроблення та впровадження нових професійних стандартів підготовки кадрів.

Вступник повинен розуміти розвиток соціально-комунікаційної культури суспільства, становлення та розвиток основних напрямів діяльності документально-інформаційних структур (бібліотек, бібліографічних служб, центрів науково-технічної інформації тощо), методологічні, методичні та організаційні засади функціонування документально-інформаційних структур у

системі соціальних комунікацій, закономірності розвитку засобів трансляції концептуальної, фактологічної та методографічної інформації як складових соціальної комунікації, стратегію розвитку соціальних комунікацій, концепції трансформації комунікаційних систем, комунікаційні канали, комунікаційні відносини та інформаційну культуру суспільства, концепції соціальної інформації та знань у сучасній науці, інформаційну технологізацію суспільства, теорію, історію та методологію наукових дисциплін соціальнокомунікаційного циклу, професіологічні аспекти підготовки кадрів для сфери соціальних комунікацій, інформаційно-когнітивну динаміку суспільства.

Обсяг знань, який повинен виявити вступник на фаховому іспиті зі спеціальності, не обмежується колом питань, визначених у програмі. Він повинен опанувати матеріал за темою свого дисертаційного дослідження, знати теорію, історію і сучасний стан досліджуваної проблеми.

РОЗДІЛ I. ЖУРНАЛІСТИКА ЯК СУСПІЛЬНЕ ЯВИЩЕ

Соціальні комунікації як об'єкт наукового вивчення.

Поняття про комунікацію, соціальну комунікацію, масову комунікацію поняття про соціальні інститути, соціально-комунікаційні форми організації людської діяльності, форми комунікації в історичні періоди розвитку людського суспільства.

Історичні умови, соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Рушійні сили розвитку соціальних комунікацій. Поняття про інформаційно-комунікаційні революції в суспільстві. Етапи становлення соціальних комунікацій, виникнення мови, писемності, книгодрукування, електричні засоби — телефон, телеграф, персональний комп'ютер, електронні комунікаційні мережі, інтелектуальні інформаційні технології.

Загальне поняття соціальної комунікації як сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві, що забезпечують його існування й розвиток.

Соціальна комунікація як засіб організації діяльності на основі цілеспрямованої передачі та обміну інформацією і знаннями. Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Соціальні функції комунікації. Матеріальна й ідеальна (духовна) складові комунікації. Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації.

Становлення теорії соціальних комунікацій. Формування системи соціальнокомунікаційних наук. Структура соціально-комунікативного знання. Теоретичні та прикладні соціально-комунікативні знання.

Інформаційно-когнітивна динаміка суспільства в умовах масової комунікації як основного різновиду соціального спілкування. Поняття мас у науці. Свідомість поведінка і настрої мас у контексті масової комунікації. Комунікаційний вплив на маси. Інформаційно-виробнича модель діяльності в масовій комунікації.

Основні принципи та методологія дослідження соціальних комунікацій.

Інституалізація в соціально-комунікаційній сфері. Соціально-комунікаційна культура суспільства. Соціально-комунікаційна діяльність: структура, предмет,

організація. Професіоналізація кадрів у системі соціальних комунікацій. Організаційно-діяльнісні засади соціально-комунікаційних структур.

Розвиток документознавства й архівознавства в системі наук соціальнокомунікаційного циклу. Розвиток книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства в системі наук соціально-комунікаційного циклу. Розвиток журналістикознавства в системі наук про соціальні комунікації. Розвиток теорії видавничої справи та редагування з точки зору науки про соціальні комунікації. Розвиток прикладних соціально-комунікаційних технологій. Розвиток соціальної інформатики.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні.

Журналістикознавство в системі наук про соціальні комунікації.

Визначення журналістики. Журналістика, масова інформація і масова комунікація. Масова аудиторія журналістики. Масовоінформаційні відносини та масовоінформаційні технології. Журналістика і журналістикознавство. Стан і тенденції розвитку українського і світового журналістикознавства. Поняттєвий апарат журналістикознавства. Теорія журналістики і методологія дослідження. Журналістикознавство і суміжні наукові дисципліни.

Фундаментальні причини виникнення журналістики як соціокультурного явища. Історичні моделі журналістики. Журналістика як суб'єкт і об'єкт соціального процесу. Місце і роль журналістики у інтерсуб'єктних масовоінформаційних відносинах демократичного суспільства. Види і типи журналістики. Основні соціальні функції журналістики. Принципи журналістської діяльності. Жанр і метод у журналістиці. Система журналістських жанрів. Явище жанрової дифузії у журналістській творчості.

Свобода і необхідність у світі масовокомунікаційних відносин. Журналістський менеджмент. Законодавство України про ЗМІ. Етика журналістської діяльності. Психологія журналістської діяльності.

Журналістика і публіцистика.

Ефективність, дієвість, результативність у журналістській діяльності.

Наукові погляди на журналістику українських вчених. Історія українського журналістикознавства.

Питання підготовки журналістських кадрів в Україні. Розвиток журналістської педагогіки.

РОЗДІЛ II. НАУКОВІ ПОГЛЯДИ НА ЖУРНАЛІСТИКУ

Пресознавство.

Типоутворюючі ознаки періодичної друкованої преси. Друкована преса як соціальний інститут, як система ЗМК, як підсистема журналістики країни. Законодавство України про друковані ЗМІ. Характеристика сучасного стану друкованої преси України і світу. Типологія друкованої преси України. Дайджест як тип друкованого видання.

Вплив соціальних чинників на стан і тенденції розвитку друкованої преси. Джерела інформації періодичних видань. Досвід вирішення проблем підвищення ефективності і дієвості у періодиці. Методики збільшення аудиторії друкованого видання.

Тема і проблема газетного виступу. Проблематика газетних публікацій української преси на теми економіки, політики, соціальної сфери, культури, міжнародного життя.

Газетні і журнальні жанри. Взаємозбагачення жанрів. Досвід інформаційних та аналітичних видань України. Сучасна друкована публіцистика України. Реклама у друкованих виданнях.

Українське журналістикознавство про проблеми періодичної преси. Методологія дослідження друкованих ЗМК України.

Організація творчого процесу в редакціях друкованих ЗМІ. Планування і контроль у редакціях друкованих видань. Літературне редагування журналістських текстів. Сучасні інформаційні та редакційно-видавничі технології.

Економіка друкованих видань різних типів. Методики збільшення прибутків друкованого видання, підвищення його конкурентоспроможності. Менеджмент редакцій періодичних видань. Маркетинг друкованої преси. Експедиювання і дистрибуція газет, журналів.

Наукові погляди на тележурналістику.

Створення телебачення в Україні, його сучасний стан і тенденції розвитку. Типологія телевізійних мовників українського ефіру. Діяльність Національної Ради України з питань телебачення і радіомовлення.

Законодавство України про телебачення.

Вербальні й візуальні виразні засоби телевізійного екрану, їх елементи, ресурси взаємозбагачення. Новітні явища у світі телебачення: телегазетні об'єднання, Інтернет-супроводження, інтерактивні передачі, “продакшн-студії”, рейтингові агенції, особливості їх використання.

Жанри тележурналістики. Новинна тележурналістика України. Аналітичні телепередачі: жанроутворюючі ознаки, методики створення. Телевізійна публіцистика, складові успіху окремої програми, проекту. Розважальні, дитячі, спортивні передачі, ток-шоу, особливі методики їх створення. Планування і контроль на телебаченні. Менеджмент, маркетинг телевізійного мовлення. Аудиторія телестудії, програми, її методи дослідження.

Журналіст у телестудії і на телеекрані. Параметри професійної діяльності телерепортера, редактора, сценариста, ведучого, продюсера, шоумена, директора програм. Робота з джерелами інформації, з учасниками передачі, з телережисером, оператором камери, звукорежисером. Мовленнєва культура творчого працівника телебачення. Особливості підготовки і проведення передач “прямого ефіру”. Етика журналістської діяльності на телебаченні.

Українське і світове журналістикознавство про проблеми телевізійної журналістики.

Наукові погляди на радіожурналістику.

Радіомовлення в Україні: історія і сучасність. Типологія вітчизняних радіомовників, основні характеристики радіостанцій різних типів і форматів.

Законодавство України про радіомовлення. Виразально-зображальні засоби радіожурналістики: мова, музика, шуми, тиша. Мовленнєве слово як основний виразальний засіб журналіста на радіо. Мовленнєва культура журналіста, особливості її втілення на радіо. Сучасні тенденції розвитку радіомовлення і радіожурналістики.

Змістові характеристики сучасної української радіожурналістики.

Жанри радіожурналістики. Радіоінформація, блоки новин на радіо. Радіорепортаж, його різновиди. Радіоінтерв'ю, особливості його проведення. Аналітичні радіожанри. Тематичні радіопередачі. Літературно-драматичні передачі. Особливості ведення радіопередач у “прямому ефірі”. Роль, місце і значення музики і шумів у створенні радіопередач. Радіоп'єса. Радіомонолог. Публіцистичні жанри радіожурналістики. Українське іномовлення, закордонне мовлення на Україну. Інтерактивне радіомовлення. Інтернет як альтернативний канал поширення радіопрограм.

Аудиторія радіостудії, радіопроеграми. Методики соціологічних досліджень аудиторії. Всеукраїнське, регіональне і місцеве радіомовлення: специфіка організації та проблемно-тематичні особливості.

Українське журналістикознавство про проблеми сучасної радіожурналістики.

Наукові погляди на міжнародну журналістику.

Типи суспільства і моделі преси. Місце і роль української журналістики у широкому соціокультурному контексті (історичні аспекти, сучасний стан).

Преса пострадянських країн: стан, проблематика, тенденції розвитку. Преса Європейського Союзу: історичний досвід, актуальні проблеми. Преса Сполучених Штатів Америки, Канади і Австралії: структура, управління, механізми забезпечення свободи. Преса основних країн Азії, проблематика, тенденції розвитку. Стан і тенденції розвитку ЗМІ країн Латинської Америки. Преса африканських країн і її внесок у спільний досвід світової масової комунікації.

Взаємовідносини преси, влади і суспільства: досвід різних країн світу. Стандарти ЗМК провідних світових газет, телерадіостудій, інформаційних агенцій.

Свобода преси у законодавстві провідних країн світу, у документах ООН, у “Хартії свободи преси”. Методи обмеження свободи преси в різних країнах світу.

Кодекси працівників ЗМК розвинутих країн світу і етичні засади діяльності українських журналістів.

Проблема вільного поширення інформації у суспільстві і соціальної відповідальності ЗМК: різні підходи у західноєвропейському, американському суспільствах та у пострадянських країнах. Ставлення до преси як до “четвертої влади” у різних суспільствах. Мас-медіа як галузь бізнесу, досвід економічного зміцнення преси як підґрунтя її інших свобод.

Провідні світові школи журналістикознавства, чільні світові теорії масової комунікації, видатні вчені цієї галузі та їхні наукові доробки. Роль і місце українських дослідницьких центрів у висвітленні світової проблематики ЗМК.

Виникнення і діяльність української журналістики за кордоном. Міжнародна тематика у висвітленні українських ЗМК.

Екстремальна і військова журналістика: світовий досвід.

РОЗДІЛ III. ПИТАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ

Журналістська діяльність, майстерність і творчість. Сучасні погляди на творчість. Етика і естетика творчості. Публіцистика як журналістика вищого гатунку. Особливості підходів журналіста і публіциста до визначення проблемно-тематичного підґрунтя твору, його мовно-стилістичних особливостей. Принципова відмінність творчості в журналістиці та художній літературі.

Тема і проблема журналістського твору та тексту. Структурні елементи твору, його композиція і архітектоніка. Заголовочний комплекс, зображальні

елементи публікації. Верстка і поліграфічні засоби виділення. Інформаційний, хронологічний, логічний та драматургічний принципи побудови журналістського твору. Аргументація у постановці проблеми та у її вирішенні. Мистецтво знати, думати, приймати рішення, писати і публікувати матеріал. Конфлікт у житті і проблема в журналістському творі. Авторське “Я” і читацьке “Ми”. Психологія створення і сприйняття журналістського тексту.

Творчість видатних публіцистів ХХ століття.

Інформаційні, комунікативні, семіотичні та герменевтичні основи професійного спілкування журналіста з джерелом інформації та з масовою аудиторією.

Інформаційна безпека журналіста і суспільства, їх законодавче забезпечення.

Літературне реагування як різновид масовокомунікаційної діяльності. Історія українського літературного редагування і видавничої справи. Методики редагування журналістських текстів. Комп'ютерні системи редакторської обробки тексту, верстки та монтажу.

Погляди українських та зарубіжних журналістикознавців на проблематику журналістської творчості.

РОЗДІЛ IV. ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Історія української журналістики.

Пражурналістські явища в Україні. Причини і чинники виникнення преси. Періодизація історії української преси. Зародження журналістики в Україні та поява української журналістики. Перші харківські часописи, причини їх виникнення і закриття. Уроки заснування перших київських та одеських часописів. “Альманахова доба” української преси 1830-1840-х рр. Перший всеукраїнський літературно-публіцистичний журнал “Основа”. Виникнення комерційних періодичних видань.

Виникнення преси на західноукраїнських землях. Львівська друкарська школа. Історія “Русалки Дністрової”. Перша українська газета “Зоря Галицька”, історія її виникнення, етапи існування, причини занепаду.

Придушення української преси російським царатом, його витоки, перебіг і наслідки. Російськомовна преса Придніпровської України 1860-1905 рр. Публіцистика Тараса Шевченка. Громадівський рух і зародження й становлення україномовної преси за кордоном у середині ХІХ ст.

Преса України у складі Австро-Угорщини у другій половині ХІХ ст. і на початку ХХ ст.

Українська преси у роки російської революції 1905-1907 рр., після неї та у роки Першої світової війни. Преса Сходу і Заходу України у ході визвольних змагань українського народу в 1917-1921 рр.

Українська преса Закарпаття та Північної Буковини: зародження, становлення, розвиток у міжвоєнний період.

Преса української діаспори у Європі, США, Канаді, Бразилії, на Далекому Сході у міжвоєнний період та під час Другої світової війни.

Виникнення більшовицької преси в Україні, становлення партійно-преси радянської України, її функціонування у 1920-1930 рр. Ленінський і сталінський періоди в історії української преси.

Розвиток преси на західноукраїнських землях у складі Польщі у міжвоєнний період. Виникнення і розвиток жіночої, молодіжної та дитячої преси.

Українська преса періоду Другої світової війни. Воююча преса радянської України та “червоних партизан” 1941-1944 рр. Часописи ОУН-УПА.

Підкупаційна преса. Партійно-радянська преса України у повоєнний час. Преса України часів хрущовської “відлиги” та брежнєвського “застою”. Непідцензурна українська преса 1970-1980 рр. Преса України періоду перебудови і гласності 1986-1991 рр. Українська преса після відновлення незалежності держави.

Українська таборова преса. Преса української діаспори після Другої світової війни. Сучасна українська преса за межами країни.

Етапи становлення і розвитку телебачення і радіомовлення України, виникнення інтернет-видань, проблематика їх функціонування і тенденції розвитку.

Сучасний стан української преси. Преса і влада, преса і промисловофінансові структури, преса і українське суспільство. Типологія періодичних видань, телерадіостудій.

Публіцистика І. Франка, Г. Грушевського, В. Винниченка, С. Петлюри. Провідні українські публіцисти сучасності. Спільна історія української журналістики і української літератури.

Видатні українські редактори та видавці XIX та XX століття.

Уроки історії української журналістики.

Історія зарубіжної журналістики.

Протожурналістська діяльність в античній Греції. Протожурналістська діяльність в античному Римі. Протожурналістська діяльність в ранньому та середньому середньовіччі. Протожурналістська діяльність в добу Відродження. Протожурналістська діяльність в добу Реформації та Контрреформації.

Винахід друкарського верстата І. Гутенбергом та його вплив на розвиток журналістської діяльності. Роль європейських першодрукарів у поширенні вільного слова.

Поява щотижневих газет у XVII сторіччі.

Поява перших журналів у XVII сторіччі та їхні “предтечі”.

Поява щоденних газет.

Журналістика Англійської революції.

Журналістика віку Просвітництва (Англія, Франція, Німеччина, Росія).

Журналістика Французької революції.

Наполеон і журналістика.

О. Бісмарк і журналістика.

Кардинал Рішельє, батько Жозеф, Т. Ренодо і журналістика.

Монархи-журналісти (Людовик XIII, Фрідріх II Великий, Петро I, Катерина II).

Боротьба англійської журналістики за скасування “податків на знання” і прозорість роботи парламенту.

Вплив технічного прогресу на розвиток журналістики з початку XIX сторіччя (поліграфія, телеграф сухопутний і підводний, фотографія, телефон, друкарська машинка тощо).

Поява нових форм роботи у редакційній діяльності з ХІХ сторіччя (“підвал”фейлетон, роман-фейлетон, різноманітні акції під егідою видання або з посиленням спеціального кореспондента тощо).

Поява масової журналістики, бульварної журналістики, “жовтої” журналістики. Поява якісної журналістики.

Виникнення перших у світі інформаційних агентств. Особливості діяльності інформаційних агентств на світовій арені у ХІХ – першій половині ХХ сторіччя.

Виокремлення постаті військового кореспондента у зв’язку зі збільшенням кількості та вагомості збройних конфліктів і війн (Кримська війна, російськотурецькі війни, іспано-американська війна, англо-бурська війна тощо).

Виникнення перших пресових монополій у другій половині ХІХ сторіччя.

Поява радіомовлення як другого засобу масової інформації.

Поява телебачення як третього засобу масової інформації.

Європейська журналістика та нагнітання/вгамування шовіністичних настроїв у суспільствах у зв’язку з підготовкою до І Світової війни.

Радянська журналістика в ХХ сторіччі.

Британська журналістика в другій половині ХХ – початку ХХІ сторіччя.

Французька журналістика в другій половині ХХ – початку ХХІ сторіччя.

Німецька журналістика в другій половині ХХ – початку ХХІ сторіччя.

Американська журналістика в другій половині ХХ – початку ХХІ сторіччя.

Африканська журналістика ХІХ – початку ХХІ сторіччя.

Азіатська журналістика ХІХ – початку ХХІ сторіччя.

Журналістика Американського континенту ХІХ – початку ХХІ сторіччя (крім США та Канади).

Журналістика Канади. Журналістика Австралії, Нової Зеландії та Океанії. Журналістика Російської Федерації (з 1992 року). Журналістика країн СНД (з 1992 року). Сучасні тенденції розвитку світової журналістики (глобалізація, інтернетизація, демасифікація масової інформації, конвергенція, концентрація та монополізація, централізація та регіоналізація, спеціалізація та диференціація).

РОЗДІЛ V. ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Історія соціальних комунікацій та соціально-комунікаційних інститутів суспільства.

Поняття про комунікацію, соціальну комунікацію, масову комунікацію; поняття про соціальні інститути, соціально-комунікаційні форми організації людської діяльності, форми комунікації в історичні періоди розвитку людського суспільства.

Історичні умови, соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Виникнення каналів розповсюдження соціальної інформації. Комунікаційні канали як матеріальна складова системи соціальних комунікацій. Їх характеристика як засобу (лінії зв’язку) для передачі і сприйняття повідомлення в будь-якому вигляді (знаки, мова, коди, звуки, візуальні зразки) за допомогою матеріальних носіїв, технічних пристроїв. Дописемні комунікації: звичаї, традиції, фольклор, мистецтво, їх роль і призначення. Виникнення писемної комунікації. Формування документальної комунікації. Формальні та неформальні канали

комунікації. Знакові комунікації як різновид документальної комунікації. Кризові явища в соціальній комунікації. Закономірності розвитку соціальних комунікацій. Становлення системи документальної комунікації: архіви, бібліотеки, музеї, бібліографічні служби, видавництва, книжкова торгівля, референтські служби, центри документації. Художні комунікаційні канали — музика, танець, поезія, риторика, театр, графіка, живопис, скульптура, архітектура, перфоманс, шоу. Писемні комунікації. Рукопис. Пошта. Виникнення технічних каналів. Книгодрук. Фотографія. Звукозапис, телефон, телеграф, радіо, фототелеграф, телебачення, відео, комп'ютерний зв'язок, електронна пошта. Виникнення електронної комунікації.

Соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Рушійні сили розвитку соціальних комунікацій. Поняття про інформаційно-комунікаційні революції в суспільстві. Етапи становлення соціальних комунікацій, виникнення мови, писемності, книгодрукування, електричні засоби — телефон, телеграф, персональний комп'ютер, електронні комунікаційні мережі, інтелектуальні інформаційні технології. Тенденції і моделі розвитку СК. Електронна комунікація в глобальному суспільстві. Становлення глобального інформаційного середовища. Характеристика комунікаційного середовища: напружене, дружнє, агресивне, організоване, стихійне. Розвиток телекомунікаційної сфери: телебачення, Інтернет, мобільний зв'язок як основа прогресу інформатизації суспільства й основа еволюції соціальних комунікацій. Мережева організація соціальних комунікацій та її вплив на суспільні відносини. Віртуалізація соціально-комунікативних відносин.

РОЗДІЛ VI. ТЕОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Теорія та закономірності розвитку комунікаційної системи суспільства.

Загальне поняття соціальної комунікації як сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві, що забезпечують його існування й розвиток.

Соціальна комунікація як засіб організації діяльності на основі цілеспрямованої передачі та обміну інформацією і знаннями. Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Соціальні функції комунікації. Матеріальна й ідеальна (духовна) складові комунікації. Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації.

Поняття комуніката й комуніканта. Природа соціальної комунікації. Умови ефективної комунікації, предмет спілкування, мета спілкування, результативність комунікації.

Принципи та функції комунікації. Комунікаційні технології. Глобалізаційні процеси в соціальній комунікації. Закономірності розвитку соціальної комунікації в сучасних умовах.

Теорія, історія та методологія наукових дисциплін соціальнокомунікаційного циклу.

Парадигматика наукових досліджень. Визначення поняття «парадигма». Глобальні світоглядні парадигми та їх критерії. Традиційна парадигматика наукових досліджень (Р. Декарт, І. Ньютон, Ф. Бекон). Сучасна парадигматика

наукових досліджень (О. Тофлер, Кун). Міжнаукова інтеграція і створення нових наукових комплексів пізнання соціально-комунікаційних явищ та фактів. Критерії парадигмальних зсувів: від «частини» до «цілісності»; від «структур» до «процесів»; від «об'єктивної науки» до «епістемологічної науки»; від «будівлі» до «мережі»; від «істини» до «наближеного опису». Прояви парадигмальності в різних наукових сферах. Поняття поліпарадигмальності.

Тенденції формування метатеоретичних основ соціально-комунікативного знання. Основні концепції та моделі соціально-комунікативного знання: культурологічна — Ю. Лотман; структурно-функціональна — А. В. Соколов; інформаційна — І. І. Юзвішин, А. Д. Урсул, Ю. А. Шрейдер; масмедійна — Л. Лассуел Маклюен, А. Моль; соціально-детермінічна — Д. Белл, О. Тофлер, Н. Луман.

Процеси диференціації та інтеграції в науках соціально-комунікаційного циклу. Узагальнюючі науки, метанаука як універсальні підвалини пізнання різних типів комунікації. Інформоенергетична парадигма у вивченні соціально-комунікативних процесів та явищ. Зміна статусу наук соціально-комунікаційного циклу.

Наука про масову комунікацію.

Наукові методи теорії масової комунікації, новітні методи досліджень комунікативного середовища; теорія масової комунікації як наука про закономірності спілкування: національний та глобальний аспекти; теорія масової інформації як наука про природу інформації, її характеристики та закономірності інформаційної діяльності; комунікаційні технології як сегмент прикладних досліджень масової комунікації.

Соціологія і масова комунікація: історичні умови та перспективи розвитку інформаційної галузі; соціологічні методи в масовій комунікації.

Історичні умови формування етичних характеристик комунікації; поняття про стандарти масової інформаційної діяльності, історія становлення стандартів; етика масової інформаційної діяльності, тенденції розвитку етичних підходів в сучасній науці про масову комунікацію.

Структура соціально-комунікативного знання.

Комунікаційні імплікації у філософії: лінгвістичні — Дж. Мур, Дж. Остін, Л. Віттенштейн, Р. Карнан, У. Куайн; герменевтичні — Т. Гадамер, Г. Шпет, Є. Бетті, П. Рікер; епістемологічні — Т. Кун; комунікаційної дії — Ю. Хабермас. Структурна лінгвістика — Фердинанд де Соссюр; семіотика — Пірс Чарльз, Марріс Чарльз; структурне літературознавство — А. Н. Веселовський, А. А. Потебня, А. Ф. Лосєв; семіотика літератури та мистецтва — Ю. М. Лотман, М. М. Євреїнов. Паралінгвістика.

Соціально-психологічна (біхевіфізидіалоговий дискурс — К. Ясперс, М. Бахтін, М. Бубер). Символічний інтеракціоналізм (Дж. Г. Мід, Г. Бламер).

Джерела та теорії соціальної комунікації. Формування основних аспектів теорії комунікаційної взаємодії: мовні, соціальні, технічні, психологічні. Становлення теорії соціальних комунікацій. Проблемне поле досліджень: комунікаційна природа соціальної реальності; механізм комунікаційних зв'язків, взаємодії в різних комунікаційних системах, структурах, процесах; структурно-організаційні та функціонально-змістовні характеристики комунікаційних систем; основні етапи еволюції соціальних комунікацій та соціокультурні залежності;

концептуалізація теорії та методів соціальних комунікацій; класифікаційні підходи до феноменів комунікаційної дії; управління соціальною інформацією та оптимізація соціально-комунікаційної взаємодії; соціально-інформаційні й когнітивні процеси, структури та технології як об'єкти досліджень.

Об'єкт соціально-комунікаційної теорії. Формування предметної складової досліджень. Формування категоріально-поняттєвого апарату.

Формування системи соціально-комунікаційних наук. Структура соціальнокомунікативного знання. Теоретичні та прикладні соціально-комунікативні знання. Внесок соціології масових комунікацій у пізнання явищ та факторів комунікаційного простору суспільства.

Соціально-технічний комплекс: інформатика, соціальна інформатика, теорія зв'язку, автоматика, телемеханіка та обчислювальна техніка, програмування. Інформаційно-комунікаційні науки: документологія, спеціальноінформаційні, техніко-інформаційні теорії, комунікативістика, теорія масової комунікації. Прикладні комунікаційні теорії: публік-релейшнз, теорія реклами, іміджелогія, теорія переговорів та ін.

Загальнонауковий рівень. Міждисциплінарний рівень. Міжнауковість соціально-комунікативного знання. Міждисциплінарні зв'язки з філософією, психологією, лінгвістикою, соціологією та іншими науковими дисциплінами. Закономірності розвитку соціальних комунікацій. Уявлення про узагальнюючі соціально-комунікаційні теорії. Інформологія. Соціальна інформатика. Тенденції інтеграції та диференціації соціально-комунікаційного знання.

Методологічні, методичні та організаційні засади функціонування документально-інформаційних структур у системі соціальних комунікацій.

Методологія функціонування документально-інформаційних структур в системі соціальних комунікацій. Типологія інформаційних ресурсів, закономірності їх функціонування. Електронні інформаційні ресурси, умови інтерактивного використання інформації. Поняття про електронні посібники, підручники, бази даних та інші інформаційні системи.

Методи організації інформаційних систем. Поняття про пошукові системи специфіка їх створення та використання. Новітні інформаційні системи, структурування інформаційного простору.

Закономірності розвитку засобів трансляції концептуальної, фактологічної та методографічної інформації як складових соціальної комунікації.

Структура соціальної інформації. Науково-технічний прогрес у розвитку систем трансляції інформації.

Поняття про факт, типологія фактів, механізми фактологічного аналізу. Поняття про інформаційні потреби, соціальна значимість масової інформації, актуальність, точність та повнота як характеристики фактологічної інформації.

Концепції інформаційної діяльності, інформаційні моделі. Форми концептуальної інформації, закономірності її поширення.

Методографічна інформація у структурі соціальної комунікації, класифікації, сфера застосування.

Інформаційна технологізація суспільства.

Інструментально-технологічні фактори соціальної комунікації. Технологічні умови спілкування. Поняття каналу спілкування. Функціональні характеристики технологічних параметрів спілкування і розвиток комунікаційних процесів.

Поняття інформаційного вибуху. Соціальна комунікація в умовах перенасичення інформаційного простору: умови, закономірності, тенденції.

Інформаційно-когнітивна динаміка суспільства в умовах масової комунікації як основного різновиду соціального спілкування.

Процеси інформаційного обміну. Масова комунікація і процеси соціалізації. Природа формування комунікативних потреб. Процеси масифікації як результат діяльності ЗМК.

Характеристика найважливіших функцій масової комунікації в умовах глобалізації. Динаміка суспільних інтересів, вплив ЗМК на формування актуальної суспільної проблематики.

Поняття мас у науці. Свідомість поведінка і настрої мас у контексті масової комунікації. Комунікаційний вплив на маси. Інформаційно-виробнича модель діяльності в масовій комунікації.

Поняття ефективності спілкування й комунікаційних ефектів. Типологія комунікаційних ефектів. Патогенність і впливовеність в соціальних комунікаціях. Проблема маніпуляції та виховання як стратегічні характеристики організації інформаційних систем.

Методи дослідження соціальних комунікацій.

Основні принципи та методологія дослідження соціальних комунікацій. Фундаментальні, загальнонаукові принципи: діалектики, детермінізму, цілісності, ізоморфізму, функціональності, системності, їх вплив на формування наукових теорій. Категоріальні діади (опозиції) як засоби обґрунтування і реалізації методологічних принципів: суб'єктивне й об'єктивне, сутність та явище, матеріальне та ідеальне. Діалектика як метод пізнання природи, суспільства, мислення. Частковонаукові принципи (об'єктивність, узагальнююча цінність, модельність, перевірність та ін.). Їх зв'язок із загальнонауковими принципами, залежність від предмета наукових галузей. Конкретні (спеціалізовані) принципи. Конкретнонаукові методи. Взаємозв'язок наукових принципів і методів.

Формування системи методів у соціально-комунікаційних науках. Емпіричне накопичення фактів, запозичення, класифікація. Мета і засоби реалізації як основа визначення методів. Первинні методи (вивчення джерел, спостереження, опитування), метод експертних оцінок, збору дослідницького матеріалу. Вторинні методи: обробка й аналіз даних (кількісний та якісний аналіз, систематизація, інтерпретація), факторний аналіз, метод імплікаційних шкал. Контент-аналіз. Дискурс-аналіз. Наукометричні методи: бібліометрія, інфометрія, когнітометрія. Методи третього типу — перевірка результатів: верифікаційні методи (порівняння постійних та змінних факторів тощо). За способом реалізації: логіко-аналітичні, візуальні, експериментально ігрові методи.

Система методів соціально-комунікаційних наук як діалектика загального, особливого та поодинокого.

Історичні методи. Соціологічні методи. Діяльнісні методи. Методи системного підходу: структурний, функціональний, системного аналізу. Інформаційний підхід. Соціально-комунікаційний підхід. Соціокультурний підхід. Синергетичний підхід.

Когнітивні методи. Методи моделювання. Методи прогнозування. Частковонаукові та конкретнонаукові методи дослідження соціальних комунікацій. Соціометричний метод. Порівняльний метод. Встановлення

соціально зумовленого розмаїття комунікаційних засобів. Визначення нормативних інваріантів. Методи соціального проектування. Метод побудови комунікограм. Розвиток методів вторинного аналізу в соціологічній науці.

РОЗДІЛ VII. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКИ ПРО СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

Соціально-комунікаційна система суспільства.

Інституалізація в соціально-комунікаційній сфері. Соціально-комунікаційна культура суспільства. Соціально-комунікаційна діяльність: структура, предмет, організація. Професіоналізація кадрів у системі соціальних комунікацій. Організаційно-діяльнісні засади соціально-комунікаційних структур.

Розвиток документознавства й архівознавства в системі наук соціальнокомунікаційного циклу.

Функції та властивості метанаукових теорій. Міжнаукові та міждисциплінарні зв'язки. Процеси інтеграції та диференціації в системі наук, рівні та процеси інституціоналізації соціокомунікаційного знання. Завдання наук соціокомунікаційного циклу. Основні ознаки науки: наявність власного предмета, теорії, законів. Додаткові ознаки науки. Об'єкт і предмет документознавства, архівознавства. Порівняльний аналіз трактувань документознавства й архівознавства як наукових дисциплін. Сучасні дискусії щодо статусу та структури документознавства в системі наук соціокомунікаційного циклу.

Ознаки структурування документознавства й архівознавства, загальне та особливе в об'єктах їх досліджень. Загальне і часткове документознавство, їх співвідношення та зв'язки з іншими науками й галузями знань.

Поняття наукової та професійної термінології. Категоріально-поняттєвий апарат документознавства й архівознавства, стан його стандартизації.

Основні етапи розвитку документознавства й архівознавства як наукових дисциплін. Генеза узагальнюючої науки про документ (документології/документації) наприкінці XIX ст. (П. Отле, Бельгія). Диверсифікація документології. Історичні обставини, що привели до інституціоналізації документалістики, документознавства, архівознавства. Розвиток цих наукових напрямів в Україні. Внесок провідних документознавців та архівознавців у розроблення теоретичних проблем документознавства й архівознавства. Історіографія українського документознавства й архівознавства.

Розвиток книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства в системі наук соціально-комунікаційного циклу.

Функції та властивості, мета наукових теорій. Міжнаукові та міждисциплінарні зв'язки. Процеси інтеграції та диференціації в системі наук, рівні та процеси інституціоналізації соціокомунікаційного знання. Визначення та завдання наук соціокомунікативного циклу. Основні ознаки науки: наявність власного предмета, теорії, законів. Додаткові ознаки науки. Об'єкт і предмет книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства. Ознаки структурування книгознавчого, бібліотекознавчого, бібліографознавчого знання. Загальне і часткове книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство, їх співвідношення та зв'язки з іншими науками і галузями знань. Бібліопсихологія, бібліосоціологія, бібліопедагогіка, бібліотекономія як інтегративні наукові дисципліни.

Основні етапи розвитку книгознавства, бібліотекознавства та бібліографознавства як наукових дисциплін. Внесок провідних учених у розробку теоретичних проблем книгознавства, бібліотекознавства та бібліографознавства. Історіографія українського книгознавства, бібліотекознавства та бібліографознавства. Проблематика сучасних книгознавчих, бібліотекознавчих, бібліографознавчих дискусій.

Поняття наукової та професійної термінології. Категоріально-поняттєвий апарат книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства, стан його стандартизації.

Розвиток журналістикознавства в системі наук про соціальні комунікації.

Журналістика як соціальний інститут. Визначення журналістики. Журналістика, масова інформація і масова комунікація. Масова аудиторія журналістики. Масовоінформаційні відносини та масовоінформаційні технології. Журналістика і журналістикознавство. Стан і тенденції розвитку українського і світового журналістикознавства. Поняттєвий апарат журналістикознавства. Теорія журналістики і методологія дослідження ЗМК. Журналістикознавство і суміжні наукові дисципліни. Проблематика підготовки кадрів для ЗМК в Україні.

Фундаментальні причини виникнення журналістики як соціокультурного явища. Історичні моделі журналістики. Журналістика як суб'єкт і об'єкт соціального процесу. Місце і роль журналістики у інтерсуб'єктних масовоінформаційних відносинах демократичного суспільства. Види і типи журналістики. Основні соціальні функції журналістики. Принципи журналістської діяльності. Жанр і метод у журналістиці. Система журналістських жанрів. Явище жанрової дифузії у журналістській творчості.

Свобода і необхідність у світі масовокомунікаційних відносин. Журналістський менеджмент. Законодавство України про ЗМІ. Етика журналістської діяльності. Психологія журналістської діяльності.

Ефективність, дієвість, результативність масовоінформаційної діяльності.

Розвиток теорії видавничої справи та редагування з точки зору науки про соціальні комунікації.

Видавнича справа та редагування: теоретико-методологічні та термінознавчі аспекти понять. Видавнича справа як сфера суспільних відносин. Видавнича справа та реагування як галузь науки і як спеціальність.

Тendenції розвитку видавничої справи у світі і в Україні на сучасному етапі. Українська видавнича справа у порівнянні з європейськими країнами. Тendenції в організаційному, тематичному мовному та географічному аспектах. Законодавство України про видавничу справу.

Розвиток прикладних соціально-комунікаційних технологій.

Гуманістичні і технократичні, автократичні та інші моделі розвитку соціального буття. Вимоги формування соціально-технологічної культури суспільства. Поняття про глобальні соціальні технології. Глобальна модернізація суспільства: її зміст і тенденції. Оновлення суспільних підсистем на базі інформатизації суспільства. Порівняння суспільних систем нового і новітнього часу.

Еволюція, революція і реформи як засоби оновлення суспільних систем. Характеристика, фактори, засоби втілення результатів оновлення.

Особливості сучасного етапу розвитку суспільства. Вимоги до використання технологій інформаційного суспільства. Технології трансформації (модернізації та руйнування) підсистем суспільства. Рівні технологій трансформації підсистем суспільства: технології окремих сфер суспільства, окремих соціальних комплексів, регіональні. Багаторівневість моделі технологізації суспільного простору.

Вимоги до вибору раціональних засобів взаємодії соціальних суб'єктів.

Поняття про відкриту і закриту суспільність. Суспільна думка: визначення, характеристика, функції. Особливості суспільної думки та методологія її вивчення. Фактори впливу на ставлення людини до суспільних подій і фактів. Типи відносин: позитивні, негативні, нейтральні. Суспільні процеси і суспільна думка: системні взаємозв'язки. Способи впливу на суспільну думку. Громадськість як об'єкт суспільних впливів і суб'єкт суспільної взаємодії. Симетрична комунікація (громадські зв'язки) та асиметрична комунікація (зв'язки з громадськістю, реклама, просування, продаж) як елементи соціокультурного розвитку.

Розвиток соціальної інформатики.

Соціальна інформатика як наука. Поняття інформаційного суспільства, критерії розрізнення інформаційного та постіндустріального суспільства. Інформаційні ресурси суспільства, їх характеристика та методи аналізу.

Критерії ефективності соціальної інформації та інформаційних систем, оцінка інформаційних процесів в соціальних системах.

Соціальні умови розвитку інформаційних систем. Закон експоненційного зростання обсягу знань. Поняття інформатизації як системно-діяльнісного процесу оволодіння інформацією (ресурсом управління і розвитку) з метою створення інформаційного суспільства. Зв'язок соціальної інформатики з іншими науками

Стратегія розвитку соціальних комунікацій, концепції трансформації комунікаційних систем.

Процес роздержавлення українських ЗМІ в контексті стратегій розвитку соціальних комунікацій. Поняття про громадські ЗМК; Причини й умови формування громадського мовлення в національному інформаційному просторі. Динаміка функцій соціальної комунікації як результат демократичних перетворень системи ЗМК. Перспективні напрямки розвитку соціальних комунікацій.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні.

Проблема кількісного аналізу соціальних комунікацій. Методи якісного аналізу комунікації. Поняття про моніторинг ЗМК.

Принципи досліджень в сфері соціальних комунікацій. Актуальні проблеми соціальної комунікації та їх дослідження.

Наукові напрямки дослідження соціальних комунікацій, критерії якісних досліджень соціальних комунікацій.

РОЗДІЛ VIII. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ

Соціальні комунікації як об'єкт наукового вивчення.

Поняття про комунікацію, соціальну комунікацію, масову комунікацію поняття про соціальні інститути, соціально-комунікаційні форми організації людської діяльності, форми комунікації в історичні періоди розвитку людського суспільства.

Історичні умови, соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Рушійні сили розвитку соціальних комунікацій. Поняття про інформаційно-комунікаційні революції в суспільстві. Етапи становлення соціальних комунікацій, виникнення мови, писемності, книгодрукування, електричні засоби — телефон, телеграф, персональний комп'ютер, електронні комунікаційні мережі, інтелектуальні інформаційні технології.

Загальне поняття соціальної комунікації як сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві, що забезпечують його існування й розвиток.

Соціальна комунікація як засіб організації діяльності на основі цілеспрямованої передачі та обміну інформацією і знаннями. Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Соціальні функції комунікації. Матеріальна й ідеальна (духовна) складові комунікації. Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації.

Становлення теорії соціальних комунікацій. Формування системи соціальнокомунікаційних наук. Структура соціально-комунікативного знання. Теоретичні та прикладні соціально-комунікативні знання.

Інформаційно-когнітивна динаміка суспільства в умовах масової комунікації як основного різновиду соціального спілкування. Поняття мас у науці. Свідомість поведінка і настрої мас у контексті масової комунікації. Комунікаційний вплив на маси. Інформаційно-виробнича модель діяльності в масовій комунікації.

Основні принципи та методологія дослідження соціальних комунікацій.

Інституалізація в соціально-комунікаційній сфері. Соціально-комунікаційна культура суспільства. Соціально-комунікаційна діяльність: структура, предмет, організація. Професіоналізація кадрів у системі соціальних комунікацій. Організаційно-діяльнісні засади соціально-комунікаційних структур.

Розвиток документознавства й архівознавства в системі наук соціальнокомунікаційного циклу. Розвиток книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства в системі наук соціально-комунікаційного циклу. Розвиток журналістикознавства в системі наук про соціальні комунікації. Розвиток теорії видавничої справи та редагування з точки зору науки про соціальні комунікації. Розвиток прикладних соціально-комунікаційних технологій. Розвиток соціальної інформатики.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні.

Видавнича справа та редагування: теоретико-методологічні та термінознавчі аспекти понять.

Видавнича справа як сфера суспільних відносин. Видавнича справа та редагування як галузь науки і як спеціальність.

Тенденції розвитку видавничої справи у світі і в Україні на сучасному етапі.

Українська видавнича справа у порівнянні з європейськими країнами. Тенденції в організаційному, тематичному мовному та географічному аспектах. Законодавство України про видавничу справу. Головні ознаки класифікації сучасних видавництв. Типові структури видавництв: український і зарубіжний досвід.

Редакторські професії та фахові вимоги до них.

Причини збільшення попиту на фахівців видавничої справи в нинішніх умовах. різноманітність сфер застосування редакторських професій. Головні вимоги, які висуваються до претендента на вакантні редакторські посади нинішніми роботодавцями. найголовніші виробничі функції редакційно-видавничого працівника.

Чинники, які сприяли поглибленню розподілу обов'язків між учасника редакційно-видавничого процесу. редакторські посади в сучасному видавництві. Чинники, які впливають на розмежування кола конкретних професійних функцій працівниками видавництва. основні функціональні обов'язки працівників видавництва.

Видавнича програма та видавнича продукція.

Поняття „видавнича програма” та чинники, які впливають на її зміст. Критерії поділу видавничої продукції на види. Видавнича продукція за: періодичністю, характером інформації, знаковою природою інформації, матеріальною конструкцією, мовною ознакою, форматом, повторністю випуску, іншими критеріями.

Електронні видання: типологічний ряд та специфіка редакторської підготовки.

Основні розмірні та кількісні параметри видань.

Формати видань. Перетворення типових форматів у стандартні. Основні способи складання аркушів паперу, призначеного для друку різних видів видань, які визнані міжнародним видавничим співтовариством: in folio, in quarto, in octavo. Чинники, які впливають на вибір формату видання.

Обсяги видань.

Види аркушів. Спосіб переведення фізичного друкованого аркуша в умовний. Причини, необхідності оволодіння сучасним редактором методикою переведення обсягу різних форматів видань в умовні друковані.

Службова частина видання: теоретичний і практичний аспекти.

Структурні одиниці побудови книжкового видання. Варіанти текстового або графічного (або обох способів відразу) наповнення авантитулу.

Елементи службової частини на прикінцевих сторінках. Надвипускні дані та випускні дані: еволюція та сучасна практика їх оформлення в Україні та на Заході.

Національні та міжнародні стандарти і правила їх застосування.

Історія стандартів. Сучасний стан із застосуванням діючих та розробкою нових стандартів. Міжнародна стандартна нумерація книг, серіальних видань. Міжнародна система штрихового кодування видавничої продукції.

Правове регулювання стосунків між видавцями, авторами, поліграфістами та реалізаторами.

Типові видавничі договори й особливості видавничої практики. Роль редактора в укладанні видавничих угод. Видавничі договори та їх види. Виробничі договори та їх види.

Особливості гонорарних зобов'язань видавця. Гонорарна політика видавництва та редакцій газет і роль редактора в цьому процесі.

Оригінал-макет друкованого видання.

Розробка дизайну видання, технічна розмітка тексту, стилів заголовків та шрифтів. Розмітка шпальти.

Складальний цикл. Операції складання і техніка верстки. Системи верстки друкованих видань. Особливості комп'ютерного складання тексту. Верстання видання. Коректура версток. Підготовка оригінал-макету для поліграфічного відтворення.

Обробка і верстання ілюстративного матеріалу. Художньо-технічне оформлення обкладинки.

Економічний мінімум для редактора-видавця і журналіста.

Типова структура витрат на конкретне друковане видання (гонорарні, загально видавничі, редакційні, поліграфічні, маркетингові). Методика складання кошторису друкованого видання. Шляхи зниження собівартості різних видів видавничої продукції та роль редактора (журналіста) в цьому процесі.

РОЗДІЛ ІХ. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА РЕДАГУВАННЯ

Сутність і зміст редагування.

Поняття редагування у широкому і вузькому розумінні. Критерії творчості в процесі редагування. Завдання редагування.

Редакторський аналіз тексту. Структура редакторського аналізу за одиницями тексту та за цілями аналітичний дій. Загальна схема редакторського аналізу та редагування.

Етапи редагування та їх особливості. Сутність редакторської правки та її головне завдання.

Методика і техніка редагування.

Аналіз і оцінка: композиції твору, рубрикації, фактичного матеріалу, мови і стилю. Логічні основи редагування.

Види редагування.

Поняття про різновиди редагування. Види редагування. Спеціальне редагування та його підвиди. Літературне редагування. Художньо-технічне редагування.

Основні правила з видавничої етики, які має пам'ятати редактор, редагуючи авторський оригінал.

Редакційно-видавничий процес.

Редакційно-видавничий процес як сукупність професійних дій.

Сутність та складові різних етапів редагування: підготовчого, редакційного, виробничого, маркетингового.

Сутність та специфіка редагування текстів за допомогою комп'ютерних програм.

Об'єктивний процес комп'ютеризації видавничої справи і суб'єктивні чинники створення „революційної” теорії видавничої справи та редагування. Позитиви і негативи так званого „екранного” редагування. Можливості програм текстового редактора Microsoft Word та текстового редактора українськомовних текстів „Рута”.

Найхарактерніші випадки творення автоматизованими редакторськими програмами смислових і граматичних помилок. Редактор і автоматизована система оптичного розпізнавання тексту та його переклад з іншої мови.

Особливості роботи редактора з комп'ютерними програмами перекладу з однієї мови на іншу.

Редакторська підготовка складових тексту.

Поняття заголовка. Функції заголовка. Види заголовків за функціональними ознаками, за змістом, за формою зображення, за місцем розташування. Методика роботи редактора із заголовками.

Поняття цитата. Найважливіші функції цитати. Способи уведення цитати в текст: коротка і велика за обсягом цитати. Методика роботи редактора з цитатами: загальні та граматичні правила.

Редагування навчальних та художніх видань.

Специфіка типологічного ряду навчальних видань. Зовнішня ознака підручника чи навчального посібника, що подається на титулі. Процедура грифування та організація роботи редактора щодо експертизи навчальної літератури, що претендує на одержання відповідного грифа. Загальна методика роботи редактора з навчальними виданнями. Структурування змістової частини. Забезпечення належного навчально-методичного рівня тексту, а також взаємозв'язку текстового та ілюстративного матеріалів.

Типологія художніх творів та їх видань: за родами, за жанрами, за складом тексту, за цільовим призначенням. Особливості редагування творів класичної літератури та творів сучасних авторів.

Редагування газетно-журнальних, рекламних, інформаційних видань.

Газетно-журнальні видання та їх типологія. Найголовніші позиції оцінювання редактором газетно-журнального тексту. Форми існування рекламних текстів.

Предмет рекламних повідомлень та характер інформації у рекламних текстах. Об'єкти авторського права в рекламних виданнях. Типологічна структура друкованої продукції з рекламними текстами. Жанри рекламних текстів. Специфіки підготовки та редагування рекламних матеріалів. Типові помилки смислового, стилістичного, граматичного характеру в рекламних текстах.

Сучасна типологія інформаційних видань та особливості їх редакторської підготовки.

Редакторська підготовка перекладів.

Перекладознавчий мінімум для редактора-видавця. Види перекладів. Різновиди писемного перекладу. Проблемні питання, які постають перед професійно підготовленим перекладачем. Ретроспектива перекладного книговидання в Україні. Витоки українського давнього перекладного рукописання. Школа художнього перекладу українських поетів-романтиків XIX ст. Політика московських ідеологів щодо практики перекладів творів зарубіжних авторів на національні мови. Українське перекладне книговидання періоду хрущовської відлиги. Сучасний стан.

Пошук іншомовного твору та його власника. Пошук перекладача та редагування перекладу. Особливості оформлення службової частини перекладного видання.

Редакторська підготовка навчальних, художніх, наукових, науковопопулярних видань.

Типологічний ряд навчальних та художніх видань. Наукові та науковопопулярні видання, їх функції та типологічні ряди. Ознайомчий аспект редагування та з'ясування редактором принципів питань на цьому етапі. Структурний та змістовий аспекти редагування. Найпоширеніші прийоми популяризації викладу матеріалу.

Редакторська підготовка довідкових видань.

Типологічний ряд довідкових видань. Особливості побудови текстової частини словників, довідників, енциклопедій. Особливості редакторської підготовки матеріалів.

Редакторська підготовка перевидань та перекладів.

Види перевидань. Критерії відбору та проблематика творів для перевидань. Види перекладів. Критерії відбору та проблематика творів для перекладів і перевидань. Робота редактора над змістовою та службовою частинами видання.

РОЗДІЛ X. ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

Історія видавничої справи та редагування як наука: методологічні засади, історіографія та джерельна база.

Загальнонаукові й спеціальні методи та історія видавничої справи. Сучасні підходи до періодизації історії видавничої справи, критерії та принципи.

Основні групи джерел з історії видавничої справи, їх характеристика та методика використання.

Роль, значення і завдання історіографії і бібліографії в галузі досліджень історії видавничої справи. Зарубіжні та українські дослідники історії видавничої справи. Періодичні видання, присвячені видавничій справі (ретроспектива).

Історичні витоки рукописної видавничої справи.

Виникнення письма й алфавіту як предтеча книгописання. Первинний “книжковий” матеріал. Ранні осередки рукописної книги на Близькому Сході, в Азії та Європі. Причини поширення рукописання. Становлення книгозбірень. Книга в долях Горація та Овідія. Вимоги давньоєврейських талмудистів до переписувачів книг.

Українська рукописна книга дохристиянської доби.

Обставини і причини недослідженості проблеми. Безповоротні втрати стародавніх пам'яток. Вивезення книг за межі України. Книги як політичні заручники в “українському питанні”. Перші спроби перегляду усталеної періодизації. Книжкова справа в Україні перед прийняттям християнства. Писемні тексти архіву “Кам'яна Могила”. Велесова книга. “Руське” письмо і “руські” переклади IX століття. Літопис Аскольда.

Книгописання в давньоукраїнській державі після прийняття християнства.

Провідні осередки рукописної справи. Десятинна церква у Києві. Софійський собор у Києві. Києво-Печерська лавра. Чернігівська земля. Галичина і Волинь. Карпатська Русь. Творці й переписувачі книг як перші автори, перекладачі, редактори і видавці. Світські каліграфи. Осередки при монастирях. Удосконалення текстів наступними переписувачами. Книжкові шедеври XIXVI століть. Реймська Євангелія. Пересопницька Євангелія.

Зародження й етапи поширення друкарства в світі.

Передумови запровадження у видавничу практику рухомих літер. Печатки і штампи як предтечі друкарства. Метод набиття візерунків на тканині. Ксилографічний метод множення текстів та ілюстрацій на папері. Перші спроби створення рухомих літер.

Доля друкарського винаходу. Лаврін Костер та Йоган Гутенберг. Ствердження друкарства в Європі і світі як чинник кардинальних змін в організації редакційно-видавничої справи. Поширення друкарства в Європі.

Відмінності технології друкарства на Заході і Сході. Противники друкарства. Значення друкарства: редакційно-видавничий аспект

Зарубіжні й українські концепції витоків українського друкарства.

Російська (радянська) концепція. Концепція західних учених. Концепція Івана Огієнка. Концепція Ореста Мацюка та Якіма Запасака.

Раннє українське друкарство (XIV-XVII століття).

Формування мережі друкарень на галицько-волинських землях. Галичина. Друкарня Львівського ставропігійного братства. Приватна друкарня Михайла Сльозки. Друкарні Арсенія Желібовського та Йосипа Шумлянського. Провінційні друкарні. Волинь.

Видавнича діяльність Києво-Печерської лаври. Спустошуючий слід лихоліть. Заснування друкарні: перекази, документальні свідчення. Єлисей Плетенецький. Папір і папірні для друкарні. Перші друки. Поширення лаврських видань. Руїнування справи печерських друкарів.

Чернігівсько-сіверський друкарський осередок. Перша друкарня в Чернігові. Друкарня Лазара Барановича: новгород-сіверський період. Чернігівський період.

Українські друкарі та їхня роль у ствердженні вітчизняної школи редагування і видавничої справи.

Походження й освітній рівень друкарів. Вихідці з міщанського середовища. Вихідці з релігійного середовища. Діячі освіти, науки, письменники.

Тематичний репертуар стародруків. Богослужбові книги. Полемічні (наукові) видання. Навчальні видання. Інші видання. Структурування ранніх книжкових видань як елемент упорядницької праці видавців. Передмови. Післямови. Посвяти. Титульні сторінки. Показчики. Повідомлення про помилки. Ознаки української сутності а в першодруках.

Редакторські та видавничі нововведення, спонукані друкарством. Поява розділових знаків. Вживання великої літери. Нумерація сторінок і “сторожові” слова. Поява посилань.

Становлення і розвиток наукового книговидання (на прикладі київського університету Св. Володимира).

Суспільні потреби і політичні перепони на шляху становлення видавничої справи в університетах. Перші спроби киево-могилянців. Козацькі проекти університетів та їх друкарень. Проекти приватних осіб.

Становлення університетської друкарні. Обладнання. Перші друкарі та організації їх роботи. Відкриття літографії. Початкові правила роботи видавців. Роль Михайла Максимовича в розвитку наукової книги. Пошук однодумців: Гоголь. Провал спроби Шевченка як видавця. Студенти і видавнича справа. Видання власних творів та альманахів “київського” періоду. Стосунки з друкарнею. Правопис Максимовича в історії видавничої справи.

Тематичний аспект наукового книговидання. Підручники релігієзнавчої тематики. Література з прикладних і гуманітарних наук. Службові та офіційні видання.

Видавнича справа в умовах цензурних обмежень і заборон українського друкованого слова (XVIII – початок XX століття).

Причини виникнення цензури в Росії і специфіка її застосування до українського друку. Принципові відмінності в умовах розвитку раннього друкарства в Україні і Росії. Початок цензури українських друків. Посилення каральних функцій цензури. Специфіка застосування цензурного законодавства до українського друку. Українські видання до викриття Кирило-Мефодіївського братства. Цензурний терор після “справи братчиків”. Справа Каленика Шейковського. Українські граматики – російським алфавітом.

Основні антиукраїнські цензурні циркуляри та їх вплив на друкарство. Валуєвський циркуляр 1863 року. Емський указ 1876 року. Цензура після Емського указу. Револуція 1905 року і спроба скасування цензури українського друку. Царський маніфест від 17 жовтня 1905 року. Видавничий рух в умовах дії Валуєвського і Емського указів.

Цензура видавничої справи як чинник заборони українства. Особливо “крамольні” книги. Форми цензурних репресій проти українських видавців та редакторів.

Книги Святого Письма в світі і в Україні: історико-видавничий аспект.

Біблійні книги серед народів світу. Біблія як предмет книгознавчого аналізу. Біблійний текст як основа розвитку мови кожного народу.

Ранні спроби перекладів і видань Біблій на українських землях. Острозька Біблія. Руські письмена в Херсонесі IX століття. Проект князя Костянтина Острозького. Збирання різномовних рукописів та перекладачів. Московське перевидання українського книжкового шедевуру. Доля острозьких Біблій. Видання Книги книг літературною мовою: долі перекладів і перекладачів та редакторів. Переклад Пилипа Морачевського. Спроби Маркіяна Шашкевича та Володимира Александрова. Переклад Пантелеймона Куліша. Переклад Івана Огієнка. Загроза знищення Огієнкового рукопису. Видання української Біблії лондонськими друкарями.

Інші переклади й видання.

Видавничий рух доби визвольних змагань українського народу (1917-1920).

Ситуація з українським друком напередодні Лютневої революції 1917 року. Відновлення цензури. Напівлегальне книговидання. Формування нової книговидавничої мережі. Структура. Засновники. Політика українських урядів у видавничій справі. Фінансова й ідеологічна підтримка. Законодавча база для видавничої справи.

Кам'янець-Подільський як видавничий і книгознавчий центр УНР. Урядові друковані органи. Університет як центр книгодруку. Акція рятування книг.

Видавничий репертуар. Тематична палітра. Словникові видання нової доби.

Видавнича справа періоду радянської влади (1920-1990): організаційний аспект.

Руйнування кращих набутоків минулого. Ревізія випущеної літератури. Знищення надрукованих та підготовлених до друку видань. Закриття діючих видавництв та експропріація друкарського обладнання. Творення нової книговидавничої системи. Становлення законодавчої бази. Державні органи щодо управління видавничою справою.

Еволюція видавничої мережі радянського типу. Формування типології видавництва. Структура українського книговидання напередодні розвалу Радянського Союзу.

Українська видавнича справа в Західній Європі (на прикладі Німеччини та Франції).

Початки українськомовних друків на німецьких землях. Швайпольт Фіоль – перший друкар українських книг на поза етнічних землях України. Лейпцизька шевченкіана. Український книгодрукування між вдома світовими війнами та в післявоєнний період.

Предтечі українського книговидавничого руху у Франції. Рукописний “посаг” Анни Ярославівни – королеви Франції. Україніка в Національній французькій книгозбірні. Український архів у Франції. Перша половина ХХ століття. “Український друкар” як попередник “Тризуба”. Видавнича діяльність часопису “Тризуб”. Перша українська книгарня Парижа. Часопис “Українське Слово”. Перша українська друкарня у Франції. Друга половина ХХ століття. Націоналістичне видавництво в Європі. Видавнича діяльність Бібліотеки імені Симона Петлюри. Часопис “Україна”. “Енциклопедія українознавства” НТШ. Сучасні видавничі українські видавничі осередки у Франції та їхні новітні набутки.

Українська видавнича справа на американському континенті (на прикладі Канаді).

Місійна роль українського друкованого слова. Учителі-емігранти як піонери видавничого руху. Перші українські друки на канадській землі. Видавництва й часописи першої хвилі еміграції. Газетні видавництва. “Руська друкарня” і книговидавничий концерн “Руська книгарня”. “Українська видавнича спілка”. Друковане слово другої і третьої хвиль еміграції. Переведення українського книговидання за океаном на професійну основу. Видавництво “Наша культура”. Видавництво Івана Тиктора. Видавнича спілка “Тризуб”. Сучасний період. Причини послаблення книговидавничого руху. Центри книговидання новітньої доби. Видавництво Канадського інституту українських студій.

Становлення та основні етапи розвитку української школи редагування

Поняття про історію редагування як предмет вивчення. Редакторські набутки творців, упорядників і переписувачів періоду становлення та розвитку української рукописної справи.

Друкарство як чинник удосконалення редагування. Ствердження української школи редагування в період ХУ-ХУІІІ століть. Редакторська школа вчених гуртків галицьких, волинських, києво-печерських та чернігівських друкарів.

Редакторський досвід діячів українського національного відродження ХІХпоч. ХХ ст., які працювали на ниві друкарства.

Р. Іванченко та М. Феллер як засновники сучасної української школи редагування.

РОЗДІЛ ХІ. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ СФЕРИ СУСПІЛЬНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Соціальні комунікації як об’єкт наукового вивчення.

Поняття про комунікацію, соціальну комунікацію, масову комунікацію поняття про соціальні інститути, соціально-комунікаційні форми організації

людської діяльності, форми комунікації в історичні періоди розвитку людського суспільства.

Історичні умови, соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Соціокультурні фактори еволюції соціальних комунікацій. Рушійні сили розвитку соціальних комунікацій. Поняття про інформаційно-комунікаційні революції в суспільстві. Етапи становлення соціальних комунікацій, виникнення мови, писемності, книгодрукування, електричні засоби — телефон, телеграф, персональний комп'ютер, електронні комунікаційні мережі, інтелектуальні інформаційні технології.

Загальне поняття соціальної комунікації як сукупності процесів і структур обігу інформації та знань у суспільстві, що забезпечують його існування й розвиток.

Соціальна комунікація як засіб організації діяльності на основі цілеспрямованої передачі та обміну інформацією і знаннями. Соціальна комунікація як умова і характеристика існування соціуму. Соціальні функції комунікації. Матеріальна й ідеальна (духовна) складові комунікації. Моделі комунікації. Соціальні аспекти комунікації. Багатофакторність комунікації. Цільові параметри соціальної комунікації. Суб'єкти комунікації.

Становлення теорії соціальних комунікацій. Формування системи соціальнокомунікаційних наук. Структура соціально-комунікативного знання. Теоретичні та прикладні соціально-комунікативні знання.

Інформаційно-когнітивна динаміка суспільства в умовах масової комунікації як основного різновиду соціального спілкування. Поняття мас у науці. Свідомість поведінки і настрої мас у контексті масової комунікації. Комунікаційний вплив на маси. Інформаційно-виробнича модель діяльності в масовій комунікації.

Основні принципи та методологія дослідження соціальних комунікацій.

Інституалізація в соціально-комунікаційній сфері. Соціально-комунікаційна культура суспільства. Соціально-комунікаційна діяльність: структура, предмет, організація. Професіоналізація кадрів у системі соціальних комунікацій. Організаційно-діяльнісні засади соціально-комунікаційних структур.

Розвиток документознавства й архівознавства в системі наук соціальнокомунікаційного циклу. Розвиток книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства в системі наук соціально-комунікаційного циклу. Розвиток журналістикознавства в системі наук про соціальні комунікації. Розвиток теорії видавничої справи та редагування з точки зору науки про соціальні комунікації. Розвиток прикладних соціально-комунікаційних технологій. Розвиток соціальної інформатики.

Актуальні проблеми соціальної комунікації в сучасній Україні.

Суспільність та суспільна взаємодія, суспільна думка.

Суспільність як форма буття людини. Суспільність як носій масової свідомості і суб'єкт суспільної думки. Визначення поняття "суспільність". Соціально-культурні ознаки суспільності. Соціальне знання. Становлення соціально-технологічної діяльності як регулятор механізму суспільності. Виникнення соціально-технологічних комплексів (релігійних, політичних, побутово-традиційних, освітньо-виробничих) та їх вплив на раціональну регламентацію поведінки людей.

Соціальне буття: динаміка форм, змісту, сенсу. Розгортання суспільної взаємодії як соціально-інформаційного простору. Відчуження виробника від споживача, суспільства від держави, влади від народу і потреби суспільного прогресу – головні фактори налагодження каналів суспільної взаємодії. Збереження та розвиток традиційних моделей буття.

Соціальний простір: визначення, складові. Дослідження соціального простору (О. Конт, Є. Дюркгейм, Г. Зіммель, П. Сорокін, П. Бурдьє), інформаційного простору (А.Д. Урсул, Ю.О. Шрейдер).

Технології проектування та змін соціального простору.

Гуманістичні і технократичні, автократичні та інші моделі розвитку соціального буття. Вимоги формування соціально-технологічної культури суспільства. Поняття про глобальні соціальні технології. Глобальна модернізація суспільства: її зміст і тенденції. Оновлення суспільних підсистем на базі інформатизації суспільства. Порівняння суспільних систем нового і новітнього часу.

Еволюція, революція і реформи як засоби оновлення суспільних систем. Характеристика, фактори, засоби втілення результатів оновлення.

Особливості сучасного етапу розвитку суспільства. Вимоги до використання технологій інформаційного суспільства. Технології трансформації (модернізації та руйнування) підсистем суспільства. Рівні технологій трансформації підсистем суспільства: технології окремих сфер суспільства, окремих соціальних комплексів, регіональні. Багаторівневість моделі технологізації суспільного простору.

Вимоги до вибору раціональних засобів взаємодії соціальних суб'єктів.

Поняття про відкриту і закриту суспільність. Суспільна думка: визначення, характеристика, функції. Особливості суспільної думки та методологія її вивчення. Фактори впливу на ставлення людини до суспільних подій і фактів. Типи відносин: позитивні, негативні, нейтральні. Суспільні процеси і суспільна думка: системні взаємозв'язки. Способи впливу на суспільну думку. Громадськість як об'єкт суспільних впливів і суб'єкт суспільної взаємодії. Симетрична комунікація (громадські зв'язки) та асиметрична комунікація (зв'язки з громадськістю, реклама, просування, продаж) як елементи соціокультурного розвитку.

Методологія та типологія суспільної взаємодії.

Соціальна філософія і теоретична соціологія як основні джерела уявлень про соціальну взаємодію. (Т. Парсонс, Є. Гідденс, Г. Рітцер, В.В. Танчер, А.О. Ручка). Теорія дії М. Вебера. Символічний інтеракціонізм Дж. Г. Міда. Життєвий світ Є. Гуссерля, А. Шюца, Т. Лукмана. Комунікативна теорія дії Ю. Хабермаса.

Структура життєвого світу: об'єктивна, соціальна, суб'єктивна. Проблеми інтеракції в комунікаційних відносинах. Типізація та категоризація як детермінація оточуючого середовища.

Формування парадигм дослідження соціальної взаємодії – когнітивної і нормативної. Ментальність і ментальні етапи в концепціях когнітивної семантики. Іntenція і віра.

Теорія відносин. Організація структури соціального світу. Теорія значень елементів соціальної взаємодії; теорія інваріантів універсуму дискурсу учасників взаємодії. Соціально-комунікаційна природа суспільної взаємодії. Логічні теорії соціальної взаємодії. Логіка і теорія раціональності. Теорія дискурсів. Моделі

поведінки людей. Комунікативні дії. Моделі. Діалог як дискурс суспільної комунікативної поведінки.

Допредикативний і предикативний характер типізації. Створення образу об'єктів. Мова в процесі комунікації. Знання, інформація в процесах комунікації. Проблема розуміння. Динамічна семантика.

Комунікативні ситуації у взаємодії партнерів. Особисті та узагальнені ментальні конструкти в соціально-комунікаційних відносинах. Прагнення раціональної взаємодії в суспільстві. Практика використання теорій соціальної взаємодії в побудові суспільних відносин. Комунікативний характер правил поведінки. Процес, процедури, методи досліджень аудиторії та комунікаційного простору. Загальна модель інформаційно-комунікаційної технології. Соціальні комунікації по вертикалі (особистість – група - суспільство) та горизонталі (міжособистісні, міжгрупові, між суспільствами), змішані (по вертикалі – горизонталі).

Феномен громадських комунікацій (зв'язків): історія, теорія і практика.

Визначення співвідношень між поняттями „громадські зв'язки” та „зв'язки з громадськістю”. Співвідношення понять „зв'язки з громадськістю”, „журналістика”, „публісیتی”, „реклама”, „публік рилейшнз (PR)”, „продаж”, „просування”, „пропаганда”, „науково-інформаційна діяльність”, „соціальнокомунікаційна діяльність”. Джерела становлення зв'язків з громадськістю як сфери діяльності. Ідеологія „публік рилейшнз”: Т. Джефферсон, Д. Ітоп, Є. Берніз та ін. Американська школа PR. Джерела ідей PR: розповсюдження інформації, зв'язок з пресою і сфери використання. Диверсифікація PR-діяльності на поч. ХХ ст. Роль влади і бізнесу. Реклама і суспільне життя. Ера засобів масової інформації, лозунгів та стереотипів. Становлення PR як функції управління. Вплив на маркетинг. Влада ринку і глобалізації. Корпорації в пошуках свого обличчя. Криза недовіри як суспільно-комунікаційний феномен. Елементи PR-діяльності в історії людства. Соціокультурні передумови і особливості PR в становленні індустріального і постіндустріального суспільства. Формування концепції „інформаційних комунікацій” на поч. ХХІ ст. Особливості розвитку PR в Україні.

Громадськість – визначення, типологія груп громадськості. Цільові групи в суспільстві, в організаціях. Психологічна модель цільової групи. Технології моделювання. Цілі апеляції до суспільної думки. Роль і місце зв'язків із громадськістю в соціально-культурній сфері. Особливості PR в суспільних підсистемах: політичній, виробничій, науково-технічній, фінансово-банківській та ін. Дослідження громадської думки. Типи досліджень. Соціологічні дослідження: вибірка, анкетування, групові інтерв'ю, фокус-групи. Комунікація та її вплив на громадськість. Використання віртуального інформаційного простору: можливості впливу. Роль і місце зв'язків з громадськістю в менеджменті, маркетингу, соціології, журналістиці, психології, політології, етиці, інформаційно-комунікаційних пошуках тощо.

Діяльність структур PR. Нові стратегії PR-діяльності. Цілі та завдання PR-служб. Їх види на різних щаблях суспільної організації. Становлення ринку PR-послуг. Тенденції розвитку PR-індустрії. Етика і відповідальність у PR. Згода в суспільстві. Індивідуальна відповідальність у PR. PR і закон.

РОЗДІЛ XII. PR ЯК СФЕРА СПЕЦІАЛЬНОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОКОМУНІКАЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ

PR-комунікації: основні поняття.

Комунікація, соціальна комунікація, політична комунікація: визначення, сутність. Паблісіті, PR, відносини з пресою. PR як комунікаційна сфера. Моделі PR комунікації. Роль PR в сучасних соціальних комунікаціях. PR як функція і як засіб здійснення суспільних зв'язків. Особливості PR-комунікації. Фактори вибору каналів. Комунікаційні аспекти учасників взаємодії у PR. Види повідомлень. Компоненти повідомлень. Декодування повідомлень. Бренд як інтегрований знак у маркетинговій комунікації.

Види комунікацій: внутрішні, зовнішні, горизонтальні, вертикальні. Вербальні і невербальні комунікації в PR. Віра і зобов'язання комунікантів. Колективні інтенції та спільні зобов'язання. Професіоналізація у сфері "громадських зв'язків". Критерії успішного спонсорства як елемент PR-комунікації. Міжнародний PR.

Спеціалізація діяльності у сфері PR: менеджер PR, спічрайтер, іміджмейкер, прес-секретар, менеджер новин, виробничий технолог, переговорник, псіоператор, рекламист, фахівець зі слухів, кризовий менеджер. Характеристика професійно-спеціальних областей діяльності та особливості професійних знань, умінь та навичок. Діяльність професійних об'єднань PR. Підготовка PR-фахівців в Україні та за кордоном. Класифікаційні вимоги до дипломованих фахівців. Професія і кар'єра. Моделі реалізації. Компетентність PR-працівників. Становлення інституту паблік рілейшнз. Умови якісних PR. Організаційні вимоги до PR-служб. Консультативна діяльність, її внутрішній та зовнішній вектори.

Типологія PR-у і засоби масової комунікації.

Типи PR: стратегічний, тактичний, технічний. PR і система масових комунікацій у суспільстві. Масові комунікації в соціально-комунікаційній системі суспільства. Визначення масових комунікацій, їх функції. Канали та засоби масових комунікацій. Інтернет як засіб масової комунікації. Реєстр ЗМІ. Правила ведення. Планування відносин. Мультимедіа.

Інформаційні агенції (національні, регіональні, міжнародні) та їх діяльність.

Періодичні видання України. Радіо і телебачення як засоби МК. Основні телерадіокомпанії України. Принцип роботи зі ЗМІ. Моніторинг ЗМІ.

Вибір повідомлення: реклама або популяризація. Робота з персоналом ЗМІ. Компанії в ЗМІ: їх види. Реалізація компанії. План дій. Корегування поведінки. Методи інформаційного аналізу повідомлень ЗМІ. Організація роботи з пресою. Особи, відповідальні за зв'язки з пресою. Сфера відповідальності. Система пресових служб в Україні. Технології підготовки та розповсюдження матеріалів для преси. Створення баз даних. Використання мережевих ресурсів Інтернет. Web-сайт в PR-діяльності. Прес-конференції, чати, відеоконференції. Питання ефективності, технології проведення.

Політичний PR.

PR і прозорість влади. Дійова сила PR в процесах демократизації суспільства і побудови громадянського суспільства. Фактори гальмування і перешкоди. Гуманізація як потенційний фактор PR-сфери та її подальшої інституалізації.

Лобіювання як сфера PR. Робота служб PR з органами місцевого самоврядування.

Взаємні тиски в суспільних відносинах. ЗМІ як влада. Характер у комунікаційному процесі PR: авторитет сили, або сила авторитету. Загроза інфократії у сфері соціальних комунікацій.

PR-компанії влади в масмедійному просторі України. Вплив стану ЗМІ на характер PR-влади.

Іміджеві технології.

Імідж: визначення, природа. Співвідношення понять "паблісіті" та функції іміджу. Імідж як результат PR -діяльності. Імідж в політиці, бізнесі, освіті, культурі та інших підсистемах суспільства: загальне та особливе.

Концепції та моделі іміджу організації. Корпоративна культура й імідж організації. Поняття "ідентичності" в іміджелогії. Елементи інституційної ідентичності: система назв, символів, знаків, логотипів, міфів, ритуалів, кольору. Використання ознак ідентичності в іміджевій комунікації.

Іміджеві регулятори поведінки індивідуальних та колективних суб'єктів. Ситуації позиціонування іміджу. Вимоги PR до розробки, проектування та впровадження іміджу.

Організаційні заходи з формування позитивного іміджу (церемонії відкриття, презентації, конференції, виставки тощо). Технології підготовки та проведення іміджевих заходів.

Управління PR – діяльністю.

PR як вид інформаційно-комунікаційного менеджменту (на рівні особистості, групи, суспільства). Організаційні засади PR. Функції PR вищого керівництва організації. Підрозділ PR: функції, повноваження. Складові управління PR діяльністю. Визначення проблем PR. Дослідження ситуацій. Методи дослідження. Ідентифікація і формування проблем. Аналіз ситуацій.

Інформаційно-комунікаційний аудит як документована систематизація комунікативної поведінки організації. Програма інформаційно-комунікаційної діяльності. Планування дій. Стратегічне бачення організації. Формулювання місії. Презентування місії. Цільове планування PR. Побудова ієрархії цілей. Інші моделі цільового простору організації. Поняття про цілі виходу і цілі впливу в PR.

Організація комунікаційних дій. Оцінка реалізації програм PR. Аналіз помилок. Бюджетування PR діяльності. Аналітичні технології в PR.

РОЗДІЛ XIII. РЕКЛАМА ЯК СФЕРА СПЕЦІАЛЬНОГО СОЦІОЛОГІЧНОГО ЗНАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОКОМУНІКАЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ

Реклама і суспільство.

Суспільна місія реклами. Основні функції реклами. Принципи реклами.

Рекламна освіта. Спеціальність «Реклама і зв'язки з громадськістю». Професія рекламист: іпостасі нового фаху

Реклама у часі і просторі.

Протореклама. Основні етапи розвитку реклами. Реклама у країнах ЄС (Західній Європі). Північно-Американська реклама. Поява слов'янської реклами.

Становлення і поступ української реклами

Сучасна типологія реклами.

Основні тлумачення реклами. Рекламна термінологія. Загальна класифікація реклами. Типи реклами. Види реклами. Категорії реклами.

Реклама у системі маркетингу та маркетингових комунікацій.

Види маркетингу.

Загальна характеристика маркетингових комунікацій. Стратегія і тактика – реклами, паблік рилейшнз, брендинга, мас-медіа, Інтернету, паблісіті, BTL, MLM та інших.

Об'єднання маркетингових комунікацій (ІМК) для просування ринкових об'єктів.

Рекламна стратегія в основних видах маркетингу.

Рекламна на стадіях життєвого циклу товару.

Графік-схема ЖТЦ та визначення інформаційно-маркетингової політики на кожній стадії.

Загальна аналітика сучасних комунікаційних комплексів.

Сутність, основні складові і стратегія ATL. Сутність, основні складові і стратегія BTL. Сутність, основні складові і стратегія TTL.

Соціологія реклами.

Соціологічна база реклами. Методологія і методики дослідження реклами.

Сучасні технології вивчення аудиторії.

Використання соціологічних даних у рекламному процесі.

Створення реклами.

Особливості рекламного креативу. Рекламний бриф.

Слоганістика.

Своєрідність рекламного тексту. Правила копірайтингу.

Специфіка рекламного зображення. Візуальні правила.

Поняття "кольору" та його особливості. Види і рівні колористики.

Колористичні тести та діагностика реклами.

Дизайн у рекламі.

Ментальні фактори у рекламі.

Друкована реклама.

Специфіка друкованої реклами. Основні рекламні форми – листівка, буклет, проспект, каталог, бродсайт, уваж та інші. Оригінальні, стилізовані та комбіновані форми друкованої реклами.

Креатив друкованої реклами: оригінал-макет, зображення і текст, колористика. Прийоми рекламування.

Поліграфічні особливості друкованої реклами.

Переваги, недоліки і пріоритети використання друкованої реклами.

Законодавча база друкованої реклами.

Міжнародний банк друкованої реклами.

Газетно-журнальна реклама (прес-реклама).

Своєрідність прес-реклами. Основні форми і жанри газетно-журнальної реклами: каук, оголошення, повідомлення, імідж-модуль та інші. Журналістські жанри на рекламно-пресовій службі.

Оригінал-макет рекламного оголошення: структура, слоган, текст та інші компоненти. Оригінал-макет рекламного повідомлення: структура, зображальна основа, слоган, текст, реквізити тощо.

Імідж-модуль: структура, образ, колористика, бренд.

Правила написання ефективного тексту.

Основні вимоги до зображення. Творчі підходи та прийоми рекламування.

Переваги, недоліки та пріоритети прес-реклами.
Законодавча база газетно-журнальної реклами.
Міжнародний банк газетно-журнальної реклами.

Телевізійна реклама.

Специфіка телевізійної реклами. Основні форми і жанри телереклами: ролик, спот, джінгл, кліп, фільм, продакт плейсмент та інші.

Види і своєрідність телевізійних сценаріїв. Літературний, телевізійний, кінематографічний, інфографічний сценарії та їх креативні особливості.

Прийоми телевізійного рекламування.

Технологія телерекламного виробництва.

Переваги, недоліки, пріоритети телевізійної реклами.

Законодавча база телевізійної реклами.

Канський, "Епіка", Лондонський, Московський, Київський, Нью-Йоркський, "Miracle", "Євролінія" та інші фестивалі реклами (Міжнародний Відеобанк рекламних фільмів).

Радіореклама.

Специфіка радійної реклами. Основні форми і жанри радіореклами: аудіоролик, аудіоджінгл, блек-аут та інші.

Сценарний креатив радіореклами. Прийоми ефективного аудіорекламування.
Виробництво радійної реклами.

Переваги, недоліки, пріоритети радіореклами.

Законодавча база радіореклами. Міжнародний аудіобанк реклами.

Пряма адресна реклама.

Своєрідність прямої адресної реклами (ПАР). Пряма поштова реклама: специфіка і форми. Пряма електронна реклама: специфіка і форми. Пряма позапоштова реклама: особливості і форми.

Креатив оригінал-макету рекламного листа. Правила написання ефективного тексту. Зарубіжна специфіка.

Психотехнології у прямій поштовій і електронній рекламі.

Типи і наповнення адресних списків та користування ними.

Організація і ведення ПАР-акції/кампанії.

Переваги, недоліки і пріоритети прямої адресної реклами.

Законодавча база ПАР.

Реклама у мережі інтернет.

Специфіка Інтернет-реклами. Основні форми реклами у всесвітній електронній мережі. Креатив і веб-дизайн деяких рекламних форм.

Переваги, недоліки та пріоритети Інтернет-реклами.

Міжнародний банк реклами в мережі Інтернет.

Рекламний менеджмент.

Рекламний менеджмент: сутність, мета і завдання.

Сфери рекламного менеджменту: рекламодавець, агентства, виробники, носії, суспільні інститути.

Типи рекламного менеджменту.

Види, структура і функціонування рекламних холдингів, груп, агентств.

Ефективна організація і координування. Прийняття рішень. Функції контролю. Моделі управління в рекламі.

Психологія і психотехнології у рекламі.

Психологія реклами. Формули AIDA, AIDMA та інші. Мотивація, емоція інші чинники. Психологічні розрахунки реклами. Лінгво-нейро-комунікативне моделювання як ефективна рекламна технологія.

Маніпулювання у рекламній комунікації.

Сучасні рекламні технології й брендинг.

Технології унікальних рекламних пропозицій [УРП] (Товарна, торгова, творчо-ореольна та інші). Застосування УРП у рекламі.

Бренд та його особливості. Види брендів. Технології брендинга. Брендменеджмент.

Медіапланування реклами.

Основні міжнародні поняття і показники медіапланування (рейтинг, доля аудиторії, HUT, GRP, CPP, мілайн, трулайн, модулайн та інші). Медіабріф.

Розрахунки облікової таблиці, бюджету та графіків розміщення реклами. Комп'ютерні медіапланувальні програми.

Організація і проведення рекламної акції/кампанії.

Суть, мета і завдання рекламної акції/кампанії. Розробка концепції рекламної акції/кампанії. План рекламної кампанії. Приклади вітчизняних і міжнародних рекламних акцій/кампаній. Ефективні рекламні проекти.

Творчість видатних рекламистів.

Рекламна поетика В. Маяковського. Повчальний креатив Д. Огілві. Рекламні унікальності Р. Рівса. Оригінальна творчість Л. Бернета і У. Бернбаха. Рекламна режисура Ю. Гримова.

Творчість провідних вітчизняних рекламистів.

Регулювання рекламної діяльності.

Суть і види регулювання рекламної діяльності (законодавче, громадське, споживче, корпоративне та інше регулювання).

Правові засади рекламного процесу. Закон України "Про рекламу" (2003 р).

Етичні норми у рекламному бізнесі.

Європейські та міжнародні стандарти реклами.

Міжнародний кодекс рекламної практики.

Вітчизняний і світовий рекламні ринки.

Стан і динаміка українського рекламного ринку

Рекламний ринок Європейського Союзу. Рекламний ринок США, Японії і Китаю. Основні тенденції світового рекламного ринку.

РОЗДІЛ XIV. СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ТА СУСПІЛЬНОЕКОНОМІЧНИХ КОМПЛЕКСАХ

Політичні комунікації.

Політична діяльність (професійна і аматорська, депутатська і громадська, науково-публічна). Політична поведінка: її характер та особливості. Учасники політичного процесу: лідери, активісти, послідовники, лідери громадської думки. Технології прийняття політичного рішення: етапи, вибір технології. Суб'єкти політичного процесу: індивідуальні (окремі політики, громадські, державні діячі); загальні (групи тиску, політичні партії, лобістські групи, громадські об'єднання).

Організація систем інформування населення на ієрархічних рівнях: глобальному, цивілізаційно-територіальному, державно-національному,

регіональному, місцевому (локальному). Завдання і цілі використання інформаційно-комунікаційних технологій (стратегічні, тактичні, технічні).

Використання інформаційно-комунікаційних технологій в організації виборчих процедур та діяльності владних структур. Виборчий процес як комплекс спеціальних технологій (завоювання й утримання влади). Політична орієнтація комунікаторів у політичному процесі. Вибір орієнтації групами або індивідами. Підходи до характеристики вибору: ситуаційний, соціологічний, маніпулятивний, індивідуально-психологічний. Концепції політичної участі суб'єктів політичного процесу: теорія раціонального вибору, мічиганська модель, психологічна, інституціональна. Політичний маркетинг і політичний менеджмент. Політичний імідж, політичне рекламування.

Електронний уряд та електронні виборчі системи. Інформаційні інтерактивні технології. Електронні форуми. Інтерактивні муніципальні системи.

Соціально-комунікаційні технології у сфері маркетингу та реклами.

Маркетинг як сфера соціальної взаємодії. Цілі й завдання маркетингу. Концепції соціально-етичного маркетингу, інтегрованого маркетингу: зв'язок і відмінність з PR. Маркетингові комунікації: визначення та сутність. Адаптація існуючих і розробка нових інформаційно-комунікаційних моделей у маркетингу. Аналіз комунікаційних дій та наслідків у маркетингу. Елементи маркетингової комунікації, взаємозв'язок між ними. Вибір елементів комунікації: фактори залежності. Підвищення ефективності маркетингової комунікації: створення структури комунікацій, етапи розробки ефективної маркетингової комунікації. Інтеграція маркетингових комунікацій. Міжнародні маркетингові комунікації. Основні засоби маркетингових комунікацій (реклама, особиста продаж, просування продуктів та послуг, PR та ін.). Інформаційне забезпечення маркетингових досліджень. Інформаційні джерела забезпечення маркетингових досліджень та їх характеристика. Інтернет-технології для маркетингу. Бази даних учасників е-ринку. On-line та off-line – моделі комунікаційних відносин у сфері маркетингової діяльності.

Середовище Word Wide Web: організація, навігація. Можливості здійснення продаж і покупок в е-середовищі. Електронні каталоги товарів та послуг. Презентація товарів і послуг засобами мульти-медіа. Особливості аудиторії е-простору.

Інформаційно-комунікаційні технології в кризових ситуаціях.

Кризові ситуації в суспільстві. Визначення кризи. Внесок К. Маркса, В. Вернадського, М. Кондратьєва, О. Богданова, Л. Гумільова, П. Сорокіна, А. Чижевського, А. Тойнбі та ін. у дослідження природи суспільних криз. Класифікація соціальних криз і їх характеристика. Структура кризи. Проблематика визначення кризових явищ, характеру їх проявів та засобів подолання. Особливості й ознаки кризових ситуацій (суспільних, організаційних).

Формування антикризових технологій. Внесок теорії антикризового управління у сферу подолання системних криз (Р. Акофф, І. Ансоф, Е. Уткін). Типи антикризових технологій. Технологічна модель профілактики криз. Технологічна модель подолання кризи.

Миротворчі технології. Фактори формування миротворчих технологій у ситуаціях масових конфліктів. Внесок конфліктології у вивчення суспільних

конфліктів. Модель миротворчої технології. Стили поведінки в конфліктних ситуаціях. Управління конфліктами.

Кризовий інформаційно-комунікаційний менеджмент. Етапи управління кризою. Технології виявлення кризових станів, загроз. Інформаційні загрози: джерела загроз. Ідентифікація проблем, проблемних ситуацій. Інформаційний моніторинг. Засоби і методи. Аналітичні технології в управлінні передкризовими та кризовими ситуаціями в суспільстві. Роль комунікацій у кризових ситуаціях. Комунікаційні технології в кризових ситуаціях (PR, налагодження комунікаційних зв'язків, залучення ЗМІ, централізація комунікаційних схем тощо). Планування інформаційно-комунікаційних заходів. Визначення ризиків участі ЗМІ. Боротьба з чутками.

Інформаційна війна: технології ведення. Інформаційна зброя: її види. Технології захисту інформації. Правове поле захисту інформації. Принципи ведення інформаційних війн. Сценарії та засоби інформаційних війн.

Інформаційно-комунікаційний менеджмент організацій.

Інформація як стратегічний ресурс управління установою. Інформаційний ресурс у системі ресурсів установи. Класифікація і характеристика складових інформаційних ресурсів. Види інформації в установах. Достовірність, цінність, обсяг, інформаційна наповненість та відкритість як загальні характеристики інформації. Особливості управлінської інформації. Поняття активної та пасивної інформації в управлінні. Системи збереження інформації. Підсистема управління інформаційними ресурсами: структура, розподіл відповідальності. Формування ресурсів: джерела, зберігання, застосування тощо.

Комунікації в установі як явище та як процес. Комунікації між установою та зовнішнім середовищем. Комунікації між підрозділами. Комунікації в підрозділах: їх класифікація за рівнем виробництва та управління. Міжособистісні комунікації. Неформальні комунікації. Інформаційні процеси в різних системах організації. Контури передачі даних, зумовлені взаємодією інформаційних процесів в установі. Інформаційні потоки в управлінській діяльності. Управління інформаційними потоками та управління діяльністю. Планування діяльності і підтримка комунікацій. Маршрутизація, проектування “форм” та “шаблонів”.

Завдання контролю виконань. Інформаційна підтримка контролю виконань.

Внутрішньофірмова система інформації як фактор підвищення системи управління. Індивідуальний підхід до створення внутрішньофірмової системи інформації. Методологічні засади створення й організація проектування.

Інформаційна безпека установи. Організація безпеки інформації в установі. Захист від несанкціонованого доступу до внутрішньофірмової інформації: визначення, класифікація, характеристика загальних методів і засобів.

Корпоративна культура. Принципи сучасних комунікаційних відносин усередині організації. Засоби внутрішньоорганізаційних комунікацій (листи новин, управлінські публікації, щорічні звіти для працівників, літописи функціонування організації, дошка повідомлень, внутрішнє відео). Інтернет як засіб внутрішньоорганізаційної комунікації. Прямі комунікації з керівниками. Чутки як засіб комунікації.

Проектування і впровадження соціально-комунікаційних технологій.

Технологізація змінюваної діяльності людей. Умови і фактори формування соціально-проектної діяльності. Завдання використання можливостей

інформаційних комунікацій та інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) у сферах суспільної діяльності та буття. Програми впровадження ІКТ у сфері суспільної діяльності. Актуалізація використання ІКТ для підвищення якості життя.

Геоінформаційні технології. Технології реєстрації, збору, обробки, зберігання геоінформаційних даних. Геоінформаційні потоки. Типізація. Використання ІКТ. Захист. Політична, урядова, галузева, особиста відповідальність у межах геоінформаційного простору. Об'єкти інформаційного моніторингу, аналізу, використання ресурсів геоінформаційних систем у соціальному управлінні. Екологічний моніторинг.

Інформаційно-комунікаційні технології та інтелектуальний капітал. Маркетинг і прогноз потреб в отриманні знань. Використання ІКТ в освіті. Формування наукових та навчально-методичних інформаційних ресурсів. Створення баз даних, баз знань, мереж. Технології дистанційної освіти. Моделі дистанційної освіти. Технології моделювання освітнього простору. Технології створення навчальних БД. Технології тиражування і доставки навчально-методичних матеріалів. Телевізійно-комп'ютерні мережі в передачі освітньої інформації. Кейс-технології із використанням ІКТ.

Використання інформаційно-комунікаційних технологій у банківській та страховій сферах. Системи "банк – клієнт". Налагодження діалогу з клієнтами. Можливості БД і методів комунікації в підвищенні якості обслуговування користувачів.

Соціально-культурне інвестування. Налагодження відносин з інвесторами. Основні групи фінансово-бізнесового співтовариства: інвестиційні аналітики, інституціональні та приватні інвестори. Створення програм відносин з інвесторами. Фінансові журналісти. Принципи успішної комунікації в бізнесовій сфері. Ділова комунікація. Відносини із користувачами.

Прикладні технології в галузі права. Інформаційний аналіз юридичних подій.

Інформаційно-комунікаційні технології у сфері електронної торгівлі: діалогові засоби комунікації, інтерактивні мережеві послуги, інтерактивне телебачення, радіо, Інтернет, мультимедіа.

Вступне виробування з фаху для вступників на освітньо-наукову програму підготовки докторів філософії (ад'юнктів) зі спеціальності "061 Журналістика" проводитиметься у вигляді письмового екзамену. Час, відведений на підготовку відповідей на запитання з екзаменаційного білету складає 30 хвилин. У білеті міститься три запитання. Два з них носять теоретичний характер (перелік теоретичних питань у **Додатку Б**). Третє питання про стан дослідженості обраної вступником наукової проблеми.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування (за заг. ред. В.М. Бебика і С.В. Куніцина). -К., 2003.
2. Амелин В. Н. Технология избирательной кампании / В. Н. Амелин, С. В.Устименко. – М., 2001.– 234 с.
3. Аналітика, експертиза, прогнозування: Монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Ожеван М. А. та ін.— К.: Наша культура і наука, 2003.— 614 с.
4. Афанасьев В. Г. Социальная информация / В. Г. Афанасьев. — М. : Наука, 1994. — 200 с.
5. Ашин Г. К. “Массы” теории // Современная западная социология: словарь.— М.: Политиздат, 1990.
6. Багдикян Б. Монополия средств информации. М., 1987.
7. Багерстам Э. Свобода прессы в демократическом обществе: Настольная книга по этике прессы. Тарту, 1992.
8. Бакиров, В. С. Ценностное сознание и активизация человеческого фактора / В. С. Бакиров. — Х. : Выща шк., 1988. — 147 с.
9. Барсуков В. С. Современные технологии безопасности / В.С. Барсуков, В.В. Водолазский. – М.: Налидж, 2000.– 189 с.
- 10.Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
- 11.Бебик В. Інформаційно-комунікаційна діяльність суспільних організацій в Інтернеті // Практична психологія і соціальна робота. – 2007. -№5. – с.28-37.
- 12.Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент / В.М. Бебик. – К., 1996.– 267 с.
- 13.Бебик В. Менеджмент виборчої кампанії: ресурси, технології, маркетинг. К.: МАУП, 2001. – 216 с.
- 14.Бебик В., Бортніков В., Дегтерьова Л., Кудряченко А. Держава і громадянське суспільство: партнерські комунікації в глобальному світі (за заг. ред. В.Бебика). – К.: Ін-т громадян. суп-ва, 2006. – 246 с.
- 15.Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: психологія, технології і техніка паблік рилейшнз. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
- 16.Бевзенко Л.Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций. – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 2002. – 437 с.
- 17.Бем Гольгер та ін. Видавець майбутнього: маркетинг і менеджмент у видавництві / пер. з нім. – К.: Основи, 1994.
- 18.Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы действия. – М.: Рип-холдинг, 2003. – 174 с.
- 19.Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. – М.; СПб; К.: Узд. Дом „Вільямс”, 2004. – 426 с.
- 20.Бырсан Г.Ф. Эффективность информационного процесса взаимодействия массовой информации и аудитори (к теории вопроса): Лекции. – Кишенев: КГУ, 1989. – 62 с.
- 21.Видача справа та редагування в Україні: постаті і джерела (XIX – перша половина XX ст.: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2003.

- 22.Владимиров В. М. Журналистика, особа, суспільство: проблема розуміння / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 2003.— 282 с.
- 23.Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листка до информационного общества (национальное своеобразие средств массовой информации Германии). М., 1999.
- 24.Ворошилов В.В. Теория и практика массовой информации. – Минск, Изд.Михайлова, 2006. – 496 с.
- 25.Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. — Київ: Лібра, 2002. — 705 с.
- 26.Городенко Л. Системи верстки: Навчальний посібник. – К., 2006.
- 27.Григораш Д. С. Журналистика у термінах і виразах. – Львів: Вища школа, 1974. – 295 с.
- 28.Гриценко О. М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 2002.— 204 с.
- 29.Дзялошинский И.М. Технология журналистской деятельности: наедине с действительностью. Методы получения и осмысления социальной информации. М., 1998.
- 30.Дмитрук В. Нарис з історії української журналістики ХІХ ст. – Львів: Вид-во Львів. ун-ту, 1969. – 145 с.
- 31.Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. М., 1984.
- 32.Животко А. П. Історія української преси: Навч. посіб. для студ. ф-тів журналістики вищих закл. освіти / М. Тимошик (упоряд.). – К.: Наша культура і наука, 1999. – 368 с.
- 33.Жукова Я., Ширков Ю. Модели массовой коммуникации. Научный отчет. – М.: Гостелерадио СССР, 1989.
- 34.Журналістикознавчі публікації у серіальних виданнях Київського університету імені Тараса Шевченка 1958-1998: Бібліографічний покажчик / Київський університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики; Укладач Б. І. Черняков. – К., 1999. – 32 с.
- 35.Журналістська педагогіка в контексті Болонського процесу/ Упоряд.: А. І. Мамалига, Ю. П. Єлісовенко; За заг. ред. В. В. Різуна; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 2007.— 608.
- 36.Закон України „Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 рр.” // Голос України. – 9 січня 2007 р. №537. – № 21 (4021). – С. 8 – 10.
- 37.Запаско Я. Українська рукописна книга. -Львів.: Світ, 1995.
- 38.Запаско Я., Мацюк О., Стасенко В. Початки українського друкарства. - Львів: Центр Європи, 2000. -222 с.
- 39.Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации.— М.: Дело, 1999.— 480 с.
- 40.Зв'язки з громадськістю: Як їх встановлювати і підтримувати?: Навч.-метод. посібник для працівників органів місцевого самоврядування і громадських організацій // Упоряд. О. Сидоренко, Н. Сидоренко. – К., 1998.
- 41.Здоровега В. Вступ до журналістики.—Львів, 1994.
- 42.Здоровега В. Й. Вступ до журналістики. Конспект лекцій. – Львів, 1975. – 111 с.

- 43.Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості.— Львів: ПАІС, 2004.— 268 с.
- 44.Здоровега В.Й. Пошуки істини, утвердження переконань. Деякі гносеологічні та психологічні проблеми публіцистики. – К.: Вища школа, 1975. – 175 с.
- 45.Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
- 46.Зелінська Н. Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан. – Львів: Світ, 2002.
- 47.Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини.— К.: Освіта, 1999.— 351 с.
- 48.Ильганаева В.А. Гармонизация культурной среды в условиях информатизации общества / В. А. Ильганаева. — Х. : ХГАК, 1999. — 36 с.
- 49.Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації: Навчальний посібник. – К.: Центр вільної преси, 1999. – 212 с.
- 50.Іванов В., Сердюк В. Журналістська етика.— К.: Вища школа, 2006.— 232 с.
- 51.Іванов В.Ф. Контент-аналіз: Методологія і методика дослідження: Навчальний посібник. — К.: ІСДО, 1994.
- 52.Іванов В.Ф. Соціологія журналістики: Навч. посібник. -К.: РВЦТ"Київський університет", 1998.
- 53.Іванченко Р. Літературне редагування: Навч. посібник. – 2-ге вид. – К.: Вища школа, 1983 (перевидання 2003 р.)
- 54.Ильганаева В. О. Бібліотечна освіта: нова парадигма розвитку / В. О. Ильганаева. — К. : Ред. журналу «Бібліотечний вісник», 1996. — С. 48–57.
- 55.Інформаційні системи в менеджменті: навч. посібник / С. В. Глівенко, Т. В.Лапін, О. О. Павленко та ін. – Суми: Унів. кн., 2005. – 407 с.
- 56.Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми. – Львів: І-т українознавства, 2002. – 520 с.
- 57.Історія партійно-радянської преси України: Підручник / За заг. ред. А. З. Москаленка. – К.: Вища школа, 1989. – 359 с.
- 58.Історія української дожовтневої журналістики: Навч. посібник для студентів вузів із спец. „Журналістика” / О.І. Дей, І.Л. Моторнюк, М.Ф. Нечиталюк та ін. – Львів: Вища школа, вид-во при ЛДУ, 1983. – 512 с.
- 59.Йонас Г. Принципи відповідальності: у пошуках етики для технології цивілізації / Г. Йонас. – К. – Лібра, 2001. – 400 с.
- 60.Канетті Еліас. Маса і влада.— К.: Видавничий дім “Альтернативи”, 2001.— 416 с.
- 61.Каныгин Ю. М. Введение в социальную когнитологию / Ю. М. Каныгин, Ю. И. Яковенко. — К. : Наук. думка, 1992. — 108 с.
- 62.Каныгин Ю.М. Основы когнитивного обществознания (Информационная теория социальных систем) / Ю. М. Каныгин. — К. : Укр. акад. информатики, 1993. — 236 с.
- 63.Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації.— Львів: ПАІС, 2005.— 304 с.
- 64.Капелюшний А. О. Стилїстика редагування журналістських текстів: Практичні заняття. – Львів: Паіс, 2003.

65. Качкан В. А. Традиції і новаторство радянської публіцистики. – К.: Вища школа, 1984. – 210 с.
66. Качкан В. А., Лизанчук В. В. Особливості підготовки матеріалів для радіо і телебачення: Навчальний посібник. – Львів, 1987. – 66 с.
67. Князев В. М. Соціальна технологія та управління політичними процесами в Україні / В. М. Князев. – К., 1995. – 136 с.
68. Коган В. З. Теорія інформаційного взаємодія. Філософсько-соціологічні очерки / В. З. Коган. — Новосибірськ : Изд-во ун-та, 1992. — 319 с.
69. Корнєв М. Н., Фомічова В. М. Психологія масової поведінки / Ін-т післядипломної освіти Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка.— К., 2000.— 124 с.
70. Коробейников В. С. Редакція і аудиторія: соціологічний аналіз. М., 1983.
71. Королько В. Г. Паблік релейшнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. доп. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
72. Крайнікова Т. С. Коректура: Підручник. – К.: Наша культура і наука, 2005.
73. Курганський І. П. Майстерність Франка-публіциста. – Львів: Вища школа, 1974. – 148 с.
74. Ла Рош, фон Вальтер. Вступ до практичної журналістики.— К.: АУП, 2005.— 229 с.
75. Лалл, Джеймс. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід.— К.: “Вид-во “К.І.С””, 2002.— 264 с.
76. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики.— К.: Знання, 2006.— 341 с. 22.
Мащенко І. Г. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу.— К.: Україна, 2005.— 384 с.
77. Масова комунікація: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В. Ф. Іванов, В. А. Вергун. – К.: Либідь, 1997. – 216 с.
78. Мильчин А. Э., Чельцова Л. К. Справочник издателя и автора: Редакционно-издательское оформление издания. – 2-е изд. – М.: ОлмаПресс, 2003.
79. Миронченко В. Я. Інформаційне радіомовлення: Управління, організація, планування: Навчальний посібник для студ. фак. жур-ки ун-тів. – К.: Вища школа, 1989. – 128 с.
80. Михайлин І. Л. Історія української журналістики ХІХ століття: Підручник.— К.: Центр навчальної літератури, 2003.— 720 с.
81. Михайлин І. Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-е доп. і поліпш. – К.: ЦУЛ, 2002. – 284 с.
82. Михальченко М. І. Соціально-політична трансформація України: реальність, міфологеми, проблеми вибору / М. І. Михальченко, В. С. Журавський, В. А. Танчер. – К.: Логос, 1997. – 180 с.
83. Москаленко А. З. Теорія журналістики: Підручник. – К.: „Експрес-об’ява”, 1998. – 337 с.
84. Москаленко А. З. Теорія журналістики: Підручник. -К.: Експрес-об’ява, 1998.
85. Науковий супровід. Моніторинг та оцінка ефективності соціальних проектів / О. О. Яременко (кер. авт. кол.), О. М. Балакірева, О. В. Варбан та ін.; Держ. центр. соц. служб для молоді; Держ. Ін-т проблем сім’ї та молоді. – К., 2002.— 123 с.

86. Нестеренко О. В. Технології інтеграції інформаційних ресурсів інформаційно-аналітичних систем органів державної влади / О. В. Нестеренко // Наук.-техн. інформація . – 2001. – №4. – С. 3–7.
87. Нечай О.Ф. Ракурсы. О телевизионной коммуникации и эстетике. М., 1988.
88. Ньюсом Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз.: пер. с англ / Д. Ньюсом, Д. Ван Слайк Терк, Д. Крукеберг. – М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-контакт": ИНФРА – М, 2001. – 628 с.
89. Огар Е. І. Українсько-російський та російсько-український словникдовідник з видавничої справи. – Львів: Палітра друку, 2002.
90. Огієнко І. Історія українського друкарства / Упорядк., передмова і примітки М. Тимошика. - К.: Либідь, 1994.
91. Ольшанский Д. В. Психология масс.— СПб: Питер, 2001.— 368 с.
92. Ольшанский Д.В., Пеньков В.Ф. Политический консалтинг. – СПб: 2005. – 448 с.
93. Ольшанский Д.И. Политический PR. – СПб: Питер, 2003. – 570 с.
94. Основи інформаційного права України: навч. посібник / В.С. Цимбалюк, В.Д. Гавловський, В.В. Гриценко та ін., За ред. М.Я. Швеця, Р.А. Калюжного та П.В. Мельника. – К.: Знання, 2004. – 274 с.
95. Партико З. В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. К., 2004. 200 с. [Рукопис].
96. Патрушев В. И. Введение в теорию социальных технологий / В. И. Патрушев. – М.: ИКАР, 1998. – 200 с.
97. Пизоловський Т. Принципы совершенной деятельности: введение в праксеологію / Т. Пизоловський. – К.: Ин-т праксеологии, 1993. – 271 с.
98. Пикок Д. Издательское дело: Книга – о замысла до упаковки / Пер. с англ. – М.: ЭКОМ, 1998.
99. Політична система і громадянське суспільство: європейські і українські реалії / за заг. ред. А.Кудряченка. – К.: НІСД, 2007. – 396 с.
100. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння.— Львів: ПАІС, 2004.— 312 с.
101. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст.— Львів: Місіонер, 1996.— 296 с.
102. Почепцов Г. Имиджмейкер / Г. Почепцов. – К., 1995.— 137 с.
103. Почепцов Г.Г. Имиджмейкер: Паблик рилейшнз для политиков и бизнесменов / Г.Г. Почепцов. – М.: Реклам-агенство Губерникова, 1996. – 287 с.
104. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологи. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
105. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2003. – 652 с.
106. Прилюк Д. М. Спостереження і дослідження фактів журналістом. – К., 1974. – 104 с.
107. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості. Проблеми майстерності. – К., 1983. – 280 с.
108. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 158 с.
109. Репкова Т. Новое время: как создать профессиональную газету в демократическом обществе.— К.: IREX ПроМедиа/Украина, 2002.— 468 с.

110. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях та заувагах / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 2004.— 80 с.
111. Різун В. В. Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні початку ХХІ століття / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 2004.— 19 с.
112. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнєєв В. С. Лінгвістика впливу: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2005. – 148 с.
113. Різун В. В., Трачук Т. А. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства: Монографія / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка.— К., 2005.— 232 с.
114. Різун В. На передовій журналістської освіти в Україні / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка.— К., 2003.— 24 с.
115. Різун В.В. Літературне редагування.—К.: Либідь, 1996.— 240 с.
116. Різун В.В. Маси: Тексти лекцій. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2003. – 118 с.
117. Різун В.В. Скотнікова Т.В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві: навчальний посібник. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2005. – 104 с.
118. Родионов В.А. Коммуникация как социальное явление. Ростов-на-Дону, 1984.
119. Романюк М. Загальна і спеціальна бібліографія: Навч. пос. – Львів, 2002.
120. Романюк М. Українське пресознавство на порозі ХХІ століття. – Львів, 2000. – 110 с.
121. Сава В. Основи техніки творення книги. – Львів: Каменяр, 2000.
122. Сбруев В.В. Возникновение и развитие прогрессивной печати в Южной Америке (Аргентина, Уругвай, Чили). М., 1989.
123. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. – К., 2002.
124. Синюк В. Г. Использование информационно-аналитических технологий при принятии управленческих решений / В. Г. Синюк, А. В. Шевырев. – М.: Экзамен, 2003. – 158 с.
125. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова, 2002. — 459 с.
126. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учебно-метод. пособие / А. В. Соколов. — М. : ИПО «Профиздат». — 2001. — 222 с.
127. Соколов А.В. Социальные коммуникации. Ч. II. / А.В. Соколов. — М., 2003. — 356 с.
128. Социальная коммуникация в современном мире: коллект. моногр. / Н.Н. Азарнов, И.С. Бусыгин, А.Н. Дегтярев и др.; под общ. ред. А.А. Деркача, Е.Б. Перельгиной. М.: Альтекс, 2004. – 365 с.
129. Социальная практика и журналистский текст / Под ред. Засурского Я.Н., Пронина Е.Н. М., 1990.
130. Соціальні комунікації: хрестоматія / уклад. В.О. Ільганаєва. — Х. : ХДАК. — 178 с.
131. Срединский С. Газетно-издательское дело. М., 1924.

132. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник / За ред. В. Г. Королька. – К.: 2003. – 216 с.
133. Теорія і практика радянської журналістики (Основи майстерності. Проблеми жанрів): Навчальний посібник для студ. фак. журналістики ун-тів / Авт. кол.: В.Й. Здорогега та ін.; Під ред. В.Й. Здорогеги. – Львів: Вид-во при Львів. ун-ті, 1989. – 328 с.
134. Технология и организация выборных кампаний: зарубежный и отечественный опыт. – М., 1993. – 215 с.
135. Тимошик М. Видавничий бізнес: Погляд журналіста, видавця, вченого. – К.: Наша культура і наука, 2005.
136. Тимошик М. Історія видавничої справи: Підручник. – К.: Наша культура і наука, 2005 (перевидання 2007 р.)
137. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця, видавця. – К.: Наша культура і наука, 2005 (перевидання 2006 р.)
138. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю: Навчальний посібник. -Київ: НМЦВО, 2001.
139. Українське журналістикознавство. Дисертаційні дослідження, 1982-2000 рр.: Бібліографічний покажчик / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики; Укладач Б.І. Черняков. – К., 2000. – 63 с.
140. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / За загальною ред. І. С. Чижа.— К.: “Дирекція ФВД”, 2006.— 648 с.
141. Феллер М. Д. Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования. – Львов, 1978. – 200 с.
142. Фінклер Ю. Е. Мас-медіа та влада: технологія взаємин.— Л.: Аз-Арт, 2003.— 212 с.
143. Флешман Б.С. Основы системологии / Б.С. Флешман. – М.: Радио и связь, 1982. – 368 с.
144. Цьох Й. П. Виникнення радянської преси на Україні. – Львів, 1974. – 28 с.
145. Цьох Й. П. Преса Української РСР періоду Великої Вітчизняної війни. Навчальний посібник. – Львів, 1984. – 79 с.
146. Чекмишев О.В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: Підручник-практикум. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2004. – 130 с.
147. Черниш Н. Українська енциклопедична справа: історія розвитку, теоретичні засади підготовки видань. – Львів: Фенікс, 1998.
148. Чічановський А. А. Новина в журналістиці.— К.: Грамота, 2003.— 48 с.
149. Шаповал Ю.Г. Личностные методы повышения эффективности средств массовой информации: Уч. Пособие для студентов. – К.: УМК ВО, 1989. – 64 с.
150. Шевченко В. Художньо-технічне редагування: Тексти лекцій. – К., 2005.
151. Шестопад М. Сучасна американська преса. – К.: Вид-во Київського унту, 1959. – 327 с.

152. Шибутани Т. Социальная психология. Пер. с англ. В.Б. Ольшанского. – Ростов н/Д: „Феникс”, 2002. – 544 с.
153. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980.
154. Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття.— К.: Грамота, 2003.— 48 с. 61. Юзвішин, І. Й. Інформаціологія або закономірності інформаційних процесів та технологій в мікро-та макросвітах Всесвіту / І. Й. Юзвішин ; пер. з рос. С. І. Зайцева. — 4-е вид., випр. — Луганськ, 1999. — 203 с.
155. Яковлев И. Паблик рилейшнз в организациях. – СПб.: ГООТК "Петрополис", 1995. – 148 с.

Перелік питань, які виносяться на вступний 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.