

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Юридичний факультет
Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

«ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ»

Навчально-методичний посібник

(для студентів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти спеціальності 028 "Менеджмент соціокультурної діяльності"; 029 "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа")

Тернопіль – ТНЕУ
2019

УДК811.161.2 '276.11(075.8)

Теорія комунікацій: навчально-методичний посібник (для студентів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти спеціальності 028 "Менеджмент соціокультурної діяльності"; 029 "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа"). Тернопіль: ТНЕУ, 2019. 107 с.

Укладач: Блашків Ольга Володимирівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Тернопільського національного економічного університету.

Рецензенти:

Шкіцька І. Ю., доктор філологічних наук, професор кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності Тернопільського національного економічного університету;

Кучма Н. З., кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії і методики української та світової літератури Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка;

Гавдида Н. І., кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та іноземних мов Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя;

50

*Рекомендовано до друку вченою радою
Юридичного факультету Тернопільського національного
економічного університету
(протокол № Звід 28 жовтня 2019р.)
Затверджено на засіданні кафедри інформаційної та
соціокультурної діяльності ТНЕУ
(протокол № 3 від 26 вересня 2019 р.).*

У посібнику викладено зміст навчальної дисципліни «Теорія комунікацій». Визначено змістові модулі курсу, запропоновано теми лекційних і практичних занять, сформульовано завдання для самостійної роботи студентів, запропоновано ситуативні завдання (кейси), укладено короткий термінологічний словник та список рекомендованої літератури; розроблено критерії і шкалу оцінювання навчальних досягнень студентів.

Пояснювальна записка

В сучасну інформаційну епоху роль і значення комунікації кардинально змінюється, адже інформаційно-комунікаційні технології за останні кілька десятиліть якісно змінили обличчя світу. Наука почала ретельно вивчати вплив інформації на суспільство саме тому, що інформація стала основним продуктом виробництва та важливим засобом впливу на культуру й соціум, особливо на масову свідомість. Вважається, що рівень комунікації в суспільстві майже еквівалентний рівню довіри до влади. Тому проблема пошуку нових підходів до комунікації в публічному просторі в загальнонаціональному вимірі набуває особливої актуальності.

Завданням вищої школи є підготовка фахівців нової генерації: кваліфікованих, грамотних, мовно компетентних, які б досконало, ґрунтовно володіли українською літературною мовою у повсякденно-професійній, офіційно-документальній сфері, зокрема набули навичок комунікативно виправданого використання засобів мови, оволоділи мовою конкретної спеціальності, фаху. Акцент переноситься з традиційної настанови – засвоєння відомостей про літературні норми усіх рівнів мовної ієрархії – на формування навичок професійної комунікації, студіювання особливостей фахової мови, на розвиток культури мови, мислення і поведінки особистості.

Сучасна вища школа поповнилася новими освітніми напрямками, які з повним правом можуть бути названі міждисциплінарними (зв'язки з громадськістю, регіоназнавство тощо). У багатьох зарубіжних університетах успішно функціонують відділення і факультети комунікації. Розширюються дослідницькі програми, пов'язані з вивченням особливостей спілкування в різних сферах людської діяльності: комерційної, виробничої, політичної, освітньої, медичної та інших соціальних сферах. Всі ці напрями пов'язані із забезпеченням інформаційних потоків у сучасному суспільстві на міжособистісному і на глобальному рівнях колективної комунікації і використовують як традиційно-звичні засоби і способи спілкування (усна та письмова мова, друкований в тому чи іншому вигляді), так і сучасні інноваційні технології обміну інформацією (телебачення, інтернет, супутникові та оптико-волоконні комунікативні засоби).

Теоретичним стрижнем, навколо якого групуються науково-методологічні дисципліни, що забезпечують освітній процес у даному напрямку людського пізнання, є теорія комунікації. Фахівець, професійна діяльність якого полягає в забезпеченні

ефективного ділового спілкування, повинен володіти певними знаннями основ комунікативного процесу і навичками ведення інформаційної та комунікаційної діяльності в різних середовищах.

Предметом дисципліни «Теорія комунікацій» є загальнотеоретичні засади теорій комунікацій, основні поняття, методи аналізу та інструментарій комунікаційних процесів, особливості практичного застосування масовокомунікаційних технологій у соціально-політичній сфері суспільства та міжнародних інформаційних відносинах.

Метою курсу "Теорія комунікацій" є оволодіння знаннями з теоретичних основ комунікативної науки, вивчення основних моделей комунікацій, методики та методології комунікативних технологій, формування навичок багатоаспектного застосування комунікативного інструментарію в різних комунікативних ситуаціях; визначення ролі комунікативної компетентності (сукупність умінь, знань, навичок), необхідної в сфері спілкування фахівців, які працюють у соціальній системі "людина-людина".

Ця навчальна дисципліна покликана підготувати знавців організаційної культури, які розуміють успішну комунікацію як запоруку успіху й платформу для реалізації продуктивних ділових взаємин. Вивчення курсу сприятиме особистісному зростанню студентів, підвищенню їх фахової та мовленнєвої культури; дасть знання про основні теоретичні концепції комунікативних процесів, характеристики перспективних моделей комунікації та комунікативних технологій та вміння визначати доцільність застосування комунікативних технологій в різних соціальних ситуаціях, будувати прогностичні моделі міжнародної комунікації, аналізувати результати комунікативних кампаній.

Завдання навчальної дисципліни «Теорія комунікацій»:

- сформувати знання щодо історії виникнення та розвитку теорії комунікацій;
- сформувати навички практичного застосування методів, інструментів, типів, каналів та засобів комунікації;
- сформувати у майбутнього фахівця розуміння особливостей мовленнєвої та невербальної комунікації, її різновидів;
- сформувати вміння використовувати принципи теорії комунікацій при аналізі комунікативних заходів та подій (прес-конференції, виставки, семінари, дії компанії та ін.) і при плануванні власної діяльності;

- сформувати відповідне розуміння значущості культури ділової комунікації у встановленні та розвитку конструктивних ділових зв'язків і партнерства між суб'єктами ділових відносин;
- сформувати теоретико-методологічну базу для подальшого опанування соціально-комунікаційних і професійних дисциплін, які вивчатимуть студенти;
- сприяти формуванню лідерських і комунікативних та морально-етичних якостей, прагнення до співтворчості та співпраці, засвоєнню правил ділової етики та норм поведінки, прийнятих у професійному товаристві;
- надати необхідну теоретичну базу задля встановлення і підтримки комунікативних зв'язків, між державою та суспільством, між людиною та світом, між державами та культурами.

Заплановані лекційні заняття мають на меті вступне ознайомлення студентів з матеріалом курсу, передусім його теоретичним та методологічним складником, формування основних теоретичних знань із курсу.

Практичні заняття передбачають розширення основних теоретичних положень курсу, дають змогу студентам взяти активну участь в обговоренні питань і виконанні завдань, що сприяє активному формуванню їхньої комунікативної культури, удосконаленню навичок спілкування українською мовою на засадах соціальної та міжособистісної етики. Основними видами практичної роботи постають групові проекти, рольові гри, дискусії, публічні виступи, написання різножанрових наукових текстів.

Курс "Теорія комунікацій" передбачає:

1. Вивчення теоретичних основ ділової комунікації, засвоєння поняттєво-термінологічного апарату дисципліни, знання загальних закономірностей комунікативних процесів і законів спілкування, що є необхідною умовою успішної діяльності сучасного фахівця.
2. . Формування навичок міжособистісної взаємодії.
3. Використання різноманітних комунікативних технологій для ефективного спілкування на професійному, науковому та соціальному рівнях на засадах толерантності, діалогу і співробітництва.

4. Моделювання комунікативної поведінки відповідно до ситуацій, обрання та застосування різних комунікативних стратегій для досягнення позитивного результату.
5. Формування самостійного ефективного комунікативного стилю, здатності та навичок продуктивної ділової взаємодії.
6. Виявлення навичок міжособистісної взаємодії, здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети, а також навичок використання інформаційних і комунікативних технологій у діловому спілкуванні.
7. Здатність застосовувати основні інструменти ділової комунікації, використовувати ефективні прийоми поведінки в процесі комунікації з урахуванням правил етики бізнесу та ділового етикету.
8. Володіння вербальними і невербальними засобами комунікації, уміння контролювати емоції у процесі ділової комунікації.
9. Набуття знань технологій менеджменту та маркетингу у певній сфері.
10. Здатність вступати в контакт, об'єктивно сприймати співрозмовника, прогнозувати результат комунікації, створювати доброзичливу атмосферу під час бізнес-комунікацій.
11. Здатність ведення продуктивної ділової комунікації: перемовин, ділової бесіди, телефонної розмови, співбесіди, дискусії, диспуту, публічного виступу, презентації, ділового листування, інших видів письмової та електронної комунікації.
12. Здатність вирішення конфліктів у діловій комунікації, долання комунікативних бар'єрів.
13. Засвоєння основних принципів здійснення маніпулятивного впливу та формування навичок його нейтралізації.

Результати навчання

1. Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі з новими об'єктами, та в невизначених умовах.
2. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних принципів, цінувати та поважати культурне різноманіття, індивідуальні відмінності людей, ефективно застосовуючи комунікаційні концепції.
3. Проявляти повагу до індивідуальної та культурної самобутності.
4. Виконувати професійні функції як самостійно, так і в групі під керівництвом лідера.

5. Виявляти емпатію, використовувати вербальні та невербальні інструменти у міжособистісному спілкуванні і для демонстрації власних результатів.
6. Грамотно спілкуватись державною та іноземною мовами, а також належно використовувати професійну термінологію.
7. Набувати комунікативні навички у професійній сфері впродовж життя.
8. Застосовувати знання, набуті в процесі навчання, для виявлення, постановки та виконання завдань фахової діяльності.
9. Обирати в усному й писемному спілкуванні найдоцільніші форми мовленнєвого етикету.
10. Уміти організувати комунікативне середовище для спілкування в усній і письмовій формах, українською мовою, координувати та регулювати взаємовідносини з контактними аудиторіями.

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ
"ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ"**

1. Опис дисципліни "ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ"

Дисципліна – "Теорія комунікацій"	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Х-ка навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	Галузі знань: 02 "Культура і мистецтво".	Дисципліна циклу професійної і практичної підготовки Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальності: 028 "Менеджмент соціокультурної діяльності", 029 "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа".	Рік підготовки: 1 Семестр: 1
Кількість змістових модулів – 3	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції: 50 денна – 30 год. Практичні заняття: денна – 30 год.
Загальна кількість годин – 150		Самостійна робота: денна – 86 год. Індивідуальна робота: денна – 4 год.
Тижневих годин – 10, із них аудиторних – 4		Вид підсумкового контролю – іспит

3. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ "ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ"

Змістовий модуль 1

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 1. ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЇ: ПРЕДМЕТ І БАЗОВІ АСПЕКТИ

1. Основні етапи розвитку теорії комунікацій;
2. Предмет і об'єкт теорії комунікацій;
3. Міждисциплінарний характер комунікативних знань;
4. Категоріальний апарат теорії комунікацій.

Тема 2. КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОЦЕС: ПРОДУКУВАННЯ, МУЛЬТИПЛІКАЦІЯ, РОЗПОВСЮДЖЕННЯ, ПРИЙОМ, РОЗПІЗНАВАННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

1. Цілі, функції, етапи комунікації;
2. Основні елементи комунікаційного процесу;
3. Мультиплікація (кодування) інформації

Модель кодування / декодування С. Холла;

4. Зворотній зв'язок та шум

50

Шум або фонові перешкоди.

Тема 3. ПРИРОДА І КОМПОНЕНТИ КОМУНІКАЦІЇ

1. Поняття «комунікатор»

Фігура комунікатора: індивідуальне та інституційне в комунікаторі;

Моделі комунікативної особистості;

Комунікатор як професія;

2. Характеристики аудиторії та сфери комунікації

Аудиторія комунікації: об'єктивні і суб'єктивні характеристики

Ефективність комунікації;

3. Моделі комунікації;
4. Комунікація як соціальне конструювання;
5. Типи комунікації;
6. Закони спілкування;
7. Тенденції розвитку сучасного спілкування.

Змістовий модуль 2

ВИДИ І ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 4. ВИДИ КОМУНІКАЦІЙ

1. Канали комунікацій

Сучасне трактування поняття «канал комунікації»;

Класифікація комунікаційних каналів (КК)

Природні КК;

Штучні КК;

Роди соціальної комунікації.

2. Вербальні засоби комунікації.
3. Семіотика, синтактика, семантика, прагматика. 50
4. Використання інформації в процесі комунікації.
5. Мова як засіб комунікації

Функції мови;

Типи висловлювань;

Усне мовлення.

Тема 5. ФОРМИ І ХАРАКТЕРИСТИКА ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1. Усна та писемна мова.
2. Діалог і монолог (полілог).
3. Види устномовленнєвої комунікації.
4. Принципи мовного впливу.

5. Уміння слухати як умова успішної комунікації.
6. Письмова комунікація.
7. Ділові листи.
8. Основні принципи ефективних письмових комунікацій.

Тема 6. НЕВЕРБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ

1. Невербальна комунікація. Порівняння вербальної і невербальної комунікації.
2. Психологічні механізми невербального поведінки.
3. Структура невербальної комунікації.
4. Невербальний витік інформації (за П. Екманом і У. Фризером)

Тема 7. СПЕЦИФІКА БАР'ЄРІВ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1. Класифікація бар'єрів усної комунікації.
2. Особливості класифікації бар'єрів документної комунікації.
3. Підходи до класифікації бар'єрів електронної комунікації.

Тема 8. СКЛАДОВІ УСПІШНОЇ УСТНОМОВЛЕНСВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

1. Види переконуючого впливу і способи його формування. Поняття психологічного впливу.
2. Характеристики установок.
3. Структура переконливого впливу.
4. Стратегія і тактика аргументації.

Змістовий модуль 3.

РІВНІ КОМУНІКАЦІЇ

Тема 9. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

1. Психологічне типування. Основні концепції.

2. Типи особистостей з соціоніки.
3. Гендерні тенденції в спілкуванні.
4. Структурний аналіз. Використання методології трансакційного аналізу Е. Берна в діловому спілкуванні і маніпулятивних діях.
5. Класифікація рівнів комунікації за принципом розрізнення рівнів соціальної структури.

Тема 10. МІЖОСОБИСТІСНІ КОМУНІКАЦІЇ

1. Загальна характеристика міжособистісного спілкування
2. Концепції спілкування;
3. Класифікації видів спілкування;
4. Структурні компоненти спілкування;
5. Види спілкування.
6. Типи міжособистісних комунікацій.
7. Перцептивна сторона спілкування: взаємосприйняття людьми один одного в процесі міжособистісної комунікації

50

8. Принципи формування першого враження.
9. Комунікативна сторона спілкування. Фактори розуміння в процесі комунікації.
10. Психологія поведінки людини в процесі комунікації.
11. Опір і захист.
12. Прояв показників нещирості в залежності від індивідуально-психологічних особливостей особистості комунікатора.

Тема 11. КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЯХ

1. Характеристики групових процесів в організації.
2. Комунікації в малих групах

Особливості малих груп;

Функції групової комунікації (за М. А. Василик);

Структура малої групи;

Класифікація груп;

Характеристика групових процесів.

3. Комунікація як функція управління організацією.
4. Характеристики внутрішньоорганізаційних комунікацій. Види комунікацій між керівником і підлеглими. Стили керівництва.
5. Ділові переговори та їх роль в управлінні організацією.
6. Переговори і психологія конфлікту.
7. Внутрішньокорпоративний Public Relations

Тема 12. МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ

1. Поняття масової комунікації.
2. Роль установки і стереотипу в процесі масової комунікації.
3. Психологія чуток і пліток.

Тема 13. МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ: КОНЦЕПЦІЯ ДІЛОВИХ КУЛЬТУР

50

1. Поняття міжкультурної комунікації.
2. Концепція ділових культур в міжнародних комунікаціях.
3. Рівні міжкультурної комунікації.
4. Стили міжкультурної комунікації. Комунікативний міжкультурний розрив.
5. Сучасні підходи до вивчення кроскультурної комунікації.
6. Форми міжкультурної комунікації.
7. Народження концепції та основні моделі інформаційного суспільства.
8. Інформаційне суспільство і мозаїчна культура.
9. Масмедія у розвитку інформаційного суспільства. Концепція демасифікації.

50

4. СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ ДИСЦИПЛІНИ

"Теорія комунікації"
(денна форма навчання)

Тема	Кількість годин				
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1 МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ТЕОРІЇ КОМУНІКАЦІЇ					
Тема 1. Теорія комунікації: предмет і базові аспекти	2	2	5	-	
Тема 2. Комунікативний процес: продукування, мультиплікація, розповсюдження, прийом, розпізнавання, використання інформації	2	2	7	50	
Тема 3. Природа і компоненти комунікації	4	4	8	1	
Всього:	8	8	20	1	<i>1-й Модульний контроль</i>
Змістовий модуль 2 ВИДИ І ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ					

Тема 4. Види комунікації	2	2	5	-	
Тема 5. Форми характеристика вербальної комунікації	2	2	7	-	
Тема 6. Невербальна комунікація	2	2	8	-	
Тема 7. Специфіка бар'єрів соціальної комунікації	2	2	5	1	
Тема 8. Складові успішної усномовленневої комунікації	2	2	5	-	
Тема 9. Психологічні основи ділового спілкування	4	4	10	1	<i>2-й Модульн ий контрол ь</i>
Всього:	14	14	40	250	
Змістовий модуль 3. РІВНІ КОМУНІКАЦІЇ					
Тема 10. Міжособистісні комунікації	2	2	6	-	
Тема 11. Комунікації в організаціях	2	2	7	-	
Тема 12. Масова комунікація	2	2	7	-	
Тема 13. Міжкультурна комунікація:	2	2	8	1	<i>3-й Модульн ий</i>

концепція ділових культур					<i>контроль</i>
<i>Всього:</i>	<i>8</i>	<i>8</i>	<i>28</i>	<i>1</i>	
<i>Загалом:</i>	<i>30</i>	<i>30</i>	<i>86</i>	<i>4</i>	
<i>Підсумковий контроль</i>	<i>Іспит</i>				

50

5. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ (СЕМІНАРСЬКИХ АБО ЛАБОРАТОРНИХ) ЗАНЯТЬ

Практичне заняття передбачає інтенсивну роботу в аудиторії. Воно проводиться у формі обговорення питань, дискусії, керованого викладачем або студентами "круглого столу". Складність практичного заняття полягає у тому, що воно потребує серйозної підготовки викладача і групи, мобілізації всіх навичок та можливостей студентів, чіткості його проведення. Важливо заохотити студентів до практичного заняття, що досягається елементом новизни. Крім закріплення і поглиблення раніше отриманих та засвоєних нових знань, практичне заняття стимулює студентів до пошукової діяльності, знайомить із документами та додатковою літературою, учить роздумам, розвиваючи тим самим творче мислення і сприяє формуванню переконань. Така форма роботи передбачає також обговорення самостійно підготовлених студентами доповідей, рефератів, повідомлень та ін.

Практичне заняття № 1

Тема: ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ: ПРЕДМЕТ І БАЗОВІ АСПЕКТИ (2 год.)

1. Витоки та основні етапи розвитку теорії комунікацій
2. Предмет та об'єкт теорії комунікацій
3. Міждисциплінарний характер комунікативних знань ⁵⁰
4. Категоріальний апарат теорії комунікацій

Практичне заняття № 2

Тема: КОМУНІКАТИВНИЙ ПРОЦЕС ЯК ОСНОВА СПІЛКУВАННЯ (2 год.)

1. Комунікативний процес та його структура;
2. Аналіз моделей комунікації як трансмісії, ритуалу, привернення уваги і рецепції;
3. Ефекти комунікації як бажана ціль при інтеракції;
4. Закони комунікації як нежорсткі тенденції спілкування.

Практичне заняття № 3

Тема: КОМУНІКАЦІЯ У СУСПІЛЬСТВІ (2 год.)

1. Функції та роль комунікації у суспільстві;
2. Природні та штучні комунікативні системи;

3. Загальнонаукові та спеціально-наукові методи вивчення комунікації.

Практичне заняття № 4

Тема: КЛАСИФІКАЦІЯ ФОРМ КОМУНІКАЦІЇ. ВЕРБАЛЬНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ (2 год.)

1. Історично укладені форми комунікації;
2. Особливості вербальної комунікації, зокрема специфіка усних вербальних комунікацій,
3. Типологізація, структура усних вербальних комунікацій;
4. Публічний виступ та рекомендації для представлення промови;
5. Види промов;
6. Комунікації з використанням письмової мови; спічрайтинг.

Практичне заняття № 5

Тема: НЕВЕРБАЛЬНІ СПОСОБИ (2 год.)

1. Походження невербальної комунікації, її взаємозв'язок із вербальною комунікацією;
2. Оптико-кінетичні комунікації;
3. Жестикуляція, міміка, пантоміміка;
4. Фонаційні та графічні засоби невербальної комунікації;
5. Ситуативні змінні невербальної комунікації, 50
6. Проксеміка.

Практичне заняття № 6

Тема: ФОРМИ КОМУНІКАЦІЇ ЗА ХАРАКТЕРОМ СОЦІАЛЬНИХ СУБ'ЄКТІВ. ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ (2 год.)

1. Аналіз автокомунікації, міжособистісної, групової та масової форм комунікації;
2. Види масової комунікації: мас-медійні, рекламні, політичні, пропагандистські, агітаційні, віртуальні, PR-комунікації;
3. Етапи підготовки видів ділової комунікації: ділова бесіда, переговори, службова телефонна розмова, дискусія, нарада;
4. Просторові норми ділової комунікації
5. Види комунікацій в організаціях.

Практичне заняття № 7

Тема: МІЖОСОБИСТІСНІ КОМУНІКАЦІЇ (2 год.)

1. Загальна характеристика міжособистісного спілкування
2. Взаимовосприятіє людьми один одного в процесі міжособистісної комунікації
3. Формування першого враження
4. Фактори розуміння в процесі комунікації
5. Особливості поведінки людини в процесі комунікації
6. Типи комунікації
7. Пізнавальна комунікація
8. Переконуюча комунікація
9. Експресивна комунікація
10. Сугестивна комунікація
11. Ритуальна комунікація
12. Принципи ефективного спілкування

Практичне заняття № 8

Тема: КОМУНІКАЦІЇ В МАЛИХ ГРУПАХ (2 год.)

1. Основні характеристики малої групи
2. Структури малої групи
3. Класифікація груп
4. Характеристика групових процесів
5. Фактори, що впливають на процес згуртування малої групи

Практичне заняття № 9

50

Тема: МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ (2 год.)

1. Поняття масової комунікації
2. Роль установки і стереотипу в процесі масової комунікації
3. Характеристика установок
4. Роль стереотипу в процесі масової комунікації
5. Психологія чуток та пліток

Практичне заняття № 10

Тема: ПИСЕМНА ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ (2 год.)

1. Особливості ділової писемної комунікації.
2. Специфіка документної інформації. Документ як основний жанр офіційно-ділового стилю.
3. Заява, автобіографія як зразки ділової писемної комунікації.
4. Резюме. Види резюме. Правила написання резюме. Типові помилки складання резюме.
5. Візитка. Правила оформлення та вручення візитних карток.

6. Мотиваційний лист: призначення, правила написання.
7. Рекомендаційний лист: призначення, правила написання та використання.
8. Поняття ділового листа та його особливості. Правила складання листів та їх основні реквізити.

Практичне заняття № 11

Тема: ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННЯ

1. Специфіка електронних надсилянь (телефакс, е-пошта). Ділове спілкування через Інтернет.
2. Використання Інтернету з рекламною метою. Мистецтво створення та інформаційного наповнення Інтернет-сайтів.
3. Поняття прес-релізу. Правила його складання й оприлюднення.

Практичне заняття № 12

Тема: УСНА ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ (2 год.)

1. Особливості ділового стилю спілкування.
2. Принциповість і толерантність у діловому спілкуванні.
3. Техніки боротьби та співробітництва.
4. Ділова бесіда як різновид ділової комунікації, її основні етапи та особливості.
5. Специфіка ділової бесіди з потенційним ^{роботодавцем.} Найпідступніші запитання роботодавців. Стратегія поведінки на співбесіді з питань працевлаштування.

Практичне заняття № 13

Тема: СКЛАДОВІ УСПІШНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (2 год.)

1. Стратегія позитивного самопозиціонування. Створення іміджу успішної ділової людини. Зовнішній імідж. Поведінковий імідж. Комунікативний імідж.
2. Особливості процесу перемовин: підготовка, порядок проведення, техніка.
3. Стратегії та стилі ведення перемовин. Гарвардський проект проведення перемовин. Уміння торгуватись і маневрувати. Прийняття рішень й уміння вийти з контакту.
4. Ділова бесіда по телефону.
5. Етика ділового спілкування по мобільному телефону.

Практичне заняття № 14

Тема: КУЛЬТУРА ПУБЛІЧНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (2 год.)

1. Публічний виступ. Види публічного виступу.
2. Основні етапи підготовки до виступу.
3. Способи активізації уваги слухачів.
4. Техніка виголошення промови та її основні етапи.
5. Наочність як засіб ілюстрації та доказовості. Мистецтво створення та демонстрування презентацій.
6. Види і способи аргументації під час публічного виступу.
7. Специфіка публічного виступу перед різними типами аудиторії.
8. Мистецтво проведення дискусій.
9. Секрети успішного публічного виступу.

6. КОМПЛЕКСНЕ ПРАКТИЧНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ – 4 год.

Комплексні практичні індивідуальні завдання з дисципліни "Теорія комунікацій" є видом позааудиторної роботи студентів і виконуються ними самостійно в процесі вивчення програмового матеріалу під безпосереднім керівництвом викладача.

Метою КПЗ є оволодіння навичками самостійного вивчення програмового матеріалу, систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, стимулювання творчості студентів, закладання підвалин для їх подальшої науково-дослідної роботи.

Індивідуальні завдання виконує кожен студент шляхом підготовки творчої роботи у вигляді реферату згідно з рекомендованим переліком тем. Реферат – це завершена теоретична робота з конкретної проблематики (теми) в межах навчальної програми курсу. Індивідуальна робота виконується студентом самостійно. За потреби викладач консультує студента. КПЗ оформляється за стандартним зразком і подається викладачу за два тижні до екзамену. Можливий захист практичного індивідуального завдання шляхом усного звіту студента.

Методичні вказівки щодо оформлення та написання творчої роботи з дисципліни

Перед написанням творчої роботи з конкретної теми курсу необхідно опрацювати наукову літературу, осмислити прочитане і викласти власні думки щодо порушеної проблеми. Обсяг: 10-12 сторінок (формат А-4).

Структура та особливості викладу матеріалу

Вступ. Цей компонент не потребує цитувань (хоч вони допускаються), великої кількості абстрактних розмірковувань і великого обсягу.

Обов'язково виокремити предмет опису, обґрунтувати тему, яка висвітлюється в рефераті, указавши на персоналії, які працювали над даним питанням, назвати їх праці. Це треба робити чітко й логічно, щоб обсяг вступу не перевищував 15 відсотків від обсягу роботи (1 сторінка).

Основна частина. Текст повинен бути написаним самостійно. Цитований матеріал в основній частині, незалежно від форми цитування – дослівного (у лапках), світоглядно-змістового (своїми словами із зазначенням авторства матеріалу, який

використовується), не повинен перевершувати 30 % відсотків реферату.

Загальний обсяг основної частини становить приблизно 7-8 сторінок.

Висновки. Висновки повинні відзначитися чіткістю, точністю та лаконічністю. Жодних цитат, тільки узагальнення, резюмування основних питань і проблем теми, визначення можливостей їх використання у практичній діяльності. Висновкові тези можна нумерувати.

Список використаної літератури. Укладається за алфавітним порядком мовою оригіналу з усіма вихідними даними.

Робота повинна бути набрана на комп'ютері та видрукувана на принтері (електронні версії не приймаються).

Параметри: версія WORD, шрифт – 14 кегель, у рядку 60 – 65 знаків. Сторінки повинні мати відповідні поля та нумерацію: зліва – 30 мм; справа – 10 мм; зверху та знизу – 20 мм.

Виконання КПЗ є обов'язковим складовим модулем залікового кредиту з курсу, компонентом підсумкової та екзаменаційної оцінки.

Варіанти комплексних підсумкових індивідуальних завдань з навчальної дисципліни "Теорія комунікацій"

1. Основні характеристики ділової комунікації у 21 столітті.
2. Структура ділової комунікації. **50**
3. Характеристика основних комунікаційних навичок у діловій комунікації.
4. Основні ознаки культурного ділового мовлення.
5. Культура мовлення ділової людини.
6. Комбіновані комунікативні мережі.
7. Вербальна і невербальна інформація в діловій комунікації.
8. Психологічні механізми дії на партнера в діловій комунікації.
9. Соціальний статус і ролевий розподіл позицій у діловій комунікації.
10. Евристичні методи виконання завдань у діловій комунікації.
11. Структура і функції конфліктів у діловій комунікації.
12. **Типологія конфліктів. Поняття інноваційного конфлікту.**
13. Мовленнєві стратегії і тактики у конфліктах.
14. Стил поведінки в конфліктних ситуаціях.
15. Внутрішньоособистісні конфлікти в ділових комунікаціях.

16. Стреси і стресостійкість у ділових комунікаціях.
17. Урахування індивідуальних особливостей особи в діловій комунікації.
18. Основні стилі ділової комунікації.
19. Діловий етикет і його вплив на ділову комунікацію.
20. Етика ділової розмови по мобільному телефону.
21. 19. Психологічний клімат трудового колективу: його формування і вплив на ділові відносини.
22. Професійна комунікація і її складові.
23. Комунікативний портрет конкурентоздатного фахівця.
24. Бар'єри в комунікації і їх подолання. Типологія комунікативних бар'єрів (мікробар'єри і макробар'єри).
25. Особливості ділової комунікації в різних країнах.
26. Просторова і психологічна дистанція між партнерами, необхідність організації простору в діловій комунікації.
27. Ділова нарада і ділова бесіда.
28. Інтернет як інструмент ділової комунікації.
29. Базова техніка ділової комунікації. Ведення переговорів.
30. Документаційне забезпечення ділової комунікації.
31. Імідж ділової людини.
32. Результативність ділових комунікацій.
33. Міжособові комунікації в діловій сфері.
34. Процес комунікацій і ефективність управління. 50
35. Принципи морального кодексу ділової комунікації.
36. Цінності і символи в діловій комунікації.
37. Теорія комунікацій сучасного підприємства: наука або мистецтво?
38. Усна ділова комунікація. Жанри усного ділового спілкування і принципи розгортання.
39. Мистецтво письмової ділової комунікації.
40. Промислове шпигунство як незаконний збір комерційної інформації.
41. Стереотипи і бар'єри ділового спілкування.
42. Інформаційна і психологічна структура ділової комунікації.
43. Смыслові і психологічні бар'єри комунікації.
44. Жанри ділової комунікації в міжкультурній сфері.
45. Особові ресурси і бар'єри при виступі перед аудиторією.
46. Соціокультурні домінанти комунікації.
47. Роль Інтернету в розвитку маркетингових комунікацій.

48. Аналіз і вдосконалення системи комунікації в організації.
49. Змінні комунікаційного процесу.
50. Зовнішні комунікації організації.
51. Маніпулятивні технології в системі масових комунікацій.
52. Подолання міжкультурних проблем і бар'єрів як обов'язкова складова комунікації міжнародних компаній.
53. Документування трудових правовідносин.
54. Проблема захисту комерційної таємниці в умовах інформаційного суспільства.
55. Ділова комунікація в умовах глобалізації.
56. Релігійні відмінності і ціннісні універсалиї в діловій комунікації.
57. Особливості ділової комунікації в транснаціональних компаніях.
58. Внутрішньофірмова комп'ютерна мережа (Intranet): цілі, структура, функції.
59. Створення бази для співпраці через переговори.
60. Статус пасивного спостерігача в переговорах.
61. Неформальні канали комунікації.

7. САМОСТІЙНА РОБОТА

Методичні поради до організації самостійної роботи студента

Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентами навчального матеріалу в позааудиторний час без участі викладача. Обсяг і зміст самостійної роботи визначається робочою програмою та робочим планом у межах установленого обсягу годин із навчальної дисципліни, методичними вказівками викладача.

Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів: конспектами лекцій викладача, підручниками, навчальними та методичними посібниками, монографічною літературою і періодикою, а також засобами самоконтролю (тестами, типовим пакетом контрольних завдань).

Навчальний матеріал, передбачений навчальним планом для засвоєння студентом у процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд із навчальними матеріалом, опрацьованим під час навчальних занять.

Викладач перевіряє якість самостійної роботи студента на практичних та індивідуальних заняттях. Останні проводяться в позааудиторний час за окремим графіком, складеним кафедрою.

Види самостійної роботи студента:

1. Підготовка до практичних (семінарських) занять:
 - вивчення лекційного матеріалу;
 - вивчення теми за підручниками і посібниками;
 - опрацювання рекомендованої монографічної літератури та періодики, передбаченої списком літератури;
 - опрацювання завдань до практичних занять.
2. Опрацювання програмних питань, що виносяться на самостійне опрацювання.
3. Ведення конспекту.
4. Підготовка до написання модульних контрольних робіт.
5. Підготовка до екзамену.

№ з / п	Тема	Зміст самостійної роботи студента	Форма контролю	Кількість годин
	1	2	3	4

<p style="text-align: center;">Змістовий модуль 1 КЛЮЧОВІ ПАРАДИГМИ СУЧАСНИХ КОМУНІКАЦІЙ</p>				
1	<p>Тема 1. Спілкування як соціальний феномен. Специфіка ділової комунікації</p>	<p>Основні характеристики ділового спілкування та його специфіка. Єдність трьох сторін ділової комунікації (спілкування, сприйняття, взаємодія) Компоненти комунікативного процесу. Способи посилення повідомлення та ефективності комунікацій. Комунікативні принципи оптимізації ділових відносин. Основні комунікативні навички. Службовий етикет. Правила використання візитівок. Нові комунікаційні технології та їх роль у житті сучасного суспільства. Порівняльна характеристика традиційних і сучасних комунікаційних технологій. Еволюція комунікаційних технологій від моделі "відправник-одержувач" до інтерактивної медійної комунікації</p>	<p>Презентація результатів, співбесіда</p> <p style="text-align: center;">50</p> <p style="text-align: center;">4</p>	<p>8</p> <p style="text-align: center;">5</p>
2	<p>Тема 2. Вербальні засоби ділової комунікації</p>	<p>Типологія функціональних стилів української мови. Словник особистості</p>	<p>Презентація результатів, співбесіда</p>	<p>12</p>

3	Тема 3. Невербальні засоби комунікації	Значення образів та картинок при передачі інформації. Національні особливості невербальної комунікації. Найбільші типові причини міжкультурних непорозумінь: стереотипи, ставлення до часу, поняття дистанції спілкування, особливості етикету; неоднозначність у трактуванні мови тіла. Вплив емоцій на перебіг ділової розмови	Презентація результатів, співбесіда	10
4	Тема 4. Етичні основи ділового спілкування	Способи маніпуляції у діловому спілкуванні. Шляхи нейтралізації маніпулятивного впливу у міжособистісному спілкуванні. Етичні норми й етичні імперативи ділової комунікації.	дискусія 50	10
Змістовий модуль 2 ВИДИ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ ТА КОНФЛІКТИ В ДІЛОВИМУ СПІЛКУВАННІ				
5	Тема 5. Писемна ділова комунікація	Способи захисту каналів ділової комунікації. Особливості написання й оформлення ділових листів за кордон. Особливості листів прямої поштової реклами. Інтернет як інструмент здійснення бізнес-комунікацій. Методи уніфікації та стандартизації тексту в сучасних умовах. Організація корпоративних	Презентація результатів, співбесіда	10

	1	<p>комунікацій у мережі Інтернет. Основні напрями використання Інтернет у бізнесі. Корпоративний сайт: основні проблеми і правила створення. Новини на сайті, "ньюз-реліз". Корпоративний блог і офіційний сайт. Електронні і мережеві комунікації, особливості їх застосування та типологія при здійсненні бізнес-діяльності.</p> <p>Цифровий формат як загальний параметр нових комунікаційних технологій</p> <p>2</p>	3	4
6.	Тема 6. Усна ділова комунікація	<p>Оцінка ефективності перемовин. Функції переговорного процесу: інформаційні, комунікаційні, контрольні, рекламні, перемікальні. Творча суть переговорного процесу.</p> <p>Організація перемовин залежно від предмету, мети та статусу сторін. Види інтерв'ю: інтерв'ю найму, інформаційні інтерв'ю, торговельні інтерв'ю.</p> <p>Особливості організації та проведення співбесіди при влаштуванні на роботу</p>	Презентація результатів, співбесіда	10
7.	Тема 7. Культура публічної ділової комунікації	<p>Типологія та формати публічних виступів. Види аргументів.</p> <p>Мета і структура</p>	Презентація результатів,	12

		<p>презентації. Алгоритм процесу підготовки презентації. Чинники, що забезпечують ефективність презентації. Зміна ролей відправника інформації та реципієнта під час презентації. Специфіка візуального ряду презентації. Проблема спілкування з аудиторією як з єдиним цілим. Самопрезентація</p>	співбесіда	
8	Тема 8. Маніпуляції та конфлікти в діловій комунікації	<p>Агресивність як привід конфлікту. Конфліктність міжособистісних стосунків в установі. Рефлексія в спілкуванні. Методи рефлексії: самоспостереження і самоаналіз</p>	співбесіда	12
Разом			50	86

8. ТРЕНІНГ З ДИСЦИПЛІНИ ОРГАНІЗАЦІЯ І ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ (4 ГОД.)

Тема1. Модель комунікації

Структура:

1. Продумати, зобразити та пояснити модель комунікації (за власним вибором)
 - концерту,
 - телевізійного випуску новин,
 - мітингу,
 - радіо вистави,
 - ток-шоу,
 - футбольного матчу,
 - народного гуляння.
2. Аналіз реалізації законів комунікації в обраній моделі.

Тема2. Вербальні та невербальні засоби комунікативного впливу

Структура:

1. Назвати:
 - Елементи комунікативного процесу.
 - Жести, що свідчать про впевнену або не впевнену поведінку.
2. Заповнити таблицю:

Ситуація	Пояснення	Перепитування	Емпатія	Вираження співпереживання
Ви – керівник. До Вас звертається підлеглий з висловленням : „В мене і так велике навантаження. А ви даєте мені ще одне додаткове завдання. Я щодня повертаюся дуже пізно”.			50	

3.Завдання практичне:

- Використовуючи знання про психологічні методи впливу на партнера розробіть модель вашого спілкування в декількох „стандартних ситуаціях”:

1. Ви (керівник) даєте завдання підлеглому, що позитивно відноситься до Вас і до завдання.

2. Ви (керівник) даєте завдання підлеглому, що позитивно відноситься до Вас, але негативно до завдання (мотиви виберіть самостійно).

▪ Складіть план ділової бесіди (по кожному з варіантів), охарактеризуйте передбачувані відповіді підлеглого і Ваші способи впливу на нього.

9. ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МЕТОДИ ДЕМОНСТРУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Процес активізації навчання вимагає певної спільної діяльності студента і викладача, застосування різноманітних засобів, форм, системи дій, прийомів, спрямованих на виконання навчальних завдань.

Під час викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачене застосування як активних, так й інтерактивних навчальних технологій, серед яких: робота в малих групах, кейс-метод, презентації, ознайомлювальні (початкові) ігри, дебати, диспути, дискусії, студентські проекти, а також лекції практичні та індивідуальні заняття, консультації, бесіди, тестування, робота з літературою, реферування, самостійна робота, виконання КПЗ. У навчальному процесі передбачається використання новітніх комп'ютерних технологій.

Складним є те, що комунікативна сфера, через її специфіку, не піддається простому сприйняттю та аналізу. Вона – поєднання мислення, науки і творчості.

Сприйняття матеріалу ускладнюється новизною низки розглядуваних питань, оскільки ця дисципліна перебуває на етапі накопичування та осмислювання емпіричного (практичного) матеріалу, розроблення системи понять, уточнень термінів⁵⁰ ін. Для подолання цих "перешкод" важливо стати сприйнятливим до будь-якої інформації про світ комунікацій, зокрема у діловій сфері, стежити за останніми новинами у цій сфері через читання додаткової літератури, перегляд відповідних телепрограм. Доцільно сформувати окремі теки, в яких зберігати газетні вирізки, копії журнальних статей, рекламні буклети, власні нотатки тощо. Проте не варто робити це по кожній темі курсу. Раціональнішим є підхід, за якого студент обирає одну або декілька проблемних, найбільш цікавих для нього тем і збирає щодо них матеріал, який у подальшому може стати основою для підготовки рефератів чи написання наукової роботи.

У процесі вивчення дисципліни "Теорія комунікацій" використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;

- поточне опитування – робота на заняттях (відвідуваність; презентаційні виступи на практичних заняттях, участь у роботі малих груп, дебатах) та тестування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- наскрізні проекти;
- командні проекти;
- аналітичні звіти, реферати, есе;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КППЗ;
- проміжний контроль – самостійна робота (робота з літературними джерелами);
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;
- комплексний іспит;
- екзамен;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Види роботи студента:

1. Робота на практичних заняттях

- участь в обговоренні питань;
- презентаційні виступи на семінарах;
- застосування кейс-методу;
- активна участь у ділових іграх, дебатах, диспутах;
- написання контрольних робіт, розв'язання тестових завдань.

2. Самостійна робота:

- робота з літературними джерелами;
- презентація результатів;
- виконання студентського проекту (КППЗ).

3. Контрольні зрізи (написання екзаменаційної роботи).

За відсутності студента на лекції або семінарському занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття в позааудиторний час (час консультацій викладача) та подати на перевірку конспект відповідей на питання семінару за планом семінарських занять. Лекційні заняття відпрацьовуються шляхом додаткового запитання на заліку / екзамені за темою пропущеної лекції.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) із дисципліни "Теорія комунікацій" визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Варіанти контрольних робіт

Варіант 1

1. Комунікація як термін латинського походження означає:

- 1) повідомлення;
- 2) передача;
- 3) бесіда;
- 4) розмова;
- 5) усе зазначене.

2. у науці зміст поняття “комунікація” тлумачать як:

- 1) взаємодію;
- 2) передачу соціальної інформації;
- 3) спілкування;
- 4) обмін інформацією;
- 5) усе зазначене.

3. Соціологи розуміють під комунікацією:

- 1) взаємодію;
- 2) передачу соціальної інформації;
- 3) обмін інформацією між складовими динамічних систем;
- 4) усе зазначене.

4. Психологи розуміють під комунікацією:

- 1) процеси обміну продуктами психологічної діяльності;
- 2) взаємодію;
- 3) здатність сприймати, накопичувати та переробляти інформацію;
- 4) сигнальний спосіб зв'язку у живій природі;
- 5) усе зазначене.

5. Комунікація як процес передбачає наявність:

- 1) двох учасників;
- 2) трьох учасників;
- 3) чотирьох учасників;
- 4) зворотного зв'язку;
- 5) усього зазначеного.

6. учасниками комунікаційного процесу є:

- 1) передавач;
- 2) приймач;
- 3) канал;
- 4) повідомлення;
- 5) засоби масової комунікації;

б) усе зазначене

7. Суб'єктом комунікацій як різновидом взаємодії є:

- 1) повідомлення;
- 2) група людей;
- 3) передавач;
- 4) телевізійна мережа;
- 5) приймач;
- 6) окрема людина;
- 7) гравітаційна взаємодія;
- 8) усе зазначене.

8. При комунікації має бути присутній:

- 1) матеріальний об'єкт;
- 2) об'єкт нематеріального характеру;
- 3) обидва об'єкти.

9. Об'єктом комунікації матеріального характеру є:

- 1) книга;
- 2) SMS;
- 3) поштовий лист;
- 4) подарунок;
- 5) жест;
- 6) мова;
- 7) усе зазначене.

10. масова комунікація — це:

50

- 1) опосередкована взаємодія двох суб'єктів;
- 2) цілеспрямована взаємодія великої кількості суб'єктів;
- 3) спілкування людей за допомогою технічних засобів;
- 4) процес обробки і передавання інформації за допомогою радіо, телебачення;
- 5) процес обробки і передавання інформації за допомогою преси;
- 6) усе зазначене.

Варіант 2

1. Соціальними функціями масової комунікації є:

- 1) інформаційна;
- 2) соціалізуюча;
- 3) організаційно-поведінкова;
- 4) правова;

- 5) культурологічна;
- 6) комунікаційна;
- 7) емоційно-тонізуюча;
- 8) усе зазначене.

2. Поняття суспільна свідомість містить:

- 1) сукупність поглядів і настанов;
- 2) ставлення людей до держави;
- 3) ставлення до традицій і норм суспільного життя;
- 4) знання, емоції та оцінки;
- 5) усе зазначене.

3. Змістові повідомлення можуть передаватися таким комунікаційним каналом:

- 1) формальним;
- 2) вербальним;
- 3) неформальним;
- 4) невербальним;
- 5) загальним;
- 6) спеціальним;
- 7) галузевим;
- 8) усіма зазначеними каналами.

4. Зазначте, який тип суспільної свідомості визначає, що інтереси держави є найвищими:

- 1) етатистичний;
- 2) анархістський;
- 3) централістський;
- 4) децентралістський.

50

5. Масово-психологічні функції засобів масової комунікації полягають:

- 1) у загальній регуляції психодинаміки суспільства;
- 2) індивідуальній психорегуляції;
- 3) груповій регуляції психодинаміки;
- 4) формуванні масових настроїв;
- 5) управлінні обміном інформацією в суспільстві;
- 6) управлінні циркуляцією психоформуючої інформації;
- 7) усе зазначене.

6. Вербальний канал комунікації ґрунтується:

- 1) на засобах комунікації;
- 2) рівні підсвідомості;
- 3) мовних здібностях людини;

4) усьому зазначеному.

7. Вербальний канал комунікації реалізується через:

- 1) міміку;
- 2) передавання мовних повідомлень;
- 3) тести;
- 4) рухи;
- 5) сміх, посмішку, плач;
- 6) нахмурені брови, холодний піт;
- 7) покачування голови на знак згоди чи незгоди;
- 8) знизування плечима при непорозумінні;
- 9) усе зазначене.

8. Управлінський вплив слова на фізіологічні та психологічні процеси забезпечує:

- 1) контактна функція;
- 2) регулятивна функція;
- 3) етноформуюча функція;
- 4) усі зазначені функції.

9. Для передавання мовних повідомлень людина має володіти:

- 1) природною мовою;
- 2) іноземною мовою;
- 3) штучною мовою;
- 4) мовною здібністю;
- 5) усім зазначеним.

50

10. Невербальний канал комунікації ґрунтується на використанні:

- 1) міміки;
- 2) жестів;
- 3) рухів;
- 4) інтонацій;
- 5) повідомлень у письмовій формі;
- 6) повідомлень в усній формі;
- 7) усього зазначеного.

Варіант 3

1. Термін “інформація” означає:

- 1) відомості;
- 2) знання;
- 3) повідомлення;

- 4) синонім слова “наука”, “ідея”;
- 5) сигнал, що циркулює в технічних каналах комунікацій.

2. Теорію комунікації розробив:

- 1) В. М. Глушков;
- 2) Н. Вінер;
- 3) К. Шенон;
- 4) А. Енштейн;
- 5) У. Вівер.

3. Існують такі види об’єктів управління:

- 1) соціальні;
- 2) технічні;
- 3) колективні;
- 4) індивідуальні.

4. Формальні комунікації поділяють на такі види:

- 1) зіркоподібні;
- 2) діагональні;
- 3) вертикальні;
- 4) горизонтальні;
- 5) внутрішні;
- 6) зовнішні.

5. При класифікації інформаційного забезпечення розробки й ухвалення управлінських рішень в організації

використовують

50

такі ознаки:

- 1) наявність вибору для зміни певного існуючого стану;
- 2) зміна обставин діяльності;
- 3) наявність схожих обставин;
- 4) різка зміна обставин діяльності;
- 5) наявність визначеної мети діяльності.

6. Зазначте, на яких етапах процесу управління найбільш важливі характеристики інформації за обсягом, її науковою і технічною новизною:

- 1) при оцінюванні ситуації;
- 2) при визначенні мети;
- 3) при розробці управлінських рішень;
- 4) при формуванні завдань.

7. Проблеми комунікації з прадавніх часів вивчалися:

- 1) логікою;
- 2) лінгвістикою;

- 3) риторикою;
- 4) граматиною;
- 5) діалектикою;
- 6) герменевтикою;
- 7) педагогікою;
- 8) соціологією;
- 9) семіотикою;
- 10) документалістикою;
- 11) усім зазначеним.

8. Суб'єктом соціальної комунікації є:

- 1) інформація;
- 2) документ;
- 3) особистість;
- 4) усе зазначене.

9. Автокомунікація — це:

- 1) спілкування людини із собою;
- 2) вид соціальної комунікації;
- 3) внутрішній комунікаційний канал;
- 4) аналіз особистого “Я”;
- 5) особистий досвід;
- 6) внутрішній діалог;
- 7) усе зазначене.

10. Соціально-психологічні характеристики людини, етносу, класу, соціальної групи, що виявляються у способі та характері мислення, соціальних і психічних настановах та поведінці, — це:

- 1) соціальна свідомість;
- 2) ментальність;
- 3) світовідчуття;
- 4) регулятор поведінки суб'єктів суспільного життя.

Варіант 4

1. Суб'єктом комунікаційної діяльності є:

- 1) комунікант;
- 2) реципієнт;
- 3) мідікомунікація;
- 4) мікрокомунікація;
- 5) макрокомунікація.

2. Зв'язок між комунікацією і суспільною свідомістю відбувається у сфері:

- 1) соціальної психології;
- 2) суспільних наук;
- 3) суспільно-політичної ідеології;
- 4) усього зазначеного.

3. Психологічними функціями масової комунікації є:

- 1) інформаційна;
- 2) соціально-виховна;
- 3) облікова;
- 4) гедоністична;
- 5) формування масової психології;
- 6) інтеграційно-комунікаційна;
- 7) організації поведінки;
- 8) усе зазначене.

4. Типом суспільної свідомості є:

- 1) масова;
- 2) групова;
- 3) індивідуальна;
- 4) державна;
- 5) антидержавна.

5. Комунікаційний канал — це:

- 1) спеціальний вид комунікаційної діяльності;
- 2) засіб цілеспрямованого передавання інформації;
- 3) матеріальний носій інформації;
- 4) джерело, що містить первинну інформацію;
- 5) усе зазначене.

50

6. Об'єктом комунікаційної діяльності є:

- 1) індивід;
- 2) група людей;
- 3) соціальна спільнота;
- 4) біологічна пам'ять;
- 5) психічна пам'ять;
- 6) соціальна пам'ять.

7. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) — це:

- 1) покращення іміджу суб'єкта суспільних відносин;
- 2) спеціалізована діяльність відповідних підрозділів державних, політичних, громадських структур;
- 3) наука, що займається організацією комунікаційного простору суспільства;
- 4) спеціалізована галузь менеджменту інформаційно-комуніка-

ційної сфери суспільства, що спрямована на гармонізацію його комунікаційних зв'язків;

5) усе зазначене.

8. Засвоєння соціального досвіду, опанування правових, соціальних норм, професійних навичок у процесі комунікаційної діяльності — це:

- 1) соціальна пам'ять;
- 2) суспільна свідомість;
- 3) соціалізація;
- 4) суспільна діяльність;
- 5) соціально-психологічна культура.

9. Соціально-інформаційним полем політики, що з'єднує всі компоненти політичної сфери суспільства та структурує політичну діяльність, є:

- 1) соціальна комунікація;
- 2) політична комунікація;
- 3) політична культура;
- 4) усе зазначене.

10. Реалізація комунікації з прогнозованою і контрольованою реакцією населення є особливістю:

- 1) сучасної моделі комунікації;
- 2) пропагандистської моделі комунікації;
- 3) іміджевої моделі комунікації;
- 4) психологічної моделі комунікації.

50

Варіант 5

1. Соціальний досвід перетворюється на власні настанови, цінності, орієнтації, засвоєння соціальних норм, ролей, навичок у процесі:

- 1) пізнання;
- 2) адаптації;
- 3) соціалізації;
- 4) впливу суспільно-політичних структур.

2. Створює інформаційні умови для взаємодії всіх суб'єктів та об'єктів політики така функція політичної культури:

- 1) інтеграції;
- 2) соціалізації;
- 3) комунікації;
- 4) адаптації;

- 5) орієнтації;
- 6) ідентифікації.

3. Політичною комунікацією є:

- 1) процес передавання політичної інформації;
- 2) інформація, яка циркулює від однієї частини політичної системи до іншої;
- 3) інформація, яка циркулює між політичною і суспільною системами;
- 4) інформація, яка циркулює між політичними структурами, суспільними групами та індивідами;
- 5) усе зазначене.

4. Бездоказове нав'язування суспільству негативних (з погляду більшості) оцінних категорій з метою компрометації певних суб'єктів політики (партій, індивідів) як спосіб маніпулювання — це:

- 1) брехня;
- 2) замовчування;
- 3) напівправа;
- 4) навішування ярликів;
- 5) упродовження іміджів і кліше.

5. Масова комунікація здійснюється за допомогою специфічних соціально-політичних інститутів через:

- 1) організації;
- 2) неформальні канали;
- 3) засоби масової комунікації;
- 4) усе зазначене.

50

6. Основними функціями політичної комунікації є:

- 1) формування політичної свідомості;
- 2) пріоритетність якостей і цінностей певної культури;
- 3) рівноправність в отриманні інформації;
- 4) інтеграція та регулювання політичних відносин;
- 5) усе зазначене.

7. Система заходів з планування, розміщення й оцінки ефективності іміджевих або рекламних матеріалів у ЗМІ — це:

- 1) паблік рилейшнз;
- 2) медіа-менеджмент;
- 3) брифінг;
- 4) прес-реліз.

8. На використанні візуальних (іконічних) знаків побудовано таку модель комунікації:

- 1) модель Р. Якобсена;
- 2) модель Ю. Лотмана;
- 3) модель У. Єко;
- 4) модель реклами;
- 5) усе зазначене;

9. На тезі, що основою комунікаційного процесу є мова, побудована така психологічна (психотерапевтична) модель комунікації:

- 1) модель З. Фрейда;
- 2) модель К. Юнга;
- 3) модель Ж. Лакана;

10. Формуванню у суспільстві певних настроїв і вкорінення у свідомості громадян певних цінностей та уявлень з метою розширення кола прибічників сприяють:

- 1) соціологічні моделі комунікації;
- 2) іміджеві моделі комунікації;
- 3) пропагандистські моделі комунікації;
- 4) інтернет-моделі комунікації;
- 5) семіотичні моделі комунікації;
- 6) психологічні моделі комунікації;
- 7) усі зазначені.

50

Варіант 7

1. На тезі, що людина отримує інформацію водночас з кількох комунікаційних каналів, побудовано:

- 1) модель нейролінгвістичного програмування;
- 2) модель групової психотерапії;
- 3) семіотичні моделі комунікацій.

2. Термін “соціалізація” наприкінці ХІХ ст. запропонував:

- 1) З. Фрейд;
- 2) Ф. Гіддінгс;
- 3) Ч. Кулі;
- 4) Дж. Міда;
- 5) Т. Парсонс;
- 6) Т. Гоббс.

3. Масова інтерактивність, загальнодоступність, інтегрованість, оперативність характерні:

- 1) для сучасної моделі комунікації;

- 2) пропагандистської моделі комунікації;
- 3) іміджевої моделі комунікації;
- 4) психологічної моделі комунікації;
- 5) Інтернет-меделей комунікації.

4. Спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціалізованого технічного інструментарію називають:

- 1) мас-медіа;
- 2) засоби масової комунікації;
- 3) супутникове, кабельне телебачення;
- 4) відео- та комп'ютерні мережі;
- 5) усі зазначені.

5. Підтримка й сприяння політиці уряду та служіння державі лежить в основі такої концепції діяльності ЗМІ:

- 1) тоталітарної;
- 2) авторитарної;
- 3) “правової концепції”;
- 4) соціальної відповідності преси.

6. Етапами інформаційного процесу є:

- 1) отримання інформації;
- 2) добір інформації;
- 3) тлумачення інформації;
- 4) коментування інформації;
- 5) поширення інформації;
- 6) усе зазначене.

50

7. Управління свідомістю та поведінкою людей в певних політичних, соціальних і економічних інтересах правлячої еліти називають:

- 1) маніпулюванням;
- 2) іміджем;
- 3) рекламуванням.

8. Ознаками типології систем політичної комунікації є:

- 1) базова ідеологія політичної системи;
- 2) технічний рівень передавання інформації;
- 3) гомогенічність;
- 4) мобільність;
- 5) обсяг;
- 6) спрямованість;

7) усе зазначене.

9. Проблеми формування й створення в суспільній свідомості віртуальних образів суспільних інститутів, окремих політичних лідерів вивчас:

- 1) політологія;
- 2) культурологія;
- 3) іміджологія;
- 4) соціальна психологія.

10. На основі сприйняття суб'єкта політики зовнішнім середовищем, виборцями, мас-медіа складається такий вид функціонального іміджу:

- 1) дзеркальний;
- 2) поточний;
- 3) бажаний;
- 4) негативний;
- 5) множинний.

Варіант 8

1. На пристосуванні до різних контекстів реалізації базується такий підхід до формування іміджу:

- 1) функціональний;
- 2) контекстний;
- 3) порівняльний.

50

2. Сучасними версіями процесу соціалізації є:

- 1) модель “підкорення”;
- 2) модель “інтересу”;
- 3) модель “батога і пряника”;
- 4) модель “розвиток соціальної природи людини”.

3. Моніторинг повідомлень ЗМІ та оперативне реагування на негативні випадки конкурентів — це функція:

- 1) прес-служби;
- 2) іміджмейкера;
- 3) фахівця з PR;
- 4) інформаційного менеджера.

4. Регулярна організація зустрічей з журналістами в одному місці, в один і той же час — це:

- 1) прес-конференція;
- 2) брифінг;
- 3) прийом;

4) прес-реліз.

5. Маніпулювання громадською думкою за рахунок надання слова представникам меншості чи замовчування думок більшості є змістом такої соціологічної моделі комунікації:

- 1) двуступенева модель;
- 2) спіраль мовчання;
- 3) модель дифузної теорії;
- 4) модель брамника;
- 5) модель “структура новин”.

6. Інтернет-сайт є засобом масової інформації:

- 1) так;
- 2) ні;
- 3) в окремих ситуаціях.

7. Порівняльний підхід до формування іміджу може реалізуватися через:

- 1) “свідчення”;
- 2) “калейдоскоп контрастів”;
- 3) “позитивні емоції”;
- 4) “досвід”;
- 5) “репортаж”;
- 6) усе зазначене.

8. Банерна реклама— це:

- 1) вид реклами графічного зображення в Інтернеті; 50
- 2) засіб подання інформації, який не має просторових, часових, законодавчих обмежень;
- 3) вид реклами, який використовує мультимедійні можливості комп’ютера.

9. Аналіз документальних джерел з метою відбору факторів для поглибленого розкриття теми характерний для:

- 1) аналітичного огляду;
- 2) експрес-інформації;
- 3) реферативного огляду;
- 4) тематичної підбірки;
- 5) доповіді.

10. Зазначте, в яких напрямках передається інформація неформальними каналами:

- 1) тільки вертикально;
- 2) тільки горизонтально;
- 3) тільки по діагоналі;

- 4) тільки вгору-вниз;
- 5) у всіх напрямках.

Варіант 10

1. Зазначте, які концепції інформації є основними:

- 1) якісна;
- 2) атрибутивна;
- 3) функціонально-кібернетична;
- 4) семіотична (знакова);
- 5) соціальна;
- 6) наукова.

2. Певну культурну однорідність, наявність усталених демократичних традицій і громадського суспільства, що забезпечує рівноправний діалог індивіда і влади, передбачає такий тип соціалізації:

- 1) плюралістичний;
- 2) гармонічний;
- 3) конфліктний;
- 4) гегемоністський.

3. Найпоширенішим видом активної інтернет-реклами є:

- 1) гіпертекстові посилання;
- 2) електронна пошта;
- 3) promotion-сторінки;
- 4) списки розсилки.

50

4. Діяльність соціального об'єкта з виробництва і поширення соціально-політичної інформації, націленої на формування суспільної свідомості, називають:

- 1) соціальною комунікацією;
- 2) масовою комунікацією;
- 3) інформаційною діяльністю;
- 4) інформаційним забезпеченням.

5. Система розподілу повідомлень за темами як вид активної інтернет-реклами — це:

- 1) дошка оголошень;
- 2) телеконференція;
- 3) група новин;
- 4) відкрита розсилка;
- 5) закрита розсилка.

6. Розмістіть одиниці виміру кількості інформації відповідно до вказаних значень — 10 3, 10 6, 10 9 байт:

- 1) Кілобайт;
- 2) Байт;
- 3) Мегабайт;
- 4) Терайт;
- 5) Гігабайт;
- 6) Петабайт;
- 7) Ексабайт.

7. Зазначте, які відомості повинна видавати органу управління система інформаційного забезпечення:

- 1) необхідні для формування мети управління;
- 2) тільки необхідні для формування програми управління;
- 3) про стан об'єкта;
- 4) про стан навколишнього середовища;
- 5) про все зазначене.

8. Зазначте, які з наведених порівняльних характеристик належать до переваг програмованих (програмних) управлінських рішень:

- 1) нове і незвичне;
- 2) часто повторюване і шаблонне;
- 3) незначні наслідки;
- 4) важливі наслідки;
- 5) низький організаційний рівень;
- 6) високий та середній організаційний рівень; 50
- 7) короткий час для розв'язання;
- 8) відносно довгий час розв'язання;
- 9) інформація доступна та достовірна;
- 10) інформацію складно отримати (невідомі джерела).

9. Ефективність управління будь-якими процесами залежить:

- 1) від структури інформаційного забезпечення;
- 2) внутрішніх факторів;
- 3) зовнішніх факторів;
- 4) програми стану об'єкта управління;
- 5) ваша думка.

10. Існують такі класи комунікацій:

- 1) між двома індивідами;
- 2) між індивідом і групою;
- 3) усні;
- 4) письмові;

- 5) всередині групи;
- 6) між рівнями і підрозділами організації.

10. КРИТЕРІЇ, ФОРМИ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни “ Теорія комунікацій ” визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1 (усне опитування, тестування, контрольні роботи)	Модуль 2 Підсумкова оцінка за КПЗ	Модуль 3 Ректорська контрольна робота	Модуль 4 Іспит	Разом
20 %	20 %	20%	40 %	100%

Шкала оцінювання

За шкалою ТНЕУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов’язковим повторним курсом)

11. . Ситуативні завдання до практичних занять з курсу «Теорія комунікацій» (кейси)

Кейс № 1

Тема: *Значення ділового спілкування та основні поняття*

Тип кейсу: *навчальний (змістова модель кейс-завдання і взаємопов'язані підзавдання)*

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Начальник відділу маркетингу фірми «Прогрес» Коноваленко Віктор Степанович проводив нараду з питання щодо управління маркетинговою інформацією. Менеджер відділу, який відповідав за маркетингову інформацію, Степаненко Григорій Іванович, виступив з пропозицією удосконалити систему маркетингових спостережень як джерела зовнішніх маркетингових даних. Він запропонував вмістити в обов'язок всіх співробітників відділу збір даних і оцінку поточної ринкової ситуації. Коноваленко Віктор Степанович ~~50~~ неодноразово переривав виступ Григорія Івановича фразами: «Повторіть ще раз!», «Говоріть повільніше!». Григорій Іванович у відповідь сказав: «Мені здається, що у Вас уже склалася певна думка з даного питання. Ви просто не хочете мене слухати». Віктор Степанович відреагував на критику словами: «Не говоріть із мною подібним чином!».

Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, чи є дане спілкування ефективним? Чому?
2. Які причини неефективного слухання керівником відділу пропозицій підлеглого?
3. До якого типу суджень (або бар'єрів спілкування) ви віднесете висловлення начальника відділу?
4. Що б ви відчули, якби були на місці Григорія Івановича?

Ситуація 2

Керівник організації в спілкуванні зі своїми підлеглими часто вживає фрази: «Вам не слід так робити, чинити», «Це неправильно», «Вам належить показувати приклад у роботі».

Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, чи є спілкування керівника з підлеглими професійним?
2. До якого типу суджень (бар'єрів) ви відносите висловлення керівника організації?
3. Які наслідки такого спілкування?
4. Які наслідки спілкування з підлеглими, якщо керівник буде їм давати поради такого типу «Чому б Вам не сказати так?», «Я б запропонував Вам оскаржити це?».

Ситуація 3

Керівник організації запросив на бесіду свого підлеглого. Причиною бесіди була несвоєчасна підготовка звіту. Керівник організації різко вичитав підлеглому й сказав: «Ще раз повториться подібне – і з Вами все кінчено». Підлеглий намагався пояснити причину того, що сталося, але керівник його не став слухати. Підлеглий засмутився. Керівник у відповідь сказав: «Заспокойтеся, і наступного разу я вас вислухаю». У відповідь підлеглий сказав, що буде скаржитися на грубе відношення до себе. Керівник закінчив бесіду фразою: «Ви пошкодуєте, якщо зробите це. Ви вільні».

Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, чи можна назвати ефективним дане ділове спілкування? Чому?
1. Що саме з'явилося бар'єром у спілкуванні?
2. Як ви думаєте, які наслідки такого спілкування?

Кейс № 2

Тема: Уміння слухати як необхідна умова ефективного спілкування

Тип кейсу: навчальний (змістова модель кейс-завдання і взаємопов'язані підзавдання)

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Петро, випускник фінансово-економічного інституту, працював у контрольно-ревізійному управлінні. Він швидко адаптувався в колективі й вважався комунікабельною людиною, з якою легко було вирішувати службові питання. До того ж Петро любив спостерігати за реакцією своїх співрозмовників, а також реакцією працівників податкової адміністрації на виступи начальника. Він умовно розбив всіх працівників за стилем слухання на наступні групи:

- категоричні співрозмовники; 50
- розважливі співрозмовники;
- співчуваючі співрозмовники;
- аналітичні співрозмовники;
- чуйні співрозмовники.

Питання кейсу:

1. Як Ви думає, які види реакції на розмову й поведінку співрозмовника виявили представники кожної з перерахованих вище груп?
2. Чи є ці реакції «перешкодами» спілкування? Чому?
3. Який із стилів слухання є ефективним? Чому?
4. Від чого ще залежить стиль слухання?
5. Чи може людина змінити свій стиль слухання? Як?

Ситуація 2

Ігор Олександрович Сергєєв одержав несподіване завдання від свого керівника Антоненка Юрія Михайловича. У ході спілкування відбувся наступний діалог:

І.О.: Але послухайте! Це завдання явно не моє! Це вже занадто!

Ю.М.: Чому Ви завжди чимось незадоволені? Га?

І.О.: Дозвольте, це ж несправедливо. Мені завжди дають якісь особливі завдання.

Ю.М.: Так-так! Всім відомо, що Ви перевантажені. Мені набридло це слухати. А тепер ідіть і працюйте!

Питання кейсу:

1. Що хотів сказати Ігор Олександрович своєму керівникові, одержавши від нього несподіване завдання?
2. Як став реагувати на це керівник?
3. Які наслідки такого спілкування?
- 4.

Ситуація 3

Компанія вирішила збільшити обсяг продаж у наступному році шляхом перерозподілу ринків збуту. Один з менеджерів ⁵⁰ фірми не був згодний з ухваленим рішенням і вирішив сповістити про це керівникові. Відбувся діалог:

Менеджер: Я прийшов до Вас, щоб виразити свою незгоду з рішенням фірми про збільшення обсягу продажів шляхом перерозподілу ринків збуту.

Керівник: Можна детальніше?

Менеджер: Незважаючи на невеликий обсяг продажів цього року, ми знову одержали високі завдання на майбутній рік.

Керівник: Що Ви маєте на увазі?

Менеджер: Хоча ніхто з нас не виконав завдання цього року, наступного року ми одержали більш високі завдання шляхом перерозподілу наших ринків.

Керівник: Не могли б Ви пояснити зрозуміліше?

Менеджер: Я маю на увазі, що компанія вирішила скоротити для кожного з нас число районів продажу, одночасно укрупнивши ці

райони. От чому кожному встановлюється більш високе завдання – незалежно від обсягу продажів цього року.

Питання кейсу:

1. Як Ви думаєте, чи професійним було спілкування керівника з менеджером?

2. Які прийоми нереклексивного й рефлексивного слухання були використані керівником?

3. Чому керівник застосував з'ясування як один із прийомів рефлексивного слухання?

4. Які обмеження й труднощі можуть зустрічатися в процесі спілкування?

5. Які ключові фрази варто використовувати в процесі з'ясування?

6. Як Ви думаєте, якою б була реакція менеджера, якби керівник замість питання «Можна детальніше?» задав би питання типу: «Це чому ж?», «Приведіть мені хоча б одну причину», «Чому б і ні?».

7.

Ситуація 4

Постійний і надійний покупець звернувся із претензією про роботу до представника фірми:

Почувець: Дві із шести останніх партій поставлені з тижневим запізненням. День прострочення обійшовся нам в 5 тис. грн. Крім того, поставки запчастин за останніми замовленнями прострочені. Такого раніше не було! Повинен помітити, що й рівень обслуговування став останнім часом набагато нижче. Що відбувається?!

Представник фірми: Ви вважаєте, що ми вводимо Вас у додаткові витрати по всіх статтях: по відвантаженнях машин і запчастин і навіть по обслуговуванню. І Ви хочете знати, у чому тут справа, чи не так?

Почувець: Саме так.

Питання кейсу:

1. Який прийом рефлексивного спілкування був використаний представником фірми? Чому?

2. Які ключові фрази можна використовувати у відповідях, що резюмують?
3. Яке практичне значення має прийом «резюмування»?
4. У яких ситуаціях варто використовувати резюмування?

Кейс № 3

Тема: *Вербальна комунікація*

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей);

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Ви запросили до себе в кабінет підлеглого. Вам необхідно доручити йому важливе завдання, яке потребує попереднього пояснення. Ви відчуваєте, що Ваш співрозмовник напружений і в такому стані навряд чи добре зрозуміє, що від нього потребують.

Питання кейсу:

50

1. Як Ви встановите контакт з ним?
2. Який метод вступу в контакт Ви використаєте при цьому? Аргументуйте свою відповідь.

Кейс № 4

Тема: *Вербальна комунікація*

Тип кейсу: *навчальний (змістова модель кейс-завдання і взаємопов'язані підзавдання)*

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Переформулюйте наведені нижче «Ти-висловлення» в «Я-послання».

Зразок:

Ти-висловлення: «Як ти міг таке сказати!».

Я-послання: «Мені неприємно те, про що ти тільки що сказав».

Питання кейсу:

1. Ти абсолютно неправий.
2. Тільки нечема міг би повірити у це.
3. Завжди ти лізеш не у свою справу.
4. Який ти безтолковий.

Кейс № 5

Тема: *Вербальна комунікація*

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей);

50

Зміст кейсу:

Ситуація 3

Енді Сміт керує компанією Andy's Plumbing Service з свого будинку. Його підприємство маленьке, і в нього нема секретарки. Замість цього для прийому повідомлень від клієнтів, які дзвонять коли його нема дома, а його дружина на роботі, він користується автовідповідачем, який підключений до домашнього телефону. Енді вважає, що автовідповідач потрібен усім, хто, як і він, робить свою роботу сам; однак, він не у захваті від записаних на автовідповідач повідомлень клієнтів.

Як привітання, яке чують ті, хто дзвонять до Енді, звучать слова, записані його дружиною: «Здрастуйте, ви попали до Смітів.

Залиште ваше повідомлення після гудка. Ми передзвонимо вам, як тільки зможемо».

Нижче наведено 10 типових повідомлень, які записані на автовідповідачі:

- Привіт, Енді. Це Дейв. Передзвони мені при нагоді.
- (нема повідомлення).
- Здрастуйте... Гм. Я затрудняюся. Ви пам'ятаєте ту нову трубу, що ви встановили на минулому тижні. Трубу для холодної води. Мені здається, що з нею щось не так. Вона виглядає доволі безглуздо. Мене це турбує. Чи повинен я перекрити воду? Я не можу перекрити воду, тому що я завантажив багато одягу і діти не в школі, вони хворіють. Я не знаю, що робити. Стає мокро, щось схоже протікає. Я на Мейн-стріт, білий будинок на розі. Будь ласка, приходіть скоріше.
- (нема повідомлення).
- (нема повідомлення).
- (нема повідомлення).
- Здрастуйте Andy's Plumbing Service. Будь ласка, передзвоніть мені за телефоном 555-1212. Дякую.
- (нема повідомлення).
- Привіт, Енді. Ти був правий з приводу вентиля, який, як ти сказав, ось-ось вийде з ладу. Він вийшов. Подзвони мені, коли зможеш. Це Карл Енсмінгер. До п'яти дзвони мені на роботу.

Питання кейсу:

1. Проаналізуйте привітання, яке записане Енді на автовідповідач. Що ви можете запропонувати, щоб покращити його?

2. Що ви думаєте з приводу великої кількості дзвінків, коли ті, хто дзвонив не залишали повідомлення?

3. Проаналізуйте повідомлення, які залишені на автовідповідачі Енді. Чому кожне з них змусить Енді виконати додаткову роботу?

4. Якщо в вас проблеми з водопроводом, і ви хочете повідомити Енді, яке повідомлення ви залишите на автовідповідачі, щоб швидко отримати на нього відповідь?

Кейс № 6

Тема: Техніка невербального спілкування

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей);

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Уявіть собі, що Ви обговорюєте важливу тему з колегою. У процесі спілкування Ви звернули увагу на явну невідповідність слів невербальним сигналам Вашого співрозмовника. **50**

Питання кейсу:

Як Ви відповісте на «суперечливі сигнали».

Ситуація 2

Ваш колега просить Вас підняти коробку й переставити її в інше місце. Своє прохання він супроводжує наступними жестами долоні: а) положення долоні уверх, б) положення вказуючого перста. (Див. малюнок) Допустимо, що при цьому він використовував одні й ті самі слова, промовляючи їх одним тоном голосу і з одним й тим самим виразом обличчя.

Питання кейсу:

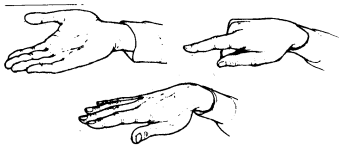
1. Що означає положення відкритої долоні вверх?
2. Що означає положення вказуючого перста?
3. Як би Ви відреагували на прохання Вашого колеги у цих ситуаціях?

Кейс № 7

Тема: Техніка невербального спілкування

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей);

Зміст кейсу:



Ситуація 3

На одній з нарад обговорювалось спірне питання – ставлення **50** корпорації до своїх агентів з продажу. Одного з агентів попросили виступити. Як тільки він став до трибуни, усі менеджери закинули ногу на ногу. Агент метав громи й блискавки з приводу низької якості менеджменту і сказав, що, на його думку, це призведе до кадрових проблем.

Потім виступаючий змінив тему, висловив свою думку про те, які повинні бути взаємовідносини між двома сторонами. Відразу, як по команді поза менеджерів змінилась. Після виступу агент сів, відкинувся на спинку стільця, і зайняв позу, закинувши ногу на ногу так, що зігнута нога нагадувала цифру «4». (Дивись малюнки)

Питання кейсу:

1. Що означають пози, які зображені на малюнках?



2. Як слід, на ваш погляд, вести себе з людиною, яка сидить, закинувши ногу на ногу і обхопив ногу руками?



Кейс № 8

Тема: *Техніка невербального спілкування*

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей);

Зміст кейсу:

Ситуація 4

Ви ведете переговори. Наприкінці бесіди ви спитали свого партнера, яке рішення він думає прийняти. Ваш співрозмовник знімає окуляри і закладає дужку оправи у рот (малюнок зліва). Потім він знову надіває окуляри.



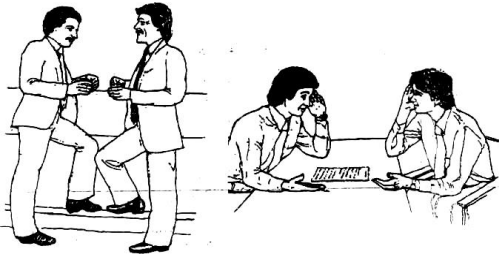
Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, що означає жест «маніпулювання окулярами» (малюнок вище)?

2. Як слід вам вчинити, коли ваш партнер знімає окуляри і закладає дужку оправи у рот?
3. Як слід вам вчинити, коли ваш співрозмовник знову надіває окуляри?

Ситуація 5

Під час офіційного прийому ви звернули увагу на те, що деякі люди, що спілкуються між собою сиділи чи стояли в однакових позах і повторювали жести один одного, неначе у дзеркалі (дивись малюнок).



Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, які почуття виражають співрозмовники один одному за допомогою жесту «віддзеркалювання»?
2. Що вам необхідно зробити, щоб встановити повне взаєморозуміння зі своїм підлеглим чи керівником?

50

Ситуація 6

Ваш співрозмовник у розмові з вами прикриває рот рукою, прижимає великий палець до щоки, як це показано на малюнку.

Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, про що свідчить жест «рука-до-обличчя»?
2. Про що свідчить жест «рука-до-обличчя» у момент мовлення співрозмовника?
3. Про що свідчить жест «рука-до-обличчя», коли людина прикриває рота рукою під час слухання іншого?
4. Як слід себе поводити, якщо під час вашого виступу ви побачите, що той хто слухає вас тримає руку біля рота?

Ситуація 7

Ваш співрозмовник уважно слухає вас. В один із моментів він швидко, майже непомітно торкнувся до ямочки під носом, як це показано на малюнку (дивись нижче).



Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, чому ваш співрозмовник використав жест «торкання до носу»?
2. Які почуття намагається приховати ваш партнер, якщо під час своєї промови використовує жест «торкання до носу»?

Ситуація 8

Ваш співрозмовник під час бесіди з вами іноді натягнуто посміхається, стиснув зуби. При цьому він відводить погляд у бік, потираючи віко пальцем (дивіться малюнок).

Питання кейсу:

1. Які почуття відчуває співрозмовник, який потирає віко пальцем?
2. Як ви відреагуєте на цей жест?

Ситуація 9

Ваш співрозмовник у середині бесіди з вами потирає вухо (дивіться малюнок нижче).

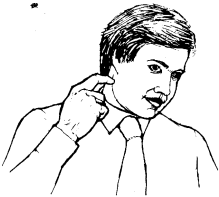
Питання кейсу:

1. Які почуття намагається виразити співрозмовник за допомогою жесту «потирання вуха»?
2. Як ви відреагуєте на цей жест?



Ситуація 10

Ваш співрозмовник, який слухає вас, робить п'ять почухувань, як це показано на малюнку. При цьому він говорить: «Я добре розумію, що ви відчуваєте».



Питання кейсу:

1. Як ви думаєте, про що говорить жест «почухування тіла»?
2. Як ви повинні відреагувати на жест «почухування тіла»?

Ситуація 11

50

Ваш співрозмовник під час бесіди кладе пальці (сигарети, ручки і т. ін.) до рота (дивіться малюнок).

Питання кейсу:

1. Які почуття виражає жест «пальці у роті»?
2. Як ви повинні поводити себе в цій ситуації?

Кейс № 9



Тема: Процес ділового спілкування

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей);

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Вам призначена зустріч із керівником компанії. Ви маєте намір обговорити з ним серйозні проблеми, пов'язані з роботою відділу, яким Ви керуєте.

Питання кейсу:

1. Як Ви думаєте, чи треба Вам підготуватися до зустрічі чи Ви повністю розраховуєте на експромт?
 2. Які етапи включає підготовка ділового спілкування?
 3. Як Ви думаєте, чи треба Вам враховувати особливості співрозмовника? Якщо так, - що саме Вам необхідно врахувати?
 4. Як Ви розробите стратегію ділового спілкування?
 5. Як Ви розробите тактику ділового спілкування?
 6. Які методи побудови аргументації Ви використовуєте?
- Як Ви підготуєте робочий план майбутньої комунікації?

Ситуація 2

Відомо, що спосіб домовленості про час і місце передбачуваної бесіди залежить від міжособистісних позицій договірних сторін і від передбачуваних стратегічних установок: «приставка зверху», «приставка знизу», «приставка на рівних». Представте себе в ролі керівника, підлеглого, а також колеги рівного Вам за службовим статусом.

50

Питання кейсу:

1. Які б стратегічні установки Ви використовували в цих ситуаціях?
2. Як би Ви сформулювали свій намір домовитися про час і місце зустрічі в кожній із ситуацій?

Ситуація 3

У роботі Вашого відділу, яким Ви керуєте, виникла серйозна проблема, пов'язана з необхідністю поновлення комп'ютерної техніки. Ви знаєте, що питання, пов'язані із придбанням устаткування, вирішує тільки керівник фірми. Ви маєте намір піти до нього й домогтися позитивного рішення проблеми. Єдиний спосіб домогтися успіху - правильно побудувати процес ділового спілкування.

Питання кейсу:

1. Як Ви будете вести себе на початку бесіди, щоб установити контакт?
2. Які методи вступу в контакт Ви використаєте?
3. Як Ви сформулюєте мету Вашого візиту?
4. Як Ви будете викладати свою точку зору?
5. Як Ви зафіксуєте домовленість?
6. Як Ви вийдете з контакту?
7. Як Ви думаєте, чи потрібно Вам проаналізувати хід бесіди з керівником після її завершення? Чому?
8. На які питання Ви повинні відповісти в ході аналізу результатів бесіди?

Ситуація 4

Ви проводите ділові переговори. Ви помітили, що Ваш партнер у мить прийняття рішення починає вагатися.

Питання кейсу:

Що Ви зробите для успішного завершення переговорів?



Кейс № 10

50

Тема: Процес ділового спілкування

Тип кейсу: науково-дослідний (одержання нових знань).

Зміст кейсу:

Завдання розраховане на вирішення теоретико-прикладних питань. Порівняйте наведені нижче висловлення, в яких міститься критична оцінка діяльності працівника. Оцініть їх з точки зору дотримання правил проведення проблемної бесіди.

1) «Я бачу, Сергію, що твоя робота над новою математичною грою для дітей рухається згідно з графіком. Це рідко буває у нашій

фірмі. Твої програми відмінно зроблені з педагогічної точки зору, мені це підтвердили вчителі, які їх вже використовували. Правда, наші конкуренти теж оживилися в останній час. Може, є сенс внести деякі зміни у нашу комп'ютерну графіку? Я хотів би, щоб ти у найближчий час обговорив з колегами можливі дії. Я не сумніваюсь, що у вас виникнуть конструктивні пропозиції».

2) «Ну, що ж, Сергію, графіка у програмі, над якою ти працюєш, не йде ні в яке порівняння з тим, що роблять наші конкуренти. Може, тобі це завдання не по силам? Чи тобі наплювати на успіх нашої фірми?»

Питання кейсу:

Розгляньте ці висловлення з точки зору їх мотивуючого впливу на роботу працівника.

Кейс № 11

Тема: Види ділових контактів. Організація і проведення різних видів ділових контактів

Тип кейсу: навчальний (змістова модель кейс-завдання і взаємопов'язані підзавдання)

Зміст кейсу:

50

Ситуація 1

Менеджер з персоналу спеціально підготувався до бесіди. Він подбав про свій зовнішній вигляд, проводячи співбесіду при прийомі на роботу, поділив її на три частини: вступну, основну, заключну.

На вступну частину відвів близько 15% часу для створення атмосфери взаєморозуміння. Опитування почав з теми, що цікавить обидві сторони, при цьому всіляко підбадьорював опитуваного, уникав негативних оцінок і критичних зауважень, проявляв дружельюбність й інтерес до особистості претендента.

В основній частині менеджер уміло управляв бесідою. Кандидат говорив сам, а менеджер в основному уважно слухав.

Намагаючись виключити будь-який прояв агресивності, переваги, владності стосовно співрозмовника. У ході бесіди менеджер намагався визначити: чи досить кваліфікований кандидат для даної роботи; чи бажає він виконувати роботу при існуючих умовах; які мотиви й сповідуванні цінності у претендента; чи є цей кандидат найбільш підходящим з усіх інших.

Менеджер не тільки намагався одержати інформацію про кандидата для прийняття рішення про вибір найбільш підходящої для фірми особи. Він розповів претендентові про фірму, її успіхи й традиції, вимоги до персоналу. Менеджер намагався не допускати стилістичних помилок, ясно висловлювати свої думки. Він стежив за своєю мовою й дикцією, був тактовний і ввічливий.

У ході бесіди менеджером вдалося виявити наступні сторони претендента:

Позитивні: досить висока кваліфікація й досвід роботи; гарні аналітичні й творчі здібності; відмінне здоров'я;

Негативні: відсутність особистих кар'єрних планів, чітких цілей, пасивність, індиферентність, незрілість, які, однак, сполучалися з небажанням починати роботу у фірмі з молодших посад, наміром одержати одразу занадто багато; невпевненість у собі й неврівноваженість, нервозність, надмірна увага до грошової винагороди, зацікавленість тільки в одержанні матеріальних благ; деяка скритність, нещирість, які проявлялися – невербально та вербально – в ухиленні від прямої відповіді; погані висловлювання про організації, в яких кандидат працював раніше, і про їхніх керівників.

У заключній частині бесіди менеджер не став одразу сповіщати кандидата про негативне рішення, що за його рекомендацією було прийнято й повідомлено кандидатові пізніше. Він підвів підсумки розмови й пояснив подальший хід прийому на роботу.

Питання кейсу:

1. Чи можна роботу менеджера вважати успішною й правильно організованою?
2. Чи достатньо інформації в описі ситуації для прийняття рішення про наймання?

Кейс № 12

Тема: Види ділових контактів. Організація і проведення різних видів ділових контактів

Тип кейсу: науково-дослідний (одержання нових знань).

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Багатонаціональна корпорація «Сатурн» почала свої операції в Україні зі створення трьох спільних підприємств: СП «Схід», «Центр» і «Захід». На одній з перших нарад по визначенню стратегії управління цими компаніями, проведеною регіональним віцепрезидентом, було прийнято рішення про необхідність навчання всіх керівників основам управління фінансами. Розробка програми й організація проведення навчання була доручена регіональному директору з людських ресурсів.

Після трьох місяців напруженої спільної роботи фінансистів зі штаб-квартири «Сатурна» і викладачів місцевої школи управління була створена п'ятиденна програма, яка розкриває основи управління фінансами в сучасній корпорації, пояснює специфіку компанії, а також порівнює американську систему бухгалтерського обліку з вітчизняною. Директор з людських ресурсів залишився дуже задоволений програмою і надіслав листа до кожного зі спільних підприємств із пропозицією направити по 5 керівників на перший курс навчання. На превеликий подив наступного дня він побачив відповідь одного з директорів, що відмовився надіслати своїх співробітників на «невідоме йому навчання». Директор з людських

ресурсів звернувся до нього з відповідним листом, зажадавши виконати рішення віце-президента, а також докладно описавши завдання і зміст програми. Через три дні була отримана відповідь, в якій директор СП повідомляв, що його керівники «ще не дозріли для цієї програми». У результаті на першій програмі навчалися 10, а не 15 чоловік, і корпорація зазнала фінансових збитків.

Питання кейсу:

Розберіть ситуацію у малих групах. Дайте відповіді на питання:

1. У чому причини конфлікту? Прокоментуйте позиції сторін.
2. Як ви оцінюєте дії директора з людських ресурсів? Як ви оцінюєте дії директора СП?
3. Як можна було б уникнути конфлікту?
4. Що має робити в такій ситуації директор з людських ресурсів?

Ситуація 2

Підприємство «Марічка» зареєстровано як товариство з обмеженою відповідальністю 5 років тому. Контрольний пакет акцій належить директору. Підприємство виробляє швейні вироби широкого асортименту для жінок: сукні, костюми, спідниці, брюки, блузки та інші. Продукція фірми реалізується через роздрібну та оптову торгівлю, мережу супермаркетів, butikів, що продають одяг, та у власному салоні-магазині. Наявність власного салону дозволяє приймати індивідуальні замовлення клієнтів та демонструвати останні розробки дизайнерів фірми.

Основні покупці продукції фірми «Марічка»: приватні особи середнього достатку віком від 20 до 55 років; торгівельні організації, які продають одяг.

В умовах зростаючої конкуренції фірма «Марічка» приблизно рік тому почала відчувати утруднення з реалізацією своїх товарів. Продаж через великі супермаркети створював проблеми внаслідок затримки (до півроку) оплати проданого товару. Продаж продукції через власний салон-магазин виявився не дуже ефективним, тому що

він був мало відомим у місті і призначався, насамперед, для приймання індивідуальних замовлень. Салон займає приміщення приблизно 100 м² у центрі міста, розташований на першому поверсі і складається з трьох приміщень. Перше приміщення – демонстраційна зала, де виставлена остання колекція одягу і на столиках лежать журнали мод. Тут же розташована примірна кабінка для індивідуальних клієнтів. У другому приміщенні – салоні – працює закрійник. Він приймає клієнтів, оформлює замовлення. Тут же, у виробничому приміщенні, працюють четверо кравців. Третє приміщення використовується під склад. В ньому працює один кладовщик.

Виробничі приміщення фірми розташовані неподалік від станції метро «Вокзальна». В них працює 41 людина, з них приблизно 90% - жінки. Право на приміщення оформлено договором оренди.

За останні 4 місяці фінансовий стан фірми значно погіршився. Це сталося внаслідок деяких причин, а саме:

- За цей час не було підписано жодного договору з новим магазином.

- Не було жодного замовлення на оптові поставки.

- Втрачені пільги у постачальника бавовняних тканин внаслідок несвоєчасної оплати поставленої партії.

- З останньої колекції моделей одягу, що була поставлена фірмою у великі супермаркети, одна третина не була розпродана протягом місяця. Товарознавці супермаркетів звернули увагу на застарілі моделі фірми і попередили, що відмовляться від закупівлі виробів попередніх колекцій у тій же кількості, як і раніше.

На погіршення фінансового становища фірми вплинули також складні стосунки між керівниками фірми. А саме: Директор з маркетингу приймав рішення без погодження з іншими, розглядаючи свою діяльність як найбільш важливу. Це часто створювало складні ситуації для виробництва. Положення ускладнювалось недостатньо оперативним відслідкуванням змін у структурі попиту.

Що стосується директора салон-магазину, то ці обов'язки виконував досвідчений закрійник, який свою задачу бачив насамперед в тому, щоб якісно обслуговувати індивідуальних клієнтів. В той же час, розвиток фірми та її становище вимагали, щоб у салон-магазині активно вели продаж готового одягу та регулярно проводили показ нових колекцій із запрошенням на них оптових покупців. Чисельні спроби директора змінити становище нашттовхувалися на пасивний опір і небажання міняти звичний стиль роботи.

Тому було вирішено провести зміни у керівництві підприємством. З цією метою було звільнено директора з маркетингу і прийнято рішення змінити директора салону-магазину.

Питання кейсу:

1. Складіть перелік питань для інтерв'ю з кандидатом на посаду директора салону-магазину.
2. Розробіть для себе пам'ятку, на що ви будете звертати особливу увагу у поведінці претендентів під час проведення інтерв'ю. Аргументуйте відповідь.

Кейс № 13

50

Тема: Імідж ділової людини

Тип кейсу: навчальний (змістова модель кейс-завдання і взаємопов'язані підзавдання)

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Проаналізуйте і обговоріть наступні положення щодо професійного іміджу.

1. Дивіться людям в очі.
2. Ваше рукостискання повинно бути твердим.

3. Говоріть сильним голосом.
4. Не будьте скритним.
5. Одягайтесь ретельно.
6. Не сутультесь, не горбтесь.
7. Будьте охайним й акуратним.
8. Дозволяйте собі жестикулювати.
9. Посміхайтесь.

Питання кейсу:

1. Наскільки ви згодні (чи не згодні) з кожним з них?
2. Чому?

Ситуація 2

Коли Марина була студенткою, вона багато годин провела над роздумами над тим, де вона хотіла б працювати після закінчення університету. Коли вона навчалась на останніх курсах, в неї з'явилась можливість поступити до інтернатури з паблік рілейшнз в одну лікарню. За час, що провела у лікарні, вона зрозуміла, що хоче займатись паблік рілейшнз і маркетингом у сфері охорони здоров'я.

Лікарня, в якій Марина проходила інтернатуру, знаходилась у невеликому містечку, і атмосфера в ній була домашня. Багато співробітників носили на роботу милій, але повсякденний одяг. Проте працювали професійно, і, завдяки своїм зусиллям, Марині вдалось багато чого досягти. На жаль, у цій лікарні, для Марини, не було можливості залишитись після закінчення інтернатури та університету. Тому по закінченню інтернатури вона почала пошуки роботи. Незабаром, після закінчення Мариною університету, її начальниця з інтернатури повідомила про посаду фахівця у сфері паблік рілейшнз і маркетингу в одній з лікарень великого міста. Марині здалось, що її мрії про роботу здійснюються.

Ця лікарня знаходилась у місті, яке було населене переважно службовцями. Більшу частину населення представляли високоосвічені люди, які працювали на підприємствах аерокосмічної промисловості. Ця лікарня пишалася тим, що вона підтримувала високопрофесійний імідж. Тому вчинки і зовнішній вигляд працівників повинен відповідати цьому іміджу.

Співбесіда Марини йшла дуже добре. По кожному питанню вона виказувала тверезі судження й давала обдумані відповіді. Вона явно демонструвала, що має достатньо знань і навичок, щоб справитись з важкими задачами цієї посади. Однак щось було не так. Вона відчувала, що в людей, які проводили з нею співбесіду, залишалися якісь сумніви з приводу її кандидатури.

Наступного дня після співбесіди колишній начальниці Марини подзвонив менеджер з персоналу цієї лікарні. Він спитав, чи нема яких-небудь обставин, які дозволили б їм прийняти рішення про відмову в прийомі Марини на роботу. Керівниця інтернатури сказала, що не знає таких обставин, і здивувалась, чому їй задають таке питання. Тоді менеджер з персоналу сказав, що Марина дуже добре відповідала на питання, але прийшла на співбесіду в дуже модному светрі й слаксах. Співробітники госпіталю були стурбовані тим, що Марина вряд чи зможе представляти їх перед громадськістю у тому світі, в якому вони хотіли б. Тому, скоріш за все, вони не зможуть прийняти її на роботу.

Питання кейсу:

1. Яких помилок припустилась Марина при підготовці до співбесіди?
2. Чи слід колишній начальниці Марини подзвонити їй і надати пораду?
3. Яку пораду дали б Марині ви?
4. Чи може щось зробити Марина, щоб врятувати свій шанс отримати цю роботу?

Кейс № 14

Тема: *Діловий етикет: принципи і функції*

Тип кейсу: *навчальний (змістова модель кейс-завдання і взаємопов'язані підзавдання)*

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Керівник відділу реклами фірми «Глобус» Сопко Микола Петрович доручив Сергію, молодому й талановитому художникові відділу, підготувати пропозиції реклами нового виду послуг. Сергій підготував ряд проєктів і в назначений час прийшов у кабінет Миколи Петровича. Микола Петрович, розвалився у кріслі, і запропонував Сергію сісти. Бесіда переривалася телефонними дзвінками, що відволікало увагу. Крім того, Микола Петрович під час бесіди дуже пильно дивився на Сергія, що ставило його в незручне положення.

Питання кейсу:

1. Як Ви думаєте, чи ефективним було спілкування? Чому?
2. Які помилки допустив Микола Петрович?
3. Яких умов, на Ваш погляд, необхідно дотримуватись, щоб уважно вислухати підлеглого?
4. Якими прийомами спілкування повинен володіти керівник, щоб спілкування з підлеглими було ефективним?

Кейс № 15

50

Тема: Діловий етикет: принципи і функції

Тип кейсу: практичний (алгоритм дій з перевіркою проміжних відповідей)

Зміст кейсу:

Ситуація 1

Мораль і етика бізнесу, що зароджується в Росії, знайшли відбиття в документі, розробленому Російською товарно-сировинною біржею й названому «Етичні вимоги, що висувуються до брокерів Російської товарно-сировинної біржі». Ці вимоги обов'язкові для всіх службовців РТСБ і брокерських контор. Документ формулює вимоги,

які висуваються до бізнесменів не тільки в професійній діяльності, але й в особистому житті, у побуті.

Положення перше: «Стався з повагою до влади». «У всьому повинен бути порядок. Влада – необхідна умова порядку в суспільстві». «Проявляти повагу потрібно на всіх рівнях спілкування. Ставитися з повагою тільки до свого керівника або до рівним по положенню людям недостатньо, те ж вправі вимагати і підлеглі». Отже, головне – поважне відношення до людей. Це повністю в душі відповідної заповіді християнства і вірно за своєю суттю: без поваги до інших бізнесменом не стати.

Положення друге: «Будь цілеспрямованим». Різні нації мають різні звичаї в бізнесі. В одному регіоні хабар буде розглядатися як подарунок, в іншому – уважатися хабаром. Але в будь-якому місці обман – це обман. Тому не слід допускати двозначних ситуацій, що ведуть до ускладнень.

Третє положення називається: «Не розділяй слово і справу». Тут зафіксоване наступне: «Ділова людина вважається діловою, якщо вміє дотримувати слова, тобто виконувати свої обіцянки й поручительства. При діловому спілкуванні не можна довільно користуватися значеннями слів. На переговорах ⁵⁰ переважно обходитися словами із чітко вираженим змістом, що не мають різночитань. Мова брокера не повинна бути незрозуміла й тим більше груба. Вульгарна мова викликає в співрозмовника негативну реакцію, а також насторожене відношення до мовця і, отже; до брокерської контори, що той представляє».

Положення четверте: «Приділяй час відпочинку й міркуванням про своє життя». Зокрема, сказано: «Прибуток, одержуваний брокерською конторою, залежить не тільки від ефективної й творчої праці її працівників, але і від стану їхнього здоров'я. Нормальний відпочинок та відновлення сил працівників гарантує брокерській конторі високий дохід».

У п'ятому положенні «Надавай повагу старшим» є пункт, на який хочеться особливо звернути увагу: «Вік не є визначальним, і тому неприпустима дискримінація, заснована на віці».

Наступне положення: «Будь постійний у сексуальних відносинах у шлюбі». «Компанія не має ніякої влади над родиною, а міцна родина і гарні відносини в ній впливають на роботу й, отже, гарна родина – запорука процвітання компанії». «Особистість повинна прагнути до міцної родини і повинна бути відповідальна за свій дім». І на закінчення: «Сексуальні відносини поза шлюбом... є неприйнятними».

Головне для бізнесмена — його репутація. У дев'ятому положенні «Будь чесний і правдивий» із цього приводу сказано: «Гарна репутація це не тільки неприпустимість неправди, але й допомога іншим людям у тім, щоб уникнути обману... Чесність і правдивість – це основні блоки в будівлі ефективного управління, високого прибутку і гармонічних міжособистісних відносин... Відхилай безчесні пропозиції. Дбайливо стався до доброго імені Біржі, своєї брокерської контори і до свого ближнього. Чини вірно, і гарна репутація забезпечена».

Десяте положення: «Поважай право приватної власності». «Система вільного підприємництва приносить вигоду тільки тому, хто віддає їй всі свої сили». Тільки дисциплінована, працююча, творча й завбачлива людина може одержати від роботи і задоволення, і матеріальний вигаш.

50

«Повага, престиж, благополуччя – це результати роботи. Але це не ціль. Ціль – це максимальне використання своїх сил і здатностей. Заробітна плата й інші винагороди – це компенсація витрачених зусиль. Вигідно стимулювати новаторство й ініціативу».

Питання кейсу:

Проаналізуйте вимоги, які висуваються до співробітників Російської товарно-сировинної біржі, і визначте, які з них ви вважали б доцільним застосувати до своєї фірми; що ви могли б додати до прописаних вище вимог і якою мірою ви самі готові виконувати у своїй роботі, житті зазначені етичні норми.

Ситуація 2

«Дмитро, ти представив себе в резюме у неправдивому світлі і, скоріш за все, попадешся».

«Світлано, люди завжди підкреслюють свої кращі якості в резюме. Передбачається, що ти спробуєш прикрасити себе».

«Це у деякій мірі справедливо, але нечесно писати, що твій середній бал 3,0 і що у тебе є необхідний досвід роботи».

«Я просто округлив 2,86 до 2,9, а 2,9 – це майже 3,0. Крім того, до моменту закінчення у мене, можливо, буде 3,0. І хто сказав, що моя робота з продажу гамбургерів не містить прихований натяк на функції менеджера? Підприємства хочуть отримати співробітників з оптимістичним поглядом на речі, які можуть бачити світлі сторони життя. Просто я покращив їх враження про себе».

«Ти дуже прикрашаєш факти. Це неетично».

«А ти усе ускладнюєш. Краще б ти приберегла свої уявлення про бізнес-етику для себе».

Дмитро відчуває себе у пастці.

50

Питання кейсу:

1. Як би вчинили ви?
2. Наскільки можна перебільшувати дані в резюме, не заходячи дуже далеко?
3. Якщо якась організація виявляє перебільшення в резюме, що вона, скоріше за все, зробить? Що, якщо вона буде сприймати це як неприховану брехню?

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Актуальні проблеми формування та розвитку європейського інформаційного простору : кол. моногр. / за заг. ред. Є.Б. Тихомирової. Луцьк : ВМА «Герен», 2012. 354 с.

2. Абрамович С. Мовленнєва комунікація : підручник / С. Абрамович, М. Чикарькова. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 472 с.

3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. 2-ге вид., доп. К. : ВЦ «Академія», 2009. – 346 с.

4. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Учеб. Пособие для вузов . М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 270 с.

5. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика . М., 1989.

6. Бебик В.М. Основи теоретичної та практичної політології. Київ, 1994.

7. Бебик В.М. Політичний маркетинг і менеджмент . Київ, 1996.

8. Войтасик Л. Психология политической пропаганды . М., 1981.

9. Вандишев В.М. Риторика: Експурс в історію вчень і понять: Навч. посібник . К. : Кондор, 2003. 264 с.

10. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации : Учебник для вузов / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352 с.

11. ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М., 1989

12. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. М.: ЧеРо, 1997. 344 с.

13 Денисюк, С. Г. Комунікологія : навчальний посібник. Вінниця :

ВНТУ, 2015. 102 с.

14. Кизилова В.В. Теорія і практика мовленнєвої комунікації [Текст] : навч. посіб. Для студ. вищ. навч. закл. Луганськ : ДЗ "ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. 183 с.

15. Коробанов Ю.М. Теорія та практика комунікацій [Електронний ресурс] : навч. посіб. : у 3 ч. / Ю. М. Коробанов, А. Ю. Коробанов. – Електрон. дан. (1093 кб). Миколаїв : НУК, [2011]. (Навчальний посібник).

16. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми: Сумський державний університет, 2011. 187 с.
17. Макаренко Є.А. Віртуальна дипломатія : підручник / Є.А. Макаренко, Н.О. Піпченко. К. : Центр вільної преси, 2010. 302 с.
18. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. М., 1996 .
19. Основы теории коммуникации: Учебник / под ред. проф. М.А. Василика. М.: Гардарики, 2003. 615 с.: ил.
20. Пелепейченко Л. М. Основи теорії мовної комунікації: навчальний посібник. Х. : Акад. ВВ МВС України, 2007. 130 с.
21. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам. М. : Эксмо, 2005. 288 с.
22. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. 2-е вид., доп. К. : Видавничий центр "Київський ун-т", 1999. 307с.
23. Потелло Н. Я., Скиртач Г. Є. Українське ділове мовлення і спілкування : навч. посіб. К. : МАУП, 2003. 440 с.
24. Стернин И. А. Основы речевого воздействия : Учебное издание. Воронеж: "Истоки", 2012. 178 с.
25. Різун, В. В. Лінгвістика впливу [Текст] : монографія / Різун В. В, Непійвода Н. Ф., Корнєєв В. М. К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський ун-т", 2005. 148 с.
26. Сагач Г.М. Мистецтво ділової комунікації. — К., 1995.
27. Токарська А. С., Кочан І. М. Культура фахового мовлення правника : навч. посібник. Львів : Світ, 2003. 312 с.
28. Томан І. Мистецтво говорити / І. Томан; пер. з чеськ. В. І. Романця. – 2-е вид. –К. : Політвидав України, 1989. 293 с.
29. Чалдини, Р. Психологія впливання. 4-е междунар. изд. СПб. : Питер, 2002. 288 с. : ил. (Серия "Мастера психологии").
30. Чорненький Я. Я. Українська мова (за професійним спрямуванням). Ділова українська мова / Теорія. Практика. Самостійна робота : навчальний посібник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. 304 с.
31. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення : підручник. К. : Літера ЛТД, 2003. 480 с.

Додаткова література

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити: посібник / за заг. ред. Олександри Сербенської. Львів : Світ, 1994. 152 с.
2. Антонечко-Давидович Б. Д. Як ми говоримо. К. : ВД “Академія”, 1994. 254 с.
3. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділового спілкування. К. : АртЕк, 2000. 192 с.
4. Ботвина Н. В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : навч. посібник. К. : АртЕк, 1999. 264 с.
5. Грищенко Т. Українська мова та культура мовлення. Вінниця : Нова книга, 2003. 472 с.
6. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у професійному спілкуванні : навчальний посібник. К. : Міжнародна агенція “BeeZone”, 2004. 336 с.
7. Діденко А. Н. Сучасне діловодство : навч. посібник. К. : Либідь, 2000. 384 с.
8. Ділові папери та документи підприємницької діяльності / упор. В. Л. Кулініченко. К. : Укр. центр духовної культури, 1996.
9. Жук Г. М. Числівник у мові професійного спілкування : навчально-методичний посібник. Тернопіль : Greg, 2005. 32 с.
10. Жук Г. М. Терміни, професіоналізми та стійкі синтаксичні словосполучення у мові професійного спілкування. Тернопіль : Greg, 2005. 28 с.
11. Закатов А. Ложь и борьба с нею. Волгоград: Нижне-Волжское книжное издательство, 1982. 192 с.
12. Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне “я”. К. : ВЦ “Академія”, 2001. 240 с.
13. Коваль А. П. Ділове спілкування. К.: Либідь, 1992. 280 с.
14. Кочан І. М., Токарська А. С. Культура рідної мови. Л. : Світ, 1996. 232 с.
15. Масенко Л. Т. Мова і суспільство : постколоніальний вимір. – К. : Вид. дім “КМ Академія”, 2004. 163 с.
16. Михайлюк В. О. Українська мова професійного спілкування. К. : Професіонал, 2005.
17. Мозговий В. І. Ділова українська мова в державному управлінні. Ч. 1. Загальний курс. – Донецьк : Технопарк ДонДТУ “УНІТЕХ”, 2005. 412 с.

18. Мозговий В. І., Вергазова Л. Г. Ділова українська мова в державному управлінні. Частина II. Практичний курс. Донецьк : Технопарк ДонДТУ “УНІТЕХ”, 2005. 158 с.
19. Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. Практикум / Погиба Л. Г., Грибінченко Т. О., Баган М. П. К. : Либідь, 2004.
20. Пономарів О. Культура слова : Мовностилістичні поради : навч. посібник. К.: Либідь, 1999. 240 с.
21. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підручник. – Тернопіль : навч. книга Богдан, 2000. 248 с.
22. Сербенська О. Культура усного мовлення : практикум. К. : Центр навчальної літератури, 2004. 216 с.
23. Сліпушко О. Українська мова й етапи кар’єри ділової людини. К. : Криниця, 1999. 199 с.
24. Соколовська Ж. П., Власенко В. В., Щербачук Л. Ф. У ділове спілкування – державну мову. К. : Грамота, 2004. 296 с.
25. Томан Іржі. Мистецтво говорити. К. : Україна, 1996. 269с.
26. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс : підручник. К. : Літера ЛТД, 2003. 448 с.

КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

АДРЕСАНТ – один із комунікантів; той, хто породжує висловлення, тобто мовець або автор тексту. У дискурсі відбувається розщеплення адресанта на реальну особистість того, хто породжує повідомлення; функцію адресанта (автора) як відображення в тексті його світогляду, оцінок, позицій і сприйняття такої функції реальним адресатом.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 14.

АДРЕСАТ – один із комунікантів, на якого спрямована й розрахована мовленнєва дія того, хто породжує висловлення, тобто співрозмовник або читач, реципієнт повідомлення. Залежно від способу адресованості реальний адресант може бути конкретним, груповим або масовим за умови адресованості будь-кому.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 15-16.

БАГАТСТВО МОВЛЕННЯ – одна з якостей мовлення, ознака високої мовної компетенції людини. Багатство мовлення полягає у використанні великої кількості мовних одиниць (слів, словосполучень, речень), різних за змістом і будовою, відсутності невиправданих повторень слів, однотипних синтаксичних конструкцій. Багатство мовлення пов'язане із ⁵⁰змістовністю, послідовністю, точністю, виразністю, доречністю, правильністю інформації (усної чи писемної), які формуються на основі літературної мови як акумулятора людських знань.

Словник-довідник української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 20.

БАР'ЄР СЕМАНТИЧНИЙ – розбіжність смислів висловлених вимог, прохань і т.п. у партнерів у спілкуванні, що ускладнює взаєморозуміння.

БРЕЙНШТУРМ – "мозкова атака" – методика стимуляції творчої активності та продуктивності.

БРИФІНГ – коротка, стисла за часом, інструктивна зустріч офіційних осіб з журналістами по якомусь питанню, присвячена викладенню позицій уряду.

БЕКГРАУНДЕР – поточна інформація, яка не містить сенсації.

ВЕРБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ – цілеспрямована лінгвопсихоментальна діяльність адресанта й адресата у процесі інформаційного обміну та впливу на співрозмовника за допомогою знаків природної мови. Інформаційний обмін передбачає передачу різних змістів: денотативного, конотативного, прагматичного, естетичного і т. ін. - і спонукає до певної «відповідної» дії. Вплив адресата має на меті коригування його актуальної поведінки, зміну структур і сценаріїв свідомості, психологічних станів, оцінок тощо.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 58.

ВИРАЗНІСТЬ МОВЛЕННЯ – комунікативна якість писемного чи усного мовлення. Полягає в доборі мовленнєвих одиниць (слів, речень), що найточніше, оригінально, переконливо передають думку висловлювання, привертають увагу читачів або слухачів, впливають на їхні емоції та почуття. В основі В. м. лежать деяка незвичність, новизна, своєрідність.

Словник-довідник української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 28.

ВНУТРІШНЄ МОВЛЕННЯ (ЕНДОФАЗІЯ) – механізм розумової діяльності людини; беззвучне мовлення, основними функціями якого є опрацювання й усвідомлення інформації, планування програми майбутнього мовленнєвого висловлювання.

Выготский Л.С. Мышление и речь // Собр. соч. – М., 1982.; Лурия А.Р. Язык и сознание / под ред. Е.Д. Хомской. – Ростов-н/Д., 1998.; Синиця І.О. Психологія усного мовлення учнів 4-8 класів. – К., 1974.

ВНУТРІШНІЙ ЛЕКСИКОН – вербалізована частина етносвідомості чи свідомості носія мови, організований упорядкований фонд номінативних одиниць і знань, які вони позначають.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 68.

ВОЛОДІННЯ МОВОЮ – вміння виражати заданий зміст різними способами; розрізнити зовнішньо схожі, але різні за значенням висловлювання і знаходити спільне значення у зовнішньо різних висловлюваннях; відрізнити правильні мовні структури від неправильних; вибрати з усіх можливих мовних засобів такий, який найбільшою мірою відповідає соціальним, територіальним та іншим особливостям ситуації спілкування і з найбільшою повнотою виражає особистісні характеристики її учасників.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 14.

ГІПЕРТЕКСТ – 1) особливий метод побудови інформаційних систем, що забезпечує прямий доступ до інформації на підставі логічного зв'язку між її блоками; 2) система представлення текстової та мультимедійної інформації у вигляді мережі пов'язаних між собою текстових й інших файлів, яка застосовує нелінійний, асоціативно-фрагментарний і мережний принципи репрезентації інформації; 3) особливий універсальний інтерфейс, що характеризується високим ступенем інтерактивності.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 86.

ГРАМАТИЧНІ НОРМИ – поділяються на морфологічні (правильне вживання морфем) і синтаксичні (усталені зразки побудови словосполучень, речень). **50**

Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посібник. – К.: Літера, 2000. – С. 6.

ДИСКУРС – сукупність взаємопов'язаних висловлювань (текстів), що реалізуються в певних соціально-культурних, часових і просторових умовах з урахуванням діяльності учасників комунікації (адресата й адресанта); процес вербального й невербального спілкування. Мінімальною одиницею Д. є мовленнєвий акт.

Зеленько А.С. Українська енциклопедія юного філолога (мовознавця). – Луганськ, 2000. Штерн І.Б. Енциклопедичний словник для фахівців з теоретичних гуманітарних дисциплін та гуманітарної інформатики. – К., 1998. Єрмоленко С.Я., Бибик С.П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. – К., 2001.

ДИСКУСІЯ – усна (або писемна) форма організації мовлення, у процесі якої розглядаються протилежні точки зору; комунікативна

взаємодія групи учнів, що організовується для обміну думками, обговорення спірного питання.

Форми навчання в школі: кн. для вчителя / Ю.І. Мальований, В.Є. Римаренко, Л.П. Вороніна та ін.; за ред. Ю. Мальованого. – К., 1992. Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол.авторів за ред. М.І. Пентилюк. – К.: Ленвіт, 2003.

ДИСПУТ – форма організації попередньо підготовленого публічного обговорення складного суперечливого питання (про переглянутий кінофільм, виставу тощо), у ході якої наявні різні (іноді протилежні) погляди. Диспутом називають форму навчання (урок), що будується на основі заздалегідь підготовленої дискусії й передбачає обговорення складного питання. Мета диспуту – надати можливість колективно пройти шляхом пошуку істини.

Томан Іржі. Мистецтво говорити. – К., 1989. Форми навчання в школі: кн. для вчителя / за ред. Ю.І. Мальованого. – К., 1992.

ДІАЛОГ – форма мовлення; ситуаційно зумовлене спілкування двох або кількох осіб, комунікативні ролі яких інверсуються (мовець стає адресантом, а адресат перетворюється на мовця, адресатом якого є перший мовець), за умови визнання учасниками спілкування спільної мети й напрямку комунікації.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 128.

ДІЄВІСТЬ МОВИ – комунікативна якість такої мови, що спонукає адресата до зміни поведінки — зовнішньої (вчинків, дій) чи внутрішньої (думок, поглядів, настроїв).

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 17.

ДІЛОВА БЕСІДА – форма ділової комунікації, що припускає обговорення, дискусію з метою досягнення єдиного консенсусу між сторонами діалогу.

ДІЛОВІ ПЕРЕГОВОРИ – процес партнерської взаємодії, метою якого є отримання взаємовигідних результатів.

ДЕСТРУКТИВНИЙ – неефективний, неплодотворного, руйнівний.

ДЖЕНТЛЬМЕНСЬКА УГОДА – прийняте в міжнародній практиці найменування договору, що укладається в усній формі і без офіційних формальностей, але неухильно дотримуватися.

ДИЛЕМА – скрутний вибір між двома можливостями.

ДОРЕЧНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови; добір, організація мовних засобів, що роблять мову відповідною меті, умовам, ситуації спілкування. Розрізняють доречність *стильову, контекстуальну, ситуативну, особистісно-психологічну*.

ДОРЕЧНІСТЬ МОВЛЕННЯ – неодмінна ознака стилістично досконалого, довершеного, бездоганного за своїм змістом і структурою мовлення, яка найбільше відповідає тій конкретній ситуації, за якої і задля якої реалізується мовлення.

Дудик П.С. Стилістика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр „Академія”, 2005. – С. 355.

ДОСТАТНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови, яка виражає поняття кількості мовної інформації і відповідає вимогам певного функціонального стилю літературної мови, логічній завершеності думки.

Дудик П.С. Стилістика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр „Академія”, 2005. – С. 355.

ДОСТУПНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови; здатність даної форми мови бути зрозумілою комунікантам, полегшувати сприйняття вираженої інформації; відповідність повідомлення комунікативній сприйнятливості.

Дудик П.С. Стилістика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр „Академія”, 2005. – С. 355.

ДОЦІЛЬНІСТЬ МОВИ – комплекс комунікативних якостей, який виникає у процесі спілкування. Доцільність зумовлюється **мовною свідомістю, функціональними стилями, соціальними ролями, ситуацією спілкування, різноманітністю комунікативних завдань та умов.**

Дудик П.С. Стилістика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр „Академія”, 2005. – С. 355.

ЕКСПРЕСИВНІСТЬ – ознака інтенсифікації значення слів за шкалою зменшення чи збільшення денотативних і конотативних ознак, зокрема логічного змісту, оцінок й емотивності. Експресивність переважно пов’язується з різними видами оцінок й емоціями суб’єкта мовлення й є засобом увиразнення тексту. Експресивність у цьому значенні вважається ширшою за емоційність за рахунок експресивізації логічних компонентів.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 140.

ЕМОЦІЙНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови, що виражає індивідуальний лад почуттів, переживань, настроїв, суб'єктивне ставлення особистості до висловлюваного, уникання експресивного дисонансу.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 143.

ЕСТЕТИЧНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови; оптимальний відбір й організація відповідно до комунікативних умов і завдань самого змісту, оптимальне мовне оформлення змісту, гармонія та цілісність тексту, якісність його зовнішнього оформлення у писемній формі і виконання в усній.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 11.

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМУНІКАЦІЇ – комунікативний параметр, що визначає досягнення комунікативного співробітництва (кооперації) між адресантом й адресатом і спрямований на такий спосіб організації концептуальної структури тексту, який сприяє розумінню тексту з мінімальними зусиллями для читача.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 152.

ЗМІСТОВНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови, що визначається інформаційним наповненням висловлюваного, відповідністю його темі повідомлення. **50**

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 24.

ЗМІСТОВНІСТЬ МОВЛЕННЯ – глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з наявною інформацією цієї теми; різнобічне та повне розкриття теми, уникнення зайвого.

Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посібник. – К.: Літера, 2000. – С. 12.

ЗМІСТОВНО-КОНЦЕПТУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ – різновид текстової інформації, яка породжується й інтерпретується шляхом складної синтетичної конденсації й когнітивної переробки змісту на підставі авторського задуму чи інтерпретаційного фільтра читача. З. і. повідомляє про індивідуально-авторське осмислення відношень змістовно-фактуальної інформації, розуміння зв'язків причини й наслідку представлених у тексті подій, усвідомлення їх значущості в житті людини й народу. З. і. є глобальною, перерваною,

експліцитно-імпліцитною, адже вона поширена в цілому тексті пунктирно і репрезентована піковими моментами вербалізації.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 167.

ЗМІСТОВНО-ПІДТЕКСТОВА ІНФОРМАЦІЯ – різновид текстової інформації, яка ґрунтується на вербальній організації тексту й формується шляхом її змістовної модифікації без збільшення знакового обсягу.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 167.

ЗМІСТОВНО-ФАКТУАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ – різновид текстової інформації, яка є повідомленням про факти, події, процеси, явища у текстовому, змодельованому авторською свідомістю світі. Оптимізує інформаційний баланс тексту й читача, оскільки вона легше сприймається, не потребує залучення допоміжної інформації, ґрунтується на досвідних знаннях адресантів, їхньому розумінні явищ дійсності.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 167.

ІДІОЛЕКТ (від гр. *idios* — свій, своєрідний, особливий і (діалект), індивідуальний стиль) – сукупність формальних і стилістичних особливостей, характерних для мови окремої людини. Властиві кожному мовцеві манера висловлюватися, ⁵⁰ спілкуватися у різних ситуаціях, своєрідний словник.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 24.

ІМІДЖ – цілеспрямовано сформований образ (якої-небудь особи, явища, предмета, фірми), покликаний надати емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами тощо

ІНТЕНСИВНІСТЬ МОВЛЕННЯ (від лат. *intensio* – напруження, посилення) – сила вимови звуків, слів, мовних тактів, що залежить від амплітуди коливань голосових зв'язок і пов'язана з особливостями мовного дихання.

Краткий психологический словарь / Сост. Л.А. Карпенко; под общ. ред. А.В. Петровского. – М.: Политиздат, 1985. – С. 121.

ІНТЕРАКТИВНІСТЬ – текстово-дискурсивна категорія, представлена суб'єктно-об'єктно-суб'єктною взаємодією адресанта й адресата на підставі знакового континууму тексту, інтенцій,

стратегій, тактик комунікації та програми адресованості повідомлення тексту.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 185.

КОМУНІКАНТ – особистість, яка здійснює комунікативний акт передачі інформації або сприймає й інтерпретує її.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 232.

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНЦІЯ – здатність мобілізувати різноманітні знання мови (мовну компетенцію), паравербальних засобів, ситуації, правила норм спілкування у відповідних контекстах чи ситуаціях. Комунікативна компетенція передбачає володіння не лише знаннями, а й уміннями й навичками побудови інтенційно-стратегічної програми комунікації, дотримання її і контролю за нею у процесі спілкування; орієнтації на співрозмовника, передбачення його реакції; вибору мовних і паравербальних засобів комунікації і їхнього декодування; подолання комунікативних перешкод, усунення комунікативних шумів, виходу із комунікативного цейтноту тощо. К. к. складається з мовленнєвої компетенції (уміння застосовувати знання мови на практиці, користуватися мовними одиницями), мовної компетенції (знання одиниць мови та правил їх поєднання), предметної компетенції (уміння на основі активного володіння ⁵⁰ базальною лексикою відтворювати в свідомості картину світу), прагматичної компетенції (здатність до здійснення мовленнєвої діяльності, зумовленої комунікативною метою, до вибору необхідних форм, типів мовлення, урахування функціонально-стильових різновидів мовлення).

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 69.; Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 233.

КОМУНІКАТИВНА ПОВЕДІНКА – сукупність правил і традицій вербального і невербального спілкування, що склалися в тому або іншому соціумі і реалізуються у процесі комунікації.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 70.

КОМУНІКАТИВНИЙ НАМІР (ІНТЕНЦІЯ) – конкретно визначена мета висловлювання мовця, що є регулятором мовленнєвої поведінки партнерів. На визначення комунікативних намірів впливають мотивація, потреба, умови ситуації та ін.

Словник-довідник української з лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 72.

КОМУНІКАТИВНІ ЯКОСТІ МОВИ – реальні властивості, характеристики її змістового наповнення і формального вираження, що складаються на основі певних типів відношень (“мова — мовлення”, “мова — мислення”, “мовлення — дійсність”, “мова — людина (адресат)”, “мова — умови спілкування” та ін.). Розрізняють такі комунікативні якості мови: *правильність, точність, логічність, чистота, образність, виразність та ін.*

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000.

КОМУНІКАЦІЯ (від лат. *com* типісо — спілкуюсь з кимось) – спілкування, передача інформації, думок, почуттів, волевиявлень людини. Розрізняють міжособистісну, масову комунікацію – за типом відносин між учасниками; мовленнєва (письмова й усна) – за засобом; в) паралінгвістична (жести, міміка); г) речово-знакова (продукти виробництва, образотворчого мистецтва та ін.).

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. 50– Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000.

КОНТАКТНЕ (ОСОБИСТІСНЕ) СПІЛКУВАННЯ – це таке спілкування, у процесі якого в людини, яка вступає в контакт, проявляється доброта як якість її особистості. Основна мета особистісного спілкування – забезпечення існування і представлення його внутрішнього світу, а тим самим і особистості. В умовах контактного спілкування виробляються специфічні межі не лише зовнішньої поведінки, а й „дозволеного” та „очікуваного” в цій групі розкриття внутрішнього світу особистості на межі її суверенності.

Загальна психологія: навч. посібник / О. Скрипченко, Л. Долинська, З. Огороднійчук та ін. – К.: „А.П.Н.”, 2002. – С. 399.

КОНТЕКСТ – сукупність умов висловлювання. Контекст може бути явним (експліцитним) – вербальним і невербальним, таким, що підлягає спостереженню, прихованим (імпліцитним), таким, що не підлягає безпосередньому спостереженню. У процесі навчання мови необхідно враховувати обидва види контексту: аналізувати мовні

одиниці у взаємозв'язку та взаємозумовленості, з урахуванням ситуації спілкування, розуміти прихований зміст висловлювання.

Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 224.; Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 73.

КРЕАТИВНІСТЬ – 1) мовна здатність людини породжувати і розуміти безкінечну кількість висловлень з огляду на кінцеве число мовних засобів; 2) принцип залучення нової інформації, отримання нових знань і створення нових позначень цих знань.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 269.

КУЛЬТУРА – це сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених усіма видами перетворюючої діяльності людини і суспільства.

Мойсеюк Н.Є. Педагогіка: навчальний посібник. – 4-те видання, доповнене. – К., 2003.

КУЛЬТУРА МОВИ – наука, що вивчає функціонування мови з суспільстві з погляду її нормативності й передбачає правила користування літературною мовою: правила вимови, наголошення, слововживання, формотворення, побудови словосполучень і речень К. м. сприяє реальному втіленню в мовній практиці норм літературної мови, проведенню цілеспрямованої мовної політики. К. м. вивчає якості мовлення, забезпечує розвиток комунікативних умінь і навичок учнів, засвоєння таких якостей мовлення, як точність, логічність, чистота, виразність, образність та ін.

Пентиліук М.І. Культура мови і стилістика. – К.: Вежа, 1994.

КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ – дотримання літературних норм вимови, наголошення, слововживання, побудови словосполучень, речень, текстів; нормативність усної й писемної мови, що виражається в її правильності, точності, ясності, чистоті, логічності, доречності, виразності, а також у різноманітності граматичних конструкцій, багатстві словника, дотриманні в писемному мовленні орфографічних і пунктуаційних норм.

Пентиліук М.І. Культура мови і стилістика. – К., 1994.

ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГІЧНІ НОРМИ – норми вживання слів і фразеологізмів у властивому їм значенні і норми сполучуваності слів і фразеологізмів з іншими словами в реченні.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

ЛЕКСИЧНІ НОРМИ – узагальнене вживання словесних одиниць у відповідному значенні.

Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С. Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 107.

ЛІТЕРАТУРНА МОВА – 1. Наддіалектна, унормована, відшліфована форма загальнонародної мови, яка характеризується поліфункціональністю, стилістичною диференціацією і тенденцією до регламентації. Літературна мова обслуговує основні сфери діяльності, культурні потреби народу. 2. Це найдосконаліша форма загальнонародної мови, яка відзначається високим ступенем нормативності і має розгалужену систему функціональних стилів.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 34.

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ – різновид комунікації, протиставлений монокультурній комунікації, який характеризується належністю співрозмовників до різних культур.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля. – К., 2006. – С. 348.

МІЖМОВНА ПОЛІСЕМІЯ – багатозначність, наявність кількох значень у мовній одиниці, характерне кільком мовам.

Літературознавчий словник-довідник / Р.П. Гром'як, Ю.І. Ковалів та ін. – К.: ВЦ „Академія”, 1997. – С. 560. (Nota bene)

МІЖСОБИСТІСНЕ СПІЛКУВАННЯ – характерне для первинних груп, в яких усі члени підтримують між собою безпосередні контакти і спілкуються один із одним.

Загальна психологія: підручник для студентів вищих навч. закладів / С.Д. Максименко, В.О. Зайчук та ін.; за заг. ред. акад. С.Д. Максименка. – К.: Форум, 2000. – С. 144.

МОВА – 1. Система знаків із закодованими у ній результатами пізнання людиною дійсності (система правил), система специфічних національних особливостей, характеристик. 2. Складне суспільне явище, в якому розрізняють такі ознаки: а) найважливіший засіб людського спілкування та об'єднання людей у спільноту; б) засіб самоідентифікації й вираження ментальності нації; в) засіб формування й розвитку думки, здійснення пізнавальної діяльності.

Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001; Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 37.

МОВЛЕННЄВА КОМПЕТЕНЦІЯ – складова комунікативної компетенції; діяльність людини, спрямована на розуміння або створення тексту (усного чи писемного), що здійснюється в процесі мовленнєвої діяльності.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 83.

МОВЛЕННЄВА СИТУАЦІЯ – сукупність позалінгвістичних чинників, що зумовлює потребу у висловлюванні. М.с. може створюватися штучно на уроці з метою розвитку комунікативних умінь і навичок.

М. с. забезпечує мотивацію навчання української мови, стимулює мовленнєву активність учнів.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 83.

МОВЛЕННЄВИЙ ВПЛИВ – мовленнєва дія адресанта. Керована цільовою установкою мовного спілкування. Спрямована на зміну поведінки, психологічних станів, свідомості адресата, оцінки ним певного явища і т. ін.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 355.

МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ – мікросистема національно-специфічних стереотипних стійких формул спілкування, прийнятих суспільством для встановлення контакту співрозмовників, дотримання або ж припинення спілкування.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 84.

МОВЛЕННЄВИЙ ЖАНР – одиниця мовлення як системно організованої репрезентації мови, дискурсивний інваріант, зразок ідеальної природи, що характеризується певним тематичним змістом, композиційною структурою, відбором фонетичних, лексико-фразеологічних, граматичних, стилістичних засобів й інтенційно-прагматичними особливостями.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 356.

МОВЛЕННЄВІ ПОМИЛКИ – ненавмисні відхилення мовлення від норм мовної системи й узусу сфери спілкування, стилістичних норм, не викликані зміненими станами свідомості, патологією.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 359.

МОВЛЕННЄВІ УМІННЯ – уміння аналізувати тексти-взірці різних типів і стилів мовлення, визначати функції мовних одиниць у тексті, створювати власні висловлювання відповідно до мовленнєвої ситуації.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 85.

МОВНА ДІЯЛЬНІСТЬ – мовне спілкування в конкретних ситуаціях, у яких реалізується необмежена можливість створення нових змістів, нових текстів із обмеженої кількості одиниць мовної структури.

Єрмоленко С. Я., Бибик С. П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред.. С. Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – 224 с.

МОВНИЙ ЕТИКЕТ – національно-специфічні правила мовної поведінки, що реалізуються у прийнятих суспільством ситуаціях "ввічливого" контакту із співбесідником.

Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика. – К., 1994.

МОВНА ОСОБИСТІСТЬ – це такий носій мови, який добре володіє системою лінгвістичних знань (знає поняття і відповідні правила), репродукує мовленнєву діяльність, має навички активної роботи зі словом, дбає про мову і сприяє її розвитку. Мовна особистість – мовець, який забезпечує розширення функцій мови, творення україномовного середовища в усіх сферах суспільного життя, виявляє природне бажання повернутися у повсякденному спілкуванні до рідної мови, до відродження культури, традицій народу, до вироблення зразків висококультурного інтелектуального спілкування літературною мовою.

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
Єрмоленко С., Мацько Л. Навчально-виховна концепція вивчення української (державної) мови // Дивослово. – 1994. - №7. Методика навчання рідної мови в середніх навчальних закладах / за ред.

М.І. Пентилюк. – К., 2000. Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол.авторів за ред. М.І. Пентилюк. – К.: Ленвіт, 2003.

МОВНА САМОСВІДОМІСТЬ – усвідомлення людиною самої себе як мовної особистості, своєї мовної діяльності в соціумі.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. –Тернопіль: навчальна книга-Богдан, 2000.

МОВНА СТІЙКІСТЬ – таке суспільно-політичне явище, в основі якого перебувають національні традиції; національна свідомість та солідарність; національна культура, духовна і матеріальна; національний мир і співробітництво з іншими народами, що живуть на території відповідного народу.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів.-Тернопіль: Навчальна книга-Богдан, 2000.

МОВНЕ ЧУТТЯ – мовний смак, що забезпечує ефективну комунікативну діяльність мовця, знання ним норм сучасної літературної мови в їх зіставленні зі стильовими нормами, в зіставленні з історично мінливими літературними нормами. М. ч. ґрунтується на знанні словника національної мови, володіння граматичними законами.

Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Тодор О.Г. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред.. С. Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – 224 с. **50**

МОНОЛОГ – розгорнуте висловлювання однієї особи, звернене до однієї людини або певного колективу одночасно для повідомлення інформації, впливу або спонукання до дії.

Словник-довідник з української лінгводидактики. Навчальний посібник / Кол. авторів за ред. М.Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С.88.

МОРФОЛОГІЧНІ НОРМИ – норми словозміни самостійних частин мови (іменників, прикметників, числівників, займенників, дієслів).

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшній, О. Сербенська, З.Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

НЕВЕРБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ – цілеспрямований процес інформаційного обміну, знаковими системами якого можуть бути біологічно доцільні поведінкові сигнали тварин, спрямовані на сумісну адаптацію до навколишнього середовища, парамови жестів і

міміки, математична й комп'ютерна символіка, мистецтво, гра, телепатичний зв'язок і т. ін.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 412.

НЕВЕРБАЛЬНЕ СПІЛКУВАННЯ – обмін інформацією за допомогою несловесних засобів.

Словник-довідник української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 93.

НОРМАТИВНА МОВА – сукупність мовних засобів, що відповідають системі мови й сприймаються її носіями як зразок суспільного спілкування у певний період розвитку суспільства. Нормативна мова – головна категорія культури мов, а також важливе поняття загальної теорії мови.

Українська мова. Енциклопедія. – К.: Видавництво „Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана”, 2004. – С. 240.

ОБРАЗНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови, орієнтована на виникнення додаткових асоціативних зв'язків, тобто вживання слів і словосполучень у їх незвичному оточенні, зокрема, їх переосмислення у тропах.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 94.

50

ОПОСЕРЕДКОВАНЕ СПІЛКУВАННЯ – це комунікація, в яку включена проміжна ланка – третя особа, технічний засіб або матеріальна річ. Опосередкування може бути репрезентоване телефоном як засобом зв'язку, написаним текстом (листом), адресованим іншій людині або посередником.

Загальна психологія: підручник для студентів вищих навч. закладів / С.Д. Максименко, В.О. Зайчук та ін.; за заг. ред. акад. С.Д. Максименка. – К.: Форум, 2000. – С. 145.

ОРАТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО (від лат. orator з oro — говорю) – майстерність виголошення усного слова, що ґрунтується на засвоєнні основних положень риторики, а також особистих якостях мовця. Див. жанри ораторського мистецтва.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 45.

ОРФОГРАФІЧНІ НОРМИ – це система загальноприйнятих правил написання слів і їх значущих частин, правил написання слів окремо, разом чи через дефіс, правил уживання великої літери.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

ОРФОЕПІЧНІ МОВНІ НОРМИ – усталені способи, зразки, вимови окремого звука, найрізноманітніших поєднань звуків, які характеризуються, пояснюються у формі мовноорфоепічних правил.

Дудик П.С. Стилістика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр „Академія”, 2005. – С. 361.

ОФІЦІЙНЕ СПІЛКУВАННЯ - (лат. officialis – урядовий, службовий), в якому кожний учасник намагається відповідати своїй соціальній ролі, підтримувати стриманий тон, дотримуватися всіх формальностей.

Десяева Н.Л., Лебедева Т.А., Ассуирова Л.В. Культура речі педагога: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. Заведений / Н.Л. Десяева, Т.А. Лебедева, Л.В. Ассуирова. – М.: Издат. центр «Академия», 2003. – С. 10.

ПАРАВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ КОМУНІКАЦІЇ – супровідні для вербального мовлення знакові засоби, що відіграють значну роль у процесі спілкування, зокрема реалізують протишумову програму мовлення, доповнюють й уточнюють його, надають емотивності й експресивності і т. ін.

50

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 441.

ПАУЗА – (лат. pausa, від гр. pauses – припинення, зупинка в мовленні) – коротка перерва в мовленні, у звучанні музичного твору; один із елементів інтонації, що бере участь у звуковій організації речення та його частин (членуванні, виділенні відокремлених членів тощо). Пауза може бути синтаксична. Попереджувальна, розділова.

Короткий тлумачний словник української мови / уклад. Д.Г. Гринчишин, Л.Я. Гумецька, В.Л. Карпова та ін. – К.: Рад. школа, 1978. – С. 181; Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 122.

ПЛЕОНАЗМ (від гр. pleonasmus — надмірність, перебільшення) – 1) багатослів'я, зворот, який містить у собі зайві слова з однаковими чи близькими значеннями; 2) стилістична фігура, яка

будується як нагромадження синонімічних висловів, утворених з близькозначних слів.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 49.

ПОСЛІДОВНІСТЬ МОВЛЕННЯ – логічність та лаконічність думки.

Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посібник. – К.: Літера, 2000. – С. 12.

ПРАВИЛЬНІСТЬ МОВЛЕННЯ – повна відповідність мовлення нормам літературної мови, одна з основ мовленнєвої культури.

Дудик П.С. Стилїстика української мови: навчальний посібник. – К.: Вид. центр „Академія”, 2005.

ПРОФЕСІЙНЕ ЧИТАННЯ – звернення до текстів, що містять фахову інформацію.

Десяева Н.Л., Лебедева Т.А., Ассуїрова Л.В. Культура речі педагога: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. Заведений / Н.Л. Десяева, Т.А. Лебедева, Л.В. Ассуїрова. – М.: Издат. центр «Академия», 2003. – С. 22.

ПУНКТУАЦІЙНІ НОРМИ – це система загальноприйнятих правил уживання розділових знаків.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

ПУРИЗМ (від лат. *purus* — чистий) – надмірне прагнення до очищення літературної мови від іншомовних запозичень, неологізмів, а також намагання вберегти літературну мову від проникнення лексичних чи граматичних елементів, які стоять за межами норми (розмовних, просторічних, діалектних та ін.). Позитивною рисою пуризму є піклування про самобутній розвиток національної літературної мови і літератури, звернення до багатств рідної мови, використання її лексичних і словникових надбань.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 54.

РЕЦЕПЦІЯ – (лат. *receptio* - прийняття) – сприймання мовцем (читачем, слухачем) інформації, зумовлене його попереднім досвідом та мовною компетенцією.

Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 147

РЕЦИПІЄНТ – (від лат. *recipiens* - той, що отримує, приймає) – той, хто сприймає мовну інформацію.

Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 147.

РИТОРИКА (гр. *rhētorikē* — ораторське мистецтво) – філологічна дисципліна, що вивчає способи побудови художньо виразної мови; наука красномовства, ораторське мистецтво. Її місце на стику цілого ряду дисциплін — філософії, логіки, психології, лінгвістики, етики, сценічної майстерності, літературознавства. Риторика інтегрує в собі змістові компоненти цих наук.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт, 2003. – С. 111; Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 56.

РИТОРИЧНЕ ЗАПИТАННЯ – стилістична фігура виразності й емоційності мови, яка у формі запитання передає ствердження чи заперечення.

Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 148.

РИТОРИЧНЕ ЗВЕРТАННЯ – стилістична фігура, що будується як висловлювання, адресована до неживого предмета, абстрактного поняття, відсутньої особи тощо.

Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С.Я. Єрмоленко. – К.: Либідь, 2001. – С. 148.

СИНТАКСИЧНІ НОРМИ – норми побудови синтаксичних конструкцій – словосполучень і речень.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

СЛОВЕСНИЙ НАГОЛОС – виділення одного складу слова за допомогою артикуляційних засобів, властивих даній мові, - м'язової напруженості мовного апарата, збільшення сили видиху, зростання тривалості. Основною функцією словесного наголосу є фонетичне об'єднання звуків у слово. Наголос виконує також диференціовальну функцію: розмежовує як суто лексичне значення графемно тотожних слів (*обід — обід, плакати — плакати*), так і граматичне значення графемно тотожних слів (*пера-пера, води-водії, насипати - насипати*).

Словник української мови. В 11 т. – Т. IX. – К., 1978. Державні стандарти базової і повної середньої школи // Освіта України. –

2003. - № 1-2. – 14 січня. Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол.авторів за ред. М.І. Пентилюк. – К.: Ленвіт, 2003.

СПІЛКУВАННЯ (КОМУНІКАЦІЯ) – своєрідна форма зв'язку людей у процесі їхньої пізнавально-трудової діяльності, обмін інформацією, що здійснюється за допомогою різних засобів, насамперед мови, а також дорожніх знаків, світлових, колірних, звукових сигналів, предметів-символів тощо. Засоби передачі інформації, тобто засоби спілкування поділяються на вербальні (словесні) та невербальні (несловесні). Невербальні засоби спілкування – це жести, міміка, рухи, погляд, поза, а також різні несловесні символи й знаки.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт, 2003. – С. 119.

СПОСОБИ СПІЛКУВАННЯ – засоби регулювання інтерактивності в комунікації. Виділяють десять способів спілкування: *домінантний*, що виражає прагнення знизити статус обличчя співрозмовника; *драматичний*, що характеризується перебільшеною емоційністю мовлення; *дискусійний*, який передає прагнення довести якусь тезу, положення; *заспокійливий*, спрямований на зниження тривожності спілкування; *вражаючий*, що має на меті вразити, здивувати, шокувати співрозмовника; *точний*, який характеризується точністю, недвозначністю висловлень; *уважний*, що виражає зацікавленість, увагу до партнера; *дружній* – як заохочення до подальшого спілкування; *відкритий* – як щире вираження власної думки, почуттів; *натхненний*, що передбачає часте використання жестикуляції, міміки тощо.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 574.

СПРИЙНЯТТЯ МОВЛЕННЯ – психічний процес упізнання інформації, що передається, звірення її з наявними у свідомості знаками, подальша обробка й розуміння.

Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. – Полтава: Довкілля – К., 2006. – С. 574.

СТИЛІСТИЧНІ НОРМИ – норми вживання в тому чи іншому функціональному стилі властивих йому мовних засобів.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

СТИСЛІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови; прагнення виразити максимальну за обсягом інформацію мінімальною кількістю усіх мовних засобів.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

СУРЖИК – мовний покрuch, мішанина двох мов. Суржик виник в українській мові у результаті тривалої русифікації, частого вживання русизмів. Інколи неможливо визначити, якою мовою (українською чи російською) послуговується людина.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт, 2003. – С. 120.; Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 67.

ТЕКСТ (від лат. *tekstum*— тканина, зв'язок, побудова) – повідомлення, яке складається з кількох (чи багатьох) речень і має певну змістову і структурну завершеність.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт, 2003. – С. 123.; Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 68.

ТОЧНІСТЬ МОВИ – комунікативна якість мови; адекватність слова і позначуваного ним предмета, адекватність змісту мови і виражених у ній понять. 50

Сагач Г. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. – К., 2003.

ТОЧНІСТЬ МОВЛЕННЯ – знання й використання у мовленні точних слів, словосполучень, зафіксованих у спеціальних довідниках. Треба прагнути виражати думку адекватно предмету, що є важливою передумовою якісного, ефективного мовлення, дієвої комунікації. Негативне враження може викликати та ділова людина, яка байдужа до точного вживання термінів, багатозначних слів, паронімів. Це іноді призводить до зниження її інтелектуального, професійного авторитету, професійних втрат на вході-виході інформації.

Сагач Г. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. – К., 2003.

ФАТИЧНЕ СПІЛКУВАННЯ – спілкування, у процесі якого співбесідники встановлюють (тобто привертають увагу до себе як до учасника спілкування), підтримують або переривають контакт.

Серед засобів фатичного спілкування, які використовуються педагогами, використовуються такі, як будь ласка, дякую, спасибі.

Десяева Н.Л., Лебедева Т.А., Ассуирова Л.В. Культура речи педагога: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. Заведений / Н.Л. Десяева, Т.А. Лебедева, Л.В. Ассуирова. – М.: Издат. центр «Академия», 2003. – 192 с.

ФОРМИ МОВЛЕННЯ – усне і писемне мовлення, що співвідноситься між собою. Для форм мовлення характерні такі ознаки: змістовність, ясність, точність, логічна послідовність, переконливість, правильність і т. ін., у той самий час вони мають свої особливості. Усне мовлення первинне за своїм походженням, а писемне – вторинне, усне мовлення відтворюється за допомогою звукової сторони мови, а писемне за допомогою графічних знаків тощо.

Мельничайко В.Я. Творчі роботи на уроках української мови. – К., 1984.; Синиця І.О. Психологія усного мовлення учнів 4-8 класів. – К., 1974.; Методика навчання рідної мови в середніх навчальних закладах / за ред. М.І. Пентилюк. – К., 2000.

ФОНЕТИЧНІ НОРМИ – це норми вимови голосних і приголосних звуків, а також норм наголошування слів.

Словник – довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання, 2004. – С. 11.

ЦІЛІСНІСТЬ (ЦІЛІСТЬ) ТЕКСТУ – це функціонально-комунікативна співвіднесеність тексту з певним (конкретним) об'єктом. Цілісним не можна вважати висловлювання, позбавлене тематичної цілісності.

Педагогическое речеведение. Словарь-справочник / под ред. Т.А. Ладыженской и А.К. Михальской. – М., 1988.; Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентилюк. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 131.

ЧИСТОТА МОВИ – комунікативна якість мови, пов'язана з правильною літературно-нормативною вимовою, з відсутністю позалітературних елементів: діалектизмів, вульгаризмів, плеоназмів, штампів, канцеляризмів, слів-паразитів, таких мовно-виражальних засобів, що заперечуються нормами моралі.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 74.

ЧИСТОТА МОВЛЕННЯ – суворе наслідування мовним і мовленнєвим нормам.

Струганець Л.В. Культура мови. Словник термінів. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. – С. 74.

ШВИДКІСТЬ МОВЛЕННЯ – властивість мовлення, що полягає у кількості виголошених мовних елементів за одиницю часу.

Словник-довідник з української лінгводидактики: навчальний посібник / кол. авторів за ред. М. Пентиліук. – К.: Ленвіт. 2003. – С. 133.

ЯКОСТІ МОВЛЕННЯ – це його реальні змістові та формальні властивості, як-от: правильність, чистота, точність, виразність, багатство, логічність, доречність.

«ТЕОРІЯ КОМУНІКАЦІЙ»

Навчально-методичний посібник

(для студентів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти спеціальності 028 "Менеджмент соціокультурної діяльності"; 029 "Інформаційна, бібліотечна та архівна справа")

Підписано до друку 28.10.2019.
Формат 60 x 84/16. Папір офсетний.
Друк офсетний.
Наклад 100 примірників
Віддруковано з оригіналів замовника.