

Секція: *Проблеми менеджменту та маркетингу в умовах інтеграції
бізнес-структур*

Гвазава Н.Г., доцент,

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

м. Харків Україна,

РОЛЬ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЖИТТІ ЛЮДЕЙ

Сьогодні, найбільш актуальною і важливою проблемою сучасного суспільства є проблема комунікації і розуміння. Сучасна економіка, суспільство не можуть існувати без розвиненої інформаційної інфраструктури та інформаційного бізнесу. Активний розвиток засобів масової комунікації надає все зростаючий вплив на соціальні процеси в усьому світі. Існує багато різних думок і суперечок про те, позитивний або негативний вплив несуть засоби масової комунікації в житті людей. Тому в ринкових умовах підприємства повинні звертати увагу не лише на економічний стан підприємства, але й на формування ефективної комунікативної стратегії й обміну інформацією серед працівників.

Тому, сьогодні багато приділяється часу вивченню такого поняття як комунікація. І це є закономірним так як в сучасних умовах проходить глобальна трансформація з індустріального суспільства в інформаційно-комунікативний суспільство, яке супроводжується з використанням комунікації в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Виникають і отримують розвиток нові типи комунікативних структур і процесів, посилюється їх місце і роль у розвитку суспільства і вивчається їх вплив на суспільні відносини.

У процесі спілкування комунікація включає розуміння однією людиною іншої - це дає можливість скласти і подати образ співрозмовника, і вибрати відповідний стиль спілкування. В ході

спілкування ми намагаємося вивчити емоційний стан співрозмовника, зрозуміти причини його поведінки і прогнозувати його поведінку.

Комунікація між людьми існувала завжди, а в наш час з'явилися сучасні технічні засоби її реалізації. Аналізуючи розвиток засобів масової комунікації через розбудову рівня людської культури, можна побачити як збільшувалася потреба в швидкості обміну інформацією, отриманою попередніми поколіннями людей. Тому під комунікацією в широкому сенсі розглядається система, в якій проходить взаємодія, процес взаємодії і способи спілкування, які дозволяють створювати, передавати і приймають найрізноманітнішу інформацію.

Історія розвитку людства з доісторичних часів і до теперішнього часу взаємопов'язана, по-перше, із задоволенням все зростаючих потреб, по-друге, з необхідністю обміну інформацією, яка постійно збільшується в обсягах.

Активний розвиток засобів масової комунікації робить значний вплив на соціальні процеси. Іноді характер таких дій викликає противоречиві оцінки. Розвиток електронних засобів масової комунікації сприймається як рішучий прорив до побудови цілісного і розумного світу. Завдяки вдосконаленню засобів масової комунікації долаються тимчасові і культурні бар'єри, люди стають ближчими один до одного. Але з іншого боку, існує і критичний підхід, так як в центрі уваги знаходяться негативні наслідки засобів масової комунікації: дереалізація реальності, маніпуляція свідомістю, руйнівний вплив на людину, яка перетворюється в часткового, розірваного об'єкта. Це також веде до того, що люди, використовуючи нові технології перестають спілкуватися і поступово віддаляються один від одного. Людина стає простим ретранслятором повідомлень, що означає втрату особистості. Саме та величезна і в той же час суперечлива роль, яку відіграє масова комунікація в сучасному світі, стала найважливішим

фактором актуальності проблем комунікації як в теоретичному, так і в практичному плані. Ця проблема сьогодні стає значущою так як це веде до переосмислення старих поглядів і формуванню нового бачення соціальної дійсності.

Засоби масової інформації активно впливають на суспільство, незалежно від свого роду і виду діяльності та є потужним маніпулятором людської свідомості.

Очевидно, що світ неможливий без відмінностей інтересів, індивідів, соціальних груп і т. д. Відмінності інтересів навряд чи коли-небудь зникне. Вирішення даного питання про можливість повноцінної комунікації не на шляху усунення відмінностей, а на шляху набуття спільності при збереженні відмінностей. Все це необхідно враховувати при створенні власної стратегії.

Комунікації - невід'ємний елемент у функціонуванні будь-якої організації: комунікаційні потоки пов'язують організацію як систему в єдине ціле, допомагають вирішувати виробничі і суспільні завдання. Комунікації в організаціях, або організаційні комунікації - це інформаційні взаємодії, в які люди вступають при виконанні своїх функціональних і посадових обов'язків; вони спрямовані на досягнення більшої ефективності в діяльності організації в рамках поставлених завдань.

Також необхідно звернути увагу на такий феномен як перше враження. Особлива увага приділяється цьому феномену у працях А. А. Бодальова, що роз'яснюють та допомагають зрозуміти, як саме складається перше враження, що воно формується протягом перших 2-3 хвилин і потім підсвідомо впливає на людину, тому що володіє певною стійкістю.

А. А. Бодальов виділяє п'ять компонентів, які впливають на формування першого враження про людину: характеристика зовнішнього вигляду людини; оформлення зовнішності (у тому числі стиль одягу,

зачіска); експресія людини (пережиті або трансльовані емоційні стани); поведінка; передбачувані якості особистості[3].

Під час спілкування відбувається обмін інформацією між людьми, яка може бути як істинною, так і недостовірною. Отримуючи інформацію, починається процес формування, аналізу та уточнення інформації, з чого випливає, що в процесі спілкування можна отримати додаткову інформацію, що дозволяє реально оцінити ситуацію. Якщо партнери по комунікації залишаються чужими один одному, то комунікація є неуспішною або неповноцінною, оскільки мета комунікації - встановлення взаєморозуміння - залишається недосягнутою. Щоб інформація сформувалася, необхідно для початку адекватно зрозуміти інформації, що передається партнерам по комунікації, а також зуміти передати йому свою так, щоб вона була сформульована в зрозумілій для партнера формі. Сучасні електронні засоби масової комунікації зробили простір комунікації глобальним. Локальні комунікації тепер не можуть в більшості випадків залишатися повністю ізольованими, закритими: вони стали проникні для світових систем комунікації[1].

У сучасних процесах соціально-культурної комунікації також важливу роль відіграють всілякі стійкі стереотипи сприйняття тієї чи іншої соціально-культурної спільноти самої себе та інших.

Треба мати на увазі, що в реальності ми маємо справу з взаємодією людей, яке соціально і культурно обумовлене. Більш того, окремі індивіди - учасники комунікації - виступають в реальності найчастіше в якості представників тієї чи іншої соціальної спільноти, носіями тієї чи іншої культури. Тому слід звернути увагу і на соціально-культурні комунікації. Саме соціально-культурна комунікація займає найбільше місце в загальному обсязі комунікативних процесів, і їй належить провідне місце у

вирішенні ряду громадських проблем: соціальних, політичних, економічних та інших.

Для встановлення узгоджених дій з партнером, його розуміння, необхідно враховувати всі особливості пізнання іншої людини. У процесі спілкування ці знання допомагають вирішити цілий ряд проблем: зняти напругу, оцінити емоційний стан і вибудувати власну лінію стратегії. При спілкуванні та в управлінській діяльності значну роль відіграє, по-перше, людський інтелект, рівень культури та освіта, по-друге, інформаційне забезпечення праці керівників та спеціалістів. Велике значення мають професійний рівень керівника, його творчі здібності та накопичений досвід, здатність швидко приймати рішення та уникати конфліктів[4].

З одного боку, впровадження електронних засобів масової комунікації сприймається як рішучий прорив до побудови цілісного, прозорого і розумного світу. З іншого боку, в центрі його уваги знаходяться негативні наслідки засобів масової комунікації: маніпуляція свідомістю, руйнівний вплив на людину[2].

Таким чином, найважливішим фактором, що впливає на актуальність проблеми, є величезна, але в той же час суперечлива роль, яку відіграє масова комунікація в сучасному світі. Можна зробити висновок про те, що засоби масової комунікації швидше несуть негативний вплив на життя суспільства, але уявити наше життя без інтернету, телебачення та інших засобів масової комунікації неможливо.

Література:

1. Андреева Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 2001.
2. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблік рилейшнз : моногр. / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005. – 440 с.
3. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком – М.: Изд-во Моск.ун-та, 1982.- 200 с.
4. Рувлев В.А., Гуткевич С.О. Менеджмент. Навч.посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.

Роль засобів масової комунікації у процесі управління підприємством – ошибка
в названии