

**«Венчурна команда»** – група, створена з метою розробки та реалізації інноваційного проекту.

**Активна аудиторія** – самостійно відбирає інформацію, виходячи із власних вподобань.

**Альтернатива** – ситуація, яка передбачає необхідність здійснення вибору однієї із двох можливостей, які є взаємовиключними (іноді альтернатива позначається як висловлювання типу «А або В»).

**Вербальна комунікація** – спосіб передачі інформації, що передбачає цілеспрямований словесний спосіб обміну певними повідомленнями, мовна сторона яких має ієрархічну структуру (від фонему до тексту й інтертексту) й виступає в різних стилістичних різновидах.

**Верифікація** – емпіричне підтвердження теоретичних положень шляхом зіставлення їх із об'єктами спостереження, чуттєвими даними, результатами експериментів.

**Вихід із ролі** – процес позбавлення важливої соціальної ролі. Процес розпочинається із сумнівів щодо можливості виконання даної ролі та розгляду альтернативних моделей поведінки.

**Відкрита система** – система, яка взаємодіє з навколишнім середовищем в будь-якому аспекті: інформаційному, енергетичному, матеріальному та ін.

**Відправник** – особа, що генерує ідею або збирає інформацію і передає її іншим адресатам.

**Внутрішні комунікації** здійснюються всередині організації, вони можуть бути формальними і неофіційними, лінійними і функціональними, вертикальними і горизонтальними.

**Горизонтальні комунікації** відбуваються між колегами та співробітниками на одному рівні.

**Декомпозиція** – частина аналітичної процедури, метою якої є розподіл об'єкта на складові, кожна із яких в подальшому стає окремим об'єктом дослідження.

**Експертиза** – процедура дослідження фахівцем певного кола питань, вирішення яких вимагає наявності спеціальних знань в певній галузі науки, техніки, мистецтва тощо.

**Закрита система** – система, ізольована від зовнішнього середовища, елементи якої взаємодіють тільки один з одним, не маючи контактів із зовнішнім середовищем.

**Зовнішні комунікації** здійснюються між організацією та окремими людьми/групами з великою кількістю сегментів суспільства, з яким взаємодіє організація. Із споживачами організації спілкуються за допомогою реклами та інших програм просу

**Інновація** – новий підхід до конструювання, виробництва, збуту товарів, завдяки якому **інноватор**(автор інновації) та його компанія здобувають переваги над конкурентами.

**Інформація** – сукупність відомостей про оточуюче середовище:

**Канал** – засіб передачі інформації (усна передача, наради, телефонні переговори, письмова передача, службові записки, звіти, електронна пошта, комп'ютерні мережі).

**Комунікативний бар'єр** – це один з різновидів психологічного бар'єру, який виявляється у неадекватній пасивності суб'єкта, що заважає виконанню тих чи інших дій.

**Комунікативні схеми** – це способи, за допомогою яких члени групи чи команди спілкуються між собою.

**Комунікаційна мережа** – поєднання певним чином осіб, які беруть участь у комунікаційному процесі за допомогою інфор-маційних потоків.

**Комунікаційний процес** – це процес обміну інформацією між двома або більше людьми.

**Константа** – величина або коефіцієнт, який не підлягає дії змін (може бути як універсальною, так і конкретною).

**Конфліктна ситуація** – ускладнення стану соціально-трудоких відносин, що відбулось на конкретному підприємстві, в установі, організації в конкретний момент часу внаслідок виникнення розбіжностей.

**Критерій** – сутнісна, відмінна ознака, яка використовується для оцінки, визначення, або класифікації об'єктів, явищ або процесів.

**Масова комунікація** – процес розповсюдження інформації, адресованої всім членам суспільства незалежно від їх положення та роду занять:

**Матриця** – множина згрупованих у ряди та стовпці елементів.

**Модель** – абстрактне або речовинне відображення об'єктів або процесів, що є адекватним досліджуваним об'єктам (процесам) по відношенню до певних заданих критеріїв.

**Невербальна комунікація** – вид спілкування, для якого характерне використання невербальної (безсловесної) поведінки та невербальних комунікацій як головного засобу передачі інформації.

**Неформальна комунікація** – обмін інформацією поза каналами організаційної структури.

**Одержувач (адресат)** – особа, якій призначена інформація і яка інтерпретує її.

**Організатори із повноваженнями 1 черги** – групи, життю яких була нанесена безпосередня шкода (пр.: боротьба афроамериканців за власні права)

**Організатори із повноваженнями 2 черги** – мають опосередковане відношення до проблеми («білі» волонтери – до прикладу 1 черги).

**Організаційний клімат** – це колективне сприйняття політик, практик та процедур організації, що переживається працівниками, а також значення, які вони надають цьому досвіду.

**Організація** – багаторівнева структура, що ефективно функціонує тільки при існуванні добре налагодженого зв'язку між усіма рівнями.

**Парне порівняння** – процес, який полягає у виборі одного із двох об'єктів, який повинен бути обраний із урахуванням переваг.

**Пасивна аудиторія** – залежить від вибору ЗМІ та більше підлягає впливу з їх боку.

**Підсистема** – частина системи, для якої може бути сформульована її визначена роль у функціонуванні системи.

**Повідомлення** – безпосередньо інформація.

**Порівняння** – процес кількісного та якісного зіставлення об'єктів, явищ або процесів з метою пошуку їх відмінностей або подібності.

**Раціоналізація ролі** – неусвідомлений пошук негативних сторін бажаної ролі (наприклад, жінка, яка не може вийти заміж, шукає негативні прояви шлюбу та запевняє себе у тому, що вона буде щасливішою на самоті).

**Регулювання ролей** – формальна процедура, завдяки якій індивід звільнюється від особистісної відповідальності за наслідки виконання ним тих чи інших ролей (чоловік виправдовується перед жінкою за тривале запізнення, посилаючись на вимоги роботи). При виникненні рольового конфлікту людина починає шукати виправдання в організації, в якій вона виконує конфліктну роль.

**Розподіл ролей** – тимчасове виключення із життя однієї із ролей, але із одночасним збереженням рольових вимог (наприклад, кат може бути одночасно турботливим батьком). Людина «переключає» ролі, тимчасово позбавляючись від неприємної невідповідності.

**Рольова напруга** – труднощі при виконанні рольових обов'язків, або невідповідність внутрішніх установок людини вимогам ролі. Причини: неадекватно рольова підготовка; підготовка особистості включає тільки формальні вимоги.

**Рольові конфлікти:** між ролями (вимагають протилежний стилів поведінки) та в межах однієї ролі. Дії, за допомогою яких можна знизити рольову напругу: раціоналізація, розподіл (неусвідомлені захисті механізми, які можуть бути перенесені у площину свідомості) та регулювання ролей.

**Самоорганізація** – термін, який вживається для визначення процесів виникнення складних структур при відсутності нав'язаного зовнішньою дією порядку.

**Сегменти цільової аудиторії:** центральний сегмент – люди, які об'єднані певною звичкою, хворобою тощо; лідери думок (об'єкти наслідування, здатні вплинути на хід інформаційної кампанії як з позитивного, так і з негативного боку); суспільні політики – люди, що мають вплив на правову, політичну або ресурсну підсистеми.

**Система** – існуюча як одне ціле, сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів, в якій функціонування кожного елемента підпорядковане необхідності збереження цілого.

**Солідарність** – це єдність (групи або класу), яка породжує єдність інтересів, цілей, стандартів і взаєморозуміння або ж ґрунтується на них.

**Соціальна інтеграція** – прийняття індивіда іншими членами групи. Процес встановлення оптимальних зв'язків між відносно самостійними малозв'язаними між собою соціальними об'єктами (індивідуумами, групами, соціальними класами, державами) і подальше їх перетворення у єдину, цілісну систему, у якій узгоджені та взаємозалежні її частини на основі спільних цілей, інтересів.

**Соціальна роль** – поведінка, очікувана групою від особи, яка займає певну позицію в організації.

**Стратегія** – плани і напрями дій, що визначають розподіл ресурсів та фіксують зобов'язання щодо здійснення певних дій для досягнення поставлених цілей.

**Суспільна інформаційна кампанія** – зусилля, що використовуються для інформування, переконання та мотивації зміни поведінки у відносно чітко визначеній та великій аудиторії як правило з некомерційною користю для окремої людини та/або суспільства в цілому в межах виділеного часу за допомогою організованої інформаційної діяльності, яка включає мас-медіа та доповнюється міжособистісною підтримкою.

**Сценарій** – опис порядку слідування та зміни етапів розвитку будь-якого процесу.

**Тренд** – напрямок розвитку процесу або явища. Як висхідний тренд визначається ситуація, за якої кожен новий локальний мінімум та локальний максимум мають більше значення, ніж попередні.

**Управління** – зміна стану об'єкта, системи під дією деяких факторів, що призводять до зміни середовища.

**Формальна комунікація** – тип комунікацій, передбачених організаційною структурою.

**Якість** – категорія, яка відображає сутнісну визначеність об'єкта, яка дозволяє вирізнити його з-поміж інших об'єктів.