

УДК 331.1:338.2

DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-6-46>**Щьокіна Є.Ю.***кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри**економічних систем і управління інноваційним розвитком  
Одеського національного політехнічного університету***Царюк Ю.С.***здобувач**Одеського національного політехнічного університету***Денісова Є.В.***здобувач**Одеського національного політехнічного університету***Shchokina Evgeniia***Candidate of Economic Sciences of the**Department of Economic Systems and Innovation Management  
Odessa National Polytechnic University***Tsaryuck Julia***Student of**Odessa National Polytechnic University***Denisova Elisaveta***Student of**Odessa National Polytechnic University*

## ЕФЕКТИВНІ СУСПІЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

## EFFECTIVE SOCIAL COMMUNICATIONS

### АНОТАЦІЯ

У статті висвітлено та уточнено поняттєвий зміст суспільної комунікації та ефективної комунікації. Обґрунтовано, що в сучасних умовах для успішної комунікації необхідно чітко розуміти мету кожної конкретної взаємодії та сформувати певну комунікаційну стратегію, яка розглядає методи успішної комунікації. Таким чином, ефективність комунікації залежить не тільки від її якості, своєчасності, повноти, але й від того, наскільки всебічним є зворотній зв'язок, тому нині важливим стає формування моделі ефективного комунікаційного процесу. Охарактеризовано роль комунікаційних процесів у забезпеченні ефективних суспільних комунікацій, досліджено елементи та етапи комунікаційного процесу. Обґрунтовано основні теоретичні аспекти виникнення комунікаційних бар'єрів під час комунікаційного процесу. Розроблено структурну модель комунікаційного процесу, що поєднує взаємодію комунікатора та реципієнта, комунікаційні бар'єри та ключові елементи «моделі 4Р» у спілкуванні.

**Ключові слова:** комунікація, ефективні комунікації, комунікативний процес, спілкування, комунікаційні бар'єри.

### АННОТАЦИЯ

В статье освещено и уточнено понятийное содержание общественной коммуникации и эффективной коммуникации. Обосновано, что в современных условиях для успешной коммуникации необходимо четко понимать цель каждого конкретного взаимодействия и сформировать определенную коммуникационную стратегию, которая рассматривает методы успешной коммуникации. Таким образом, эффективность коммуникации зависит не только от ее качества, своевременности, полноты, но и от того, насколько всесторонней является обратная связь, поэтому сейчас важным становится формирование модели эффективного коммуникационного процесса. Охарактеризована роль коммуникационных процессов в обеспечении эффективных общественных коммуникаций, исследованы элементы и этапы коммуникационного процесса.

Обоснованы основные теоретические аспекты возникновения коммуникационных барьеров при коммуникационном процессе. Разработана структурная модель коммуникационного процесса, сочетающая взаимодействие коммуникатора и реципиента, коммуникационные барьеры и ключевые элементы «модели 4Р» в общении.

**Ключевые слова:** коммуникация, эффективные коммуникации, коммуникативный процесс, общение, коммуникационные барьеры.

### ANNOTATION

Communication is a necessary condition for human life and one of the foundations of the existence of society, since society is the connection and relationship that its members enter into. All aspects of human life are imbued with communication. At the same time, communication can be understood as an environment in which a person is immersed all his life. The article highlights and clarifies the content of the concepts of public communication and effective communication. It is proved that in modern conditions for successful communication it is necessary to clearly understand the purpose of each specific interaction and form a specific communication strategy that considers methods of successful communication. Thus, the effectiveness of communication depends not only on its quality, timeliness, completeness, but also on how comprehensive the feedback is. The process of communication is a necessary prerequisite for the formation, development and functioning of all social systems, since it is he who provides the link between people and their communities, makes it possible for intergenerational communication (accumulation and transmission of social experience), its enrichment, division of labor and the exchange of its products, organization of joint activities, translation of culture. Since the communication process in various situations of interaction, as a rule, varies depending on various factors, such as the number of participants, the goals of the parties, the use of channels, means, strategies, it becomes important to form a model of an effective communication process. The article describes the role

of communication processes in ensuring effective public communications; the elements and stages of the communication process are investigated. The basic theoretical aspects of the emergence of communication barriers in the communication process are substantiated. A structural model of the communication process has been developed, combining the interaction of the communicator and the recipient, communication barriers and the key elements of the "4P model" in communication. It is noted that an effectively implemented communication system provides an opportunity for the current exchange of information, due to which the main goal is achieved – building strong relationships in society.

**Key words:** communication, effective communications, communication process, communication, communication barriers.

**Постановка проблеми.** В умовах сьогодення комунікація є важливою складовою розвитку економічної, соціальної, культурної, політичної сфер населення та невід'ємним компонентом будь-яких процесів взаємодії. Її роль стає дедалі вагомішою, оскільки вона пов'язана із соціальною взаємодією та орієнтована на налагодження зв'язків з цільовою аудиторією. Уміння ефективно спілкуватися є одним з найголовніших чинників успіху в будь-якій сфері сучасного життя, тому розгляд моделей комунікації є важливим, оскільки вони відображають і визначають особливості й стиль соціального спілкування, характерного для певного часу й простору.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Огляд джерел показав, що питанням визначення місця комунікацій та управління комунікаційними процесами присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, таких як Д. Аакер, Дж. Бернет, Б. Берлессон, М. Василик, А. Войчак, Н. Григор'єва, Ф. Котлер, Б. Мільнер, Т. Примак, В. Рева, М. Федотова, О. Фисун, В. Шепель. До проблем комунікації почали звертатися у своїх дослідженнях Я. Коменський, Ж. Руссо, А. Дістарвег, Дж. Локк, Б. Уотсон та інші науковці. Значну увагу питанням вивчення ефективних комунікацій приділяють такі дослідники, як Ю. Лавриш, К. Полторак, М. Плотников, Г. Почепцов.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Сучасне життя суспільства характеризується підвищенням значимості й цінності інформації, розвитком нових каналів і способів передачі новин, фактів про те, що відбувається у світі, а також передачі почуттів, емоцій та вражень між людьми, що свідчить про стрімкий розвиток комунікаційних процесів. Зміна комунікацій та їх форм змінює світ, його цілісність. Виникає проблема комунікацій як феномена соціального життя, що обумовлює необхідність вивчення їх впливу на особистість, визначення ролі та значущості ефективних комунікацій як необхідної складової розвитку суспільства та подолання комунікаційних бар'єрів, що впливають на сприйняття інформаційної взаємодії.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є теоретичне обґрунтування ефективних суспільних комунікацій та осмислення їх значення як необхідної складової

розвитку суспільства, що обумовлює визначення впливу комунікаційних бар'єрів, які впливають на ефективність суспільних комунікацій та спонукають до побудови моделі ефективного комунікаційного процесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Існування різноманітних підходів до визначення суспільної комунікації свідчить про широкий спектр взаємозв'язків розвитку сучасного суспільства, що потребує приділення особливої уваги розробленню дієвих методів щодо ефективності суспільних комунікацій.

Найчастіше комунікація означає спосіб передачі інформації, ідей за допомогою знаків, символів. Комунікація – це процес, який пов'язує окремі частини соціальних систем одна з одною, тобто вона є механізмом, який впливає на суспільне благо, та критерієм суспільного прогресу, який забезпечується завдяки скороченню тривалості запровадження комунікацій, збільшенню швидкості їх циркулювання та появі нових автоматизованих систем, покликаних продукувати динамічні процеси розвитку суспільства [1].

Сучасне комунікаційне суспільство характеризується постійним збільшенням та глобалізацією комунікацій. Кількість та якість комунікацій безперервно зростають, значна кількість людей залучається до комунікаційного процесу, взаємозв'язок між окремими комунікаціями стає тісним, зростає дія комунікацій, мережа яких досягла глобальних масштабів. Зростання комунікацій відкриває нові можливості, які звільняють людей від певних обмежень, систем соціального контролю та примусу, створюють нові засади особистої репрезентації.

Необхідно зауважити, що роль комунікації в розвитку суспільства є діалектичною. З одного боку, вона є стратегічно інструментальним засобом розвитку суспільства, а з іншого боку, саме суспільство як певна соціальна реальність є одним зі способів налагодження та розвитку певних комунікативних зв'язків. У такому контексті вона є одним із найбільш ефективних способів налагодження відповідних комунікативних систем, які впливають на характер діяльності, форму міжкультурних відносин, тенденції історичного розвитку та специфіку соціальної структури суспільства [2].

Суспільні комунікації – це ключ до успіху в усіх сферах життя, що означає спілкування між людьми, в процесі якого вони обмінюються повідомленнями, знаннями, власними або чужими думками, поглядами та почуттями за допомогою вербального чи невербального типу спілкування. Більш того, суспільні комунікації є процесом інформування й переконання суб'єктів комунікації задля зміни (моделювання) їх дій чи поведінки [3]. Слід зазначити, що комунікація – це процес, який забезпечує утворення суспільства та приводить до формування нової системи цінностей, завдяки якій можна вирішити певні соціальні завдання та прискорити технічний прогрес, що приводить до но-

вого, якісного суспільного стану. Різноманіття суспільних відносин зводиться до особи й відображається саме в процесі комунікації, тобто в спілкуванні людей, яке реалізується у формі обміну діями породження й інтерпретації текстів у комунікативній діяльності.

Процес комунікації є необхідною передумовою становлення, розвитку та функціонування всіх соціальних систем, тому що саме він забезпечує зв'язок між людьми та їх спільнотами, робить можливими зв'язок між поколіннями (накопичення й передача соціального досвіду), його збагачення, поділ праці та обмін його продуктами, організацію спільної діяльності, трансляцію культури. Більш того, саме за допомогою комунікації здійснюється управління, тому вона є соціальним механізмом, за допомогою якого виникає й реалізується влада в суспільстві.

Комунікативна діяльність – це динамічна система, в якій зв'язки (особливо в побудові взаємин із громадськістю) можуть установлюватися однозначно і мати прогностичну спрямованість. Така діяльність є багатоканальною системою взаємодії, має комплекс професійних завдань, які стосуються комунікації, міжособистісного спілкування, міжгрупового спілкування, процесів спілкування між особистістю та групою, а також факторів впливу на оточуючих задля спонукання їх до діяльності [4]. Таким чином, комунікації є розгалуженим і складним процесом, що дає змогу учасникам комунікативного процесу краще адаптуватися одне до одного.

Комунікативний процес – це взаємодія між різними суб'єктами комунікації, під час якого здійснюється обмін інформацією та який складається з трьох етапів, таких як інформація, повідомлення та розуміння. Комунікативний процес охоплює різну цільову аудиторію незалежно від віку, інтересів чи роду заняття й передбачає не тільки обмін інформацією, але й встановлення довірливих та міцних взаємовідносин з їх подальшим розвитком; застосування практик вербального й невербального спілкування; виконання пізнавальної, інтерактивної, комунікативно-інформаційної функцій.

Комунікації здатні не лише поінформувати потенційно зацікавлені сторони про можливості співпраці та закликати їх до дії, але й подолати стереотипи, змінити поведінку, підштовхнути до системних змін у суспільстві у довгостроковій перспективі та в комплексі з діями. Міжособистісну комунікацію можна охарактеризувати як взаємний обмін суб'єктивним досвідом людей, що перебувають у просторовій близькості, які мають можливість бачити, чути, торкатися один одного, легко здійснювати зворотний зв'язок. Без спілкування людина втрачає можливість соціального розвитку, а це може привести до деградації та стагнації всього суспільства загалом, тому основною метою комунікації є створення єдності зі збереженням індивідуальності кожного елемента взаємодії. Для того щоби розвивати взаємозв'язки між людьми, по-

трібно вдосконалювати методи ефективних суспільних комунікацій та їх використання.

Ефективні суспільні комунікації – це сукупність усіх методів і навиків успішної передачі інформації та взаємодії спікерів (реципієнта та комунікатора) з подальшим розвитком міжособистісних відносин і комунікаційного процесу. Вони передбачають наявність синергетичного ефекту вдосконалення та стандартизації роботи спеціалістів у сфері взаємодії з громадськістю, впровадження інноваційних інтерактивних та комунікативних технологій, застосування інтернет-технологій (для проведення веб-семінарів, веб-конференцій з питань обговорення нормативних актів, планів розвитку, проведення органами виконавчої влади моніторингу й аналізу громадської думки, забезпечення своєчасного публічного реагування на пропозиції та зауваження громадськості, виконання спільних цікавих, розвиваючих проєктів інформаційного, аналітично-дослідницького, творчого благодійного та соціального спрямування тощо), проведення заходів та психотехнологій (тренінгів) (наприклад, посилення потенціалу інститутів громадянського суспільства у сфері надання соціальних послуг населенню відповідно до укладених з органами державної влади договорів) [3].

Вступаючи в багатоканальний комунікативний зв'язок, будь-який суб'єкт комунікації перебуває в режимі отримання інформації від багатьох партнерів і передачі інформації партнерам. Відповідно до цього ефективність комунікації залежить уже не тільки від її якості, своєчасності, повноти, але й від того, наскільки всебічним є цей зв'язок. Зв'язок відразу з багатьма партнерами не тільки зберігає час, але й створює оптимальні умови для подальшого розвитку взаємних відносин. Іншою вимогою ефективності є зрозумілість інформації. Одним зі способів надання переданій інформації доступності є використання термінології. Ефективність комунікації підвищується також наданням максимально докладної інформації. Це вважається комунікативною стратегією та критерієм ефективності комунікації. Ефективність комунікації вважається кінцевим результатом співвідношення досягнутого результату та попередньо наміченої мети, тобто комунікаційний процес можна вважати вдалим тільки тоді, коли його ціль була досягнута й задовольняє кожного зі спікерів. Лише в таких умовах відбувається процес розвитку ефективності комунікацій, що набуває особливої актуальності.

Для ефективного спілкування необхідно вивчити свою психологію, особливості характеру й можливості. Лише розібравшись у собі, ви зможете краще розуміти людей, що вас оточують, з ними легше буде знайти спільний інтерес у спілкуванні та взаєморозумінні. Ефективність комунікаційного процесу у сторіччі технологій та інновацій, вміння спілкуватися з оточуючими – це велика наука, якій потрібно навчатися

впродовж усього життя. Результативність комунікаційного комплексу характеризує якість обмінного процесу між реципієнтом та комунікатором. Внаслідок гармонійного взаємозв'язку особи продовжують спілкування й налагоджують контакт для подальшої співпраці, захисту спільних інтересів та реалізації нових ідей.

Розрізняють безліч факторів, що впливають на ефект комунікацій. Є ті, які ми можемо контролювати, й ті, які відбуваються без нашого втручання. До факторів, що контролюються, можна віднести основні компоненти комунікаційного процесу, якими є відправник (особа, що генерує ідеї та збирає інформацію, щоби потім передати її), повідомлення (інформація, яку збираються передавати), канал (засіб передачі інформації), одержувач (той, хто сприймає інформацію й піддається її впливу). Перевага такого процесу полягає в очевидності того, що повідомлення відправника й повідомлення, що досягли реципієнта, можуть мати неоднакове значення. Пізніше положення про спотворення інформації було доповнено іншими причинами вихідної та кінцевої інформації. У зв'язку з роботами зі сприйняттям інформації стало відомо, що комунікаційний канал включає послідовність фільтрів, що приводять до того, що кількість інформації на вході в систему більше тієї інформації, яка спрацьовує на виході.

Ефективні комунікації мають забезпечити розуміння інформації з відповідним зворотнім зв'язком і взаємним обміном. Першим кроком на шляху до цього є розуміння того, як саме відбувається ефективна взаємодія та застосовується така формула:

$$\text{успішна комунікація} = \text{завдання} + \text{цільова аудиторія} + \text{інструменти.}$$

У процесі соціологічного дослідження комунікаційних процесів виробилися різні моделі суспільної комунікації. Відповідно, діяльність комунікацій має свої специфічні особливості й повинна бути спрямована на побудову міцних соціальних зв'язків. Також поведінка комунікацій передбачає не тільки знання характеристик комунікатора, аналіз змісту інформації, але й аналіз аудиторії, тобто на ефективність сприйняття інформації цільовою аудиторією впливають культурний, освітній, соціальний рівні самого комуніканта. Важливими чинниками успішної комунікації є знання аудиторії, повага до неї, вміння спілкуватися з нею на рівних, тобто рівність психологічних позицій комунікатора й комуніканта. У ХХ ст. було створено «харизматичну» модель комунікації. Вона пояснювала, що, наприклад, комунікація через телевізійні передачі більше діє на емоції, ніж на розум, тому успіх телевізійної комунікації менше пов'язаний з інформаційним змістом, а прямо залежить від харизми тієї особистості, яка на екрані. Враховуючи сучасні вимоги спілкування, відзначимо інструменти ефективності суспільних комунікацій, серед яких популяр-

ними є такі критерії, як сфокусованість, орієнтованість на адресата, технології та діджитал, позиція «не онлайн одним», персоніфікованість, лідерство, висока якість контенту, сторітелінг, відео, органічність.

Для успішної комунікації необхідно чітко розуміти мету кожної конкретної взаємодії та сформувати певну комунікаційну стратегію, яка розглядає методи успішної комунікації. Розглянемо одну з успішних та популярних методик у сфері зв'язків з громадськістю, а саме «модель 4P», комплекс якої поєднує фактори, які мають нерозривний зв'язок між собою, а сама стратегія 4P повинна підвищити ефективність комунікацій. Ця концепція тісно пов'язана із суспільними комунікаціями, оскільки на її прикладі побудована модель процесу ефективних суспільних комунікацій. Розглянемо «модель 4P» та її ключові елементи. Ця концепція містить 4 основні позиції:

– продукт (product), яким у цьому разі є інформація, знання, навички, якими збираються обмінюватися;

– ціна (price), що є результатом суспільної комунікації в діловому понятті, тобто підписання договорів, врегулювання відсотків на акції, підвищення ефективності на виробництві;

– просування (promotion), що націлене на правильне донесення й оброблення інформації, під час якого вибираються правильна стратегія й канали просування, розробляється медіа-план;

– місце (place) комунікаційного процесу, що відіграє чималу роль, адже залежно від зовнішніх факторів (погодні умови, приміщення чи відкритий простір, загальна атмосфера обраного місця) люди здатні піддаватися більшому впливу й легше йти на контакт [5].

Кожен із цих факторів відіграє важливу роль під час комунікаційного процесу, що дає змогу вирішувати різні завдання. Наступним кроком до підвищення ефективності суспільних комунікацій є застосування вищезгаданої моделі процесу ефективних суспільних комунікацій. Цей макет спрямований на об'єднання окремих частин соціальних систем одна з одною.

Процес ефективних суспільних комунікацій містить такі запитання: «Хто?», «Що?», «Як?», «Для кого?», «Навіщо?». Розглянемо кожне з них.

1) Для ефективного спілкування необхідно визначити та дослідити свою цільову аудиторію, зокрема потреби, інтереси, цінності, очікування, спосіб споживання інформації, а потім сконцентрувати увагу на тому, як ви виглядаєте в очах цільової аудиторії та чи є ви гідним спікером.

2) При цьому важливо розуміти спосіб споживання інформації цільовою аудиторією.

3) Згідно з моделлю важливо розуміти, коли потрібно комунікувати. Комунікаційний процес повинен відбуватися постійно, адже ми не можемо комунікувати стихійно, в певну пору року чи за розписаним графіком. Ми комунікуємо завжди незалежно від того, помічаємо це чи ні.

4) Метою суспільних комунікацій є обмін інформацією та взаємодія між реципієнтом і комунікатором.

5) Останній фактор щодо ефекту, з яким повинен відбуватися комунікаційний процес, є дуже важливим. Тут діє правило 30 секунд, які даються для того, щоби презентувати себе та свою організацію, а також зацікавити співрозмовника в майбутній співпраці. Як говориться, уміння говорити коротко й зрозуміло – це талант [6].

Розглянувши «модель 4Р» та процес комунікацій, можемо виділити декілька порад на шляху до ефективних суспільних комунікацій, а саме визначати свою цільову аудиторію й розуміти, чим вона цікавиться; застосовувати різні види передачі інформації та вміти підтримувати довірливі відносини у спілкуванні.

Таким чином, можна відзначити, що ефективна комунікація – це обмін повідомленнями, під час якого співрозмовники демонструють взаємоповагу, а той, хто слухає, сприймає з повідомлення саме те, що має на увазі мовець. Однак не завжди процес комунікації є ефективним, оскільки між реципієнтом і комунікатором може відбуватися конфлікт, тобто виникають комунікаційні бар'єри, що приводять до зниження ефективності комунікації. Неефективні комунікації складають одну з головних сфер виникнення проблем у спілкуванні. Вони уповільнюють взаємодію людей між собою й становлення комунікаційного зв'язку у соціумі. До неефективних комунікацій належать порушення норм і правил поведінкового характеру в спілкуванні, тому варто зосереджувати увагу саме на використанні ефективних каналів суспільних комунікацій. Наслідками неефективного комунікаційного процесу є суперечки між

особистостями, спільнотами й групами людей, конфлікти навіть на міжнародному рівні, зниження ефективності співпраці в певних сферах життєдіяльності, а найголовнішим є непорозуміння між співрозмовниками, що приведе до комунікаційних бар'єрів. Отже, для ефективних суспільних комунікацій необхідно вирішити проблему комунікаційних бар'єрів.

Комунікативні бар'єри – це перешкоди на шляху адекватної передачі інформації між партнерами зі спілкування [7]. Комунікативні бар'єри у спілкуванні різноманітні, зумовлені неоднаковими чинниками, тому дуже важливо розуміти їх природу, причини й умови виникнення та вирішення. Нині виділяють різні види бар'єрів ефективних суспільних комунікацій, тобто перешкоди на шляху до адекватної передачі інформації. Виділяють три категорії основних бар'єрів у суспільних комунікаціях, а саме технічні (проблеми з приладдям), семантичні (нерозуміння іншої людини через мову, тобто коли комунікація відбувається між різномовними спікерами без участі перекладача) й особисті (коли відбувається повне несприйняття співрозмовника, мають місце протилежні настрої комунікатора та реципієнта).

Усвідомлення, аналіз комунікативних бар'єрів, шляхів їх уникнення й подолання сприяють досягненню мети та вирішенню завдань спілкування, ефективній та плідній взаємодії, гармонізації взаємовідносин, налагодженню ділового спілкування. Для того щоби не перешкоджати розвитку ефективних комунікацій, потрібно уникати комунікаційних бар'єрів і перешкод. Побудова моделі ефективного комунікаційного процесу (рис. 1) дає змогу сформуванню уявлення про комунікаційний

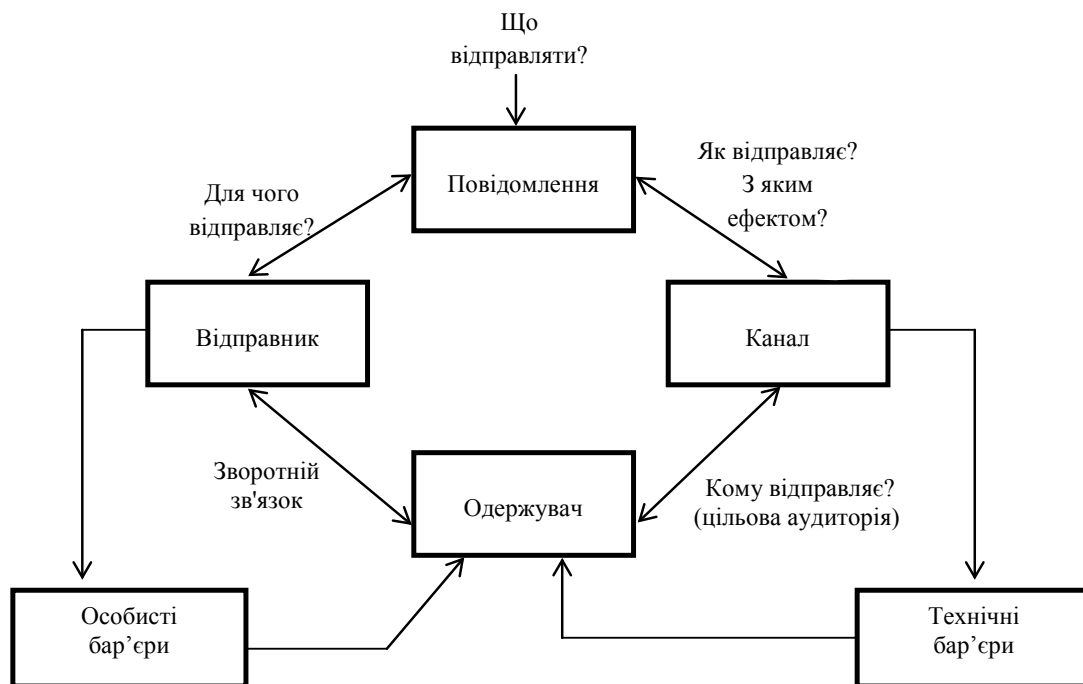


Рис. 1. Модель ефективного комунікаційного процесу

процес, сприяти спілкуванню та робити передбачення щодо всіх питань взаєморозуміння, оскільки якщо комунікації налагоджені погано, то рішення можуть бути помилковими, задачі – незрозумілими, міжособистісні стосунки можуть деформуватися.

Враховуючи особливості та елементи ефективної суспільної комунікації, зазначимо, що ефективні суспільні комунікації сучасного типу утворюють середовище, яке постійно змінюється залежно від сучасних тенденцій. Ефективність комунікації визначається тим, наскільки вона допомагає вплинути на поведінку адресата в бажаному напрямі, чого можна досягти завдяки здійсненню комунікацій з урахуванням аспектів моделі. Модель ефективного комунікаційного процесу підкреслює динамічний характер взаємодії людей, внаслідок чого відбуваються руйнування старих і формування нових моделей суспільних комунікацій, що становить суспільну проблему, від вирішення якої залежать трансформація суспільних цінностей і становлення нової системи суспільних комунікацій в умовах глобалізації. Формулюючи бачення моделі ефективного комунікаційного процесу представленого у формі наочного зображення взаємодій та взаємозв'язків, розташування елементів комунікації, каналів зв'язків та кодів, відзначаємо, що необхідно встановити наявність особистих та технічних бар'єрів між комунікатором та комунікантом, які перешкоджають доведенню інформації, і спробувати мінімізувати їхній вплив.

**Висновки.** На сучасному етапі ефективні суспільні комунікації відіграють важливу роль у житті суспільства, оскільки виконують найголовнішу функцію, а саме інформаційну, під час якої участь у комунікаційному процесі беруть щонайменше дві особистості, кожна з яких одночасно й впливає, й підлягає впливу. Суспільні комунікації як засіб існування та передавання цінностей і норм культури визначають рівень культури суспільства та особливості функціонування суспільної сфери. Побудова моделі ефективних суспільних комунікацій дає змогу ретельно регулювати й організувати всі інформаційні потоки та спрямовувати їх у правильне русло.

Ефективно реалізована система комунікацій дає можливість діючого обміну інформацією, завдяки чому відбувається досягнення головної мети, якою є побудова міцних взаємовідносин у соціумі, тому ефективні комунікації – це не про-

сто вміння спілкуватися, а наука, що дає змогу зрозуміти психологію людини, знайти підхід до кожної особистості й вирішити будь-яку проблему, яка зустрічається на шляху комунікаційного процесу. Розуміння та осмислення місця й ролі ефективних суспільних комунікацій як необхідної складової розвитку суспільного суспільства дають змогу здійснювати більш продуктивну, цілеспрямовану професійну чи особистісну діяльність, що забезпечуватиме ефективність та успішність загалом у житті.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Почепцов Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2001. 656 с.
2. Porter M. The Mode od information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge : Polity Press, 1999. 387 p.
3. Орлова Т. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами. Москва : РАГС, 2002. 394 с.
4. Зверинцев А. Коммуникационный менеджмент : рабочая книга менеджера PR. 2-е изд., испр. Санкт-Петербург : Союз, 1997. 288 с.
5. Поленова Т. Школа эффективного общения: коммуникативные техники, которые всегда работают. 2-е изд. Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. 252 с.
6. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, 2003. 320 с.
7. Тренев Н. Управление конфликтами. Москва : ПРИОР, 1999. 96 с.

#### REFERENCES:

1. Pochepcov Gh. (2001) Teoryja kommunykacyy [Communication theory]. M. : Refl-buk ; K. : Vakler. (in Russian)
2. Porter M. (1999) The Mode od information: Poststructuralism and Social Context. Cambridge : Polity Press.
3. Orlova T. (2002) Komunykyonnyj menedzhment v upravleny ekonomycheskymy systemamy [Communication management in the management of economic systems]. M. : RAGhS. (in Russian)
4. Zveryncev A. (1997) Kommunykyonnyj menedzhment : rabochaja knygha menedzhera PR. 2-e yzd. [Communication Management : PR Manager Workbook. 2nd edition]. SPb. : Sojuz. (in Russian)
5. Polenova T. (2009) Shkola efektyvnogho obshheniya: kommunykativnye tekhnnyky, kotorye vseghda robotajut, 2-e izd. [School for Effective Communication: Communication Techniques That Always Work]. Rostov-na-Donu : Fenyks. (in Russian)
6. Verderber R., Verderber K. (2003) Psykhologhyja obshheniya [Communication psychology]. SPb. : Prajm-Evroznak. (in Russian)
7. Trenjov M. (1999) Upravlinnja konfliktamy [Conflict management]. M. : PRIOR. (in Russian)