

практичного виміру. На його основі з урахуванням сучасних вимог у 2000 р. було розроблено міжнародні стандарти ISO для оцінки якості сканування чорно-білих документів.

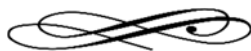
Після оцифрування оригінал повертається назад на зберігання до архіву, а зроблені копії поповнюють електронний фонд установи чи організації і стають доступними для фахівців, які використовують їх у своїй роботі.

Також потрібно зазначити, що сучасні стандарти оцифрування за рівнем їхньої регламентації можна розділити на 3 категорії стандартів: міжнародний, національний і стандарт організації. Міжнародний стандарт ISO розробляється групою вчених, його використання дає технологічні, економічні та соціальні переваги, проте не є обов'язковим для країни-учасниці організації ISO. Національний стандарт є обов'язковим для використання органами державної влади різних рівнів, він розробляється для поліпшення процедури оцифрування з урахуванням особливостей законодавства, стандартів документації в окремій країні. Стандарт організації підкреслює специфіку конкретної компанії в процесі переведення документа в електронний вигляд і його подальше зберігання та використання [1]. Найбільш відомим національним стандартом, який регламентує процеси оцифрування, є «Стандарт оцифровки S6» (S6: Digitisation Standard), запроваджений національним комітетом зі стандартизації Австралії та Нової Зеландії у 2006 р. На жаль, в Україні немає аналогічного документа, що регламентує процеси оцифрування та вимоги до якості копій.

Отже, оцифрування документів є необхідним етапом у процесі автоматизації документообігу та організації оперативного доступу до документів установи або її підрозділу. Наявність великого масиву документів дає змогу створити новий, комфортний для документознавця, науково корисний інформаційний ресурс – віртуальний архів, який є необхідним для оптимізації системи діловодства в сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства.

#### **Список використаних джерел**

1. Методика оцифровки архівних документів. URL: <https://ak-govorova.ru/uk> (дата звернення: 12.04.2020).
2. Рекомендації з оцифрування документів з фондів Наукової бібліотеки Національного університету «Києво-Могилянська академія». URL: <https://library.ukma.edu.ua> (дата звернення: 11.04.2020).
3. Хворова І. Оцифровка архівів – найсучасніший спосіб зберігання документів. URL: <https://ak-govorova.ru/uk/propiska-detejj> (дата звернення: 12.04.2020).



***Мізецький Андрій Валерійович***

***(наук. керівник – канд. істор. наук, доцент Ковальська Л. А.)***

***Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця***

#### **РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОЦЕСУ В УПРАВЛІННІ**

Сьогодні комунікація відіграє важливу роль у побудові відносин у різних сферах діяльності людини. Вона є засобом і основою створення ділових та міжособистісних відносин. Якщо люди не створять ефективної комунікації – вони просто не зможуть домовитися, внаслідок чого не буде злагодженої діяльності людей як у ділових так і у особистих взаєминах.

Комунікація (від лат. communicatio – єдність, передача, з'єднання, повідомлення, пов'язане з дієсловом лат. communico – роблю спільним, повідомляю, з'єдную, похідним від лат. communis – спільний) – це процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами,

емоціями тощо) між двома або більше особами, спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів із метою передавання та одержання інформації [1].

Аналіз початкового значення слова комунікація дає розуміння того, що в процесі комунікації відбувається зміна власника – два суб'єкти встановлюють зв'язок, у процесі якого вони обмінюються інформацією, коли один посилає сигнал, а другий приймає його, і ці ролі поперемінно змінюються. Отже, ключовими складовими комунікації виступають процеси передачі та обміну, іноді саме останній зумовлює її ефективність. Адже комунікація може здійснюватися лише за умови розуміння відправником і одержувачем інформації один одного, тобто якщо у них є спільний соціальний досвід, якщо вони говорять однією мовою, якщо між ними існує зворотний зв'язок тощо [2].

Зі змісту поняття комунікація випливає поняття комунікативний процес.

Комунікативний процес – це процес обміну інформацією між двома або більше людьми. Метою цього процесу є забезпечення передавання і розуміння інформації, яка є предметом обміну. Якщо взаємне розуміння не досягається, то комунікація не відбулася, з чого випливає, що обидві сторони грають у ній активну роль [3].

У комунікаційному процесі вирізняють чотири базові елементи:

1. Відправник – особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію та передає її.

Відправнику необхідно знати свою аудиторію. Якщо у відправника помилкові погляди про одержувача, то його комунікаційні зусилля виявляться марними. Ефективність комунікації підвищується, якщо пара «відправник–одержувач» гомофільна, тобто досягається високий ступінь подібності за певними ознаками: у поглядах, освіті, статусі. Та, навпаки, гетерофільні комунікації (значна ступінь неподібності пар за певними ознаками) менш ефективні, оскільки вони часто супроводжуються перекрученням змісту повідомлення, затримкою передачі, використанням обмежених каналів і когнітивними дисонансами, коли одержувачу передано повідомлення, що не узгоджується з його розумінням і поглядами. Відправником може бути індивід або група спільно працюючих людей. Джерелом також може бути громадський інститут або організація, хоча і в цьому випадку джерелом повідомлення буде певна особа, на яку покладається обов'язок із підготовки і передачі інформації. Найчастіше джерело та відправник є однією особою, але не завжди і не обов'язково [2].

2. Повідомлення – це сукупність символів, тобто інформація, що закодована за допомогою символів і передається одержувачу. Саме заради цього і здійснюється акт комунікації. Багато повідомлень передається у формі символів мови. Зміст повідомлення представляється у вигляді відомостей, роздумів, аргументів, доказів, фактів, рекомендацій, порад, пропозицій, висновків, відповідей тощо. Проте символи можуть бути вербальними і невербальними, наприклад, графічні зображення, жести, міміка та інші рухи тіла [2].

3. Канал комунікації – засіб передачі інформації. Канали діляться на засоби масової інформації і міжособові канали. Відправник повинен вибрати канал: передача мови і письмових матеріалів, електронні засоби зв'язку, включно з комп'ютерними мережами, електронною поштою, відеострічками і відеоконференціями. Можна розіслати пам'ятні записки, провести попередні збори невеликих груп для забезпечення розуміння повідомлення і залучення їх до обговорення проблеми. Передавач (відправник) може обмежуватися не одним каналом, а використати кілька. У маркетинговій діяльності, наприклад, засобами комунікації є: реклама, особистий продаж, стимулювання продажу, зв'язок із громадськістю [2].

4. Одержувач – цільова аудиторія або особа, якій призначено інформацію і яка її інтерпретує [2].

Також важливим моментом, який потрібно брати до уваги в процесі комунікації, є інформаційний шум. Під інформаційним шумом розуміють будь-який чинник, здатний порушити чіткість передачі повідомлення в будь-який момент процесу комунікації.

Джерела шуму варіюються від складності або неточності мови послання до відмінностей у сприйнятті людей. Отримуючи інформацію, люди / споживачі можуть впливати і змінювати зміст повідомлення на етапах кодування і декодування. Наприклад, говорять про шум, коли повідомлення погано закодовано (написано нечітко, незрозумілою мовою) або погано декодовані

(незрозумілі, неоднозначні), або коли канали комунікації не ефективні (увага одержувача відвернута від повідомлення). Перешкодою може бути також відмінність в організаційному статусі між керівником і підлеглим, що також ускладнює точну передачу інформації [4].

З позиції керівника, для ефективної роботи його підприємства комунікація є основою та фундаментом злагодженої роботи усіх учасників. Необхідно вміти налагоджувати взаємини на всіх рівнях управління, тобто по вертикалі, горизонталі та діагоналі.

Дослідження показують, що керівник 50–90 % усього робочого часу витрачає на комунікації. Це начебто дуже багато, але стає зрозумілим, врахувавши, що керівник займається цим постійно, щоб реалізувати свої управлінські функції та ролі у міжособистісних відносинах, інформаційному обміні в процесі прийняття рішень, у плануванні, організації, мотивації і контролі. Саме тому, що обмін інформацією входить в усі види і є умовою управлінської діяльності, комунікацію називають зв'язуючим процесом, який пов'язує частини організації в єдине ціле. Отже, якщо забрати комунікацію, організація буде некерованою [5].

Соціологічні опитування показали, що 73 % американських, 63 % англійських, 85 % японських керівників вважають комунікацію (неефективну) перешкодою на шляху досягнення успіху їх організацій. На підтвердження цього існує думка, що керівники, які ефективно працюють – це ті, хто досяг успіхів у налагодженні комунікацій і самі є комунікативними [5].

Яскравим прикладом ефективної комунікації є компанія Google, 12 % співробітників якої вважають свою роботу такою, яка не викликає стресу, є комфортною, приносить задоволення від роботи і спілкування на професійному рівні. І хоча на перший погляд такий показник не дуже вражає, але порівняно з іншими компаніями він досить високий.

Можливо, одним із факторів низького рівня стресу на роботі є різні пільги: зона релаксу в офісі, безкоштовний фітнес і спортзал, а також тривала відпустка. Все це допомагає співробітникам розслабитися, вивільнити негативну енергію, налаштуватися на творчу роботу, отримати нові враження, сформувати в процесі неформального спілкування нові креативні ідеї і план їх реалізації [6].

Крім того, спокійній робочій обстановці сприяє відсутність нездорової конкуренції між співробітниками. Незважаючи на те, що Google мотивує своїх працівників ставити перед собою амбітні цілі, від них не чекають досягнення цих цілей будь-якою ціною. Навпаки, тут допомагають вчитися і отримувати уроки зі своїх невдач. Навіть більше, компанія заохочує культуру прозорості та всіляко бореться із «цукванням» співробітників. У Google не прийнято скаржитися один на одного, адже це одна команда. Тут ведуть відкриті конструктивні розмови з метою вирішити проблему і продовжити працювати на благо світу [6].

Завдяки вагомій частині досягнутої ефективної комунікації в компанії, вона займає світове лідерство в більшості сфер роботи інформаційних технологій. Сьогодні інформаційні технології відіграють вагомую роль у реалізації механізму управління комунікаціями на підприємстві. Вони потребують постійного техніко-технологічного оновлення та вдосконалення шляхом раціоналізації організаційних зв'язків, реорганізації структури апарату управління відповідно до виробничих умов. Комунікація та інформація мають вирішальне значення у житті суспільства. Чітко продумана і спланована, ефективно реалізована система комунікацій дає змогу підприємствам ефективно здійснювати обмін інформацією між керівництвом і підлеглими. Система комунікацій підприємства повинна забезпечувати достатній інформаційний рівень. Робота механізму комунікацій потребує належних вхідних ресурсів, технологій та управлінських взаємодій. Таке поєднання дасть змогу проводити виважене управління й отримати очікуваний результат його діяльності.

### Список використаних джерел

1. Комунікація. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Комунікація>
2. Комунікації в управлінській діяльності. Опорний конспект лекцій для студентів очної та заочної форми навчання за спеціальностями 6.020105 «Документознавство та інформаційна діяльність», 8.04020101 «Математика» (науково-методичного профілю) / укладачі Н. В. Зайцева., Н. М. Лосева, Вінниця : ДонНУ, 2015. 129 с.

3. Комунікаційний процес, поняття, основні елементи, етапи, їх характеристика. URL: [https://stud.com.ua/19378/menedzhment/komunikatsiyniy\\_protse\\_ponyattya\\_osnovni\\_elementi\\_et\\_ap\\_i\\_harakteristika](https://stud.com.ua/19378/menedzhment/komunikatsiyniy_protse_ponyattya_osnovni_elementi_et_ap_i_harakteristika)

4. Комунікаційний процес і канали передачі інформації. URL: [https://stud.com.ua/50367/menedzhment/komunikatsiyniy\\_protse\\_kanali\\_peredachi\\_informatsiyi](https://stud.com.ua/50367/menedzhment/komunikatsiyniy_protse_kanali_peredachi_informatsiyi)

5. Комунікації на підприємстві: поняття, роль, види, форми, процес. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/management/14066/>

6. 5 причин, чому Google найкращий роботодавець. URL: <https://vokrugsveta.ua/interesting/5-prichin-pochemu-google-luchshij-rabotodatel-13-02-2017>



*Недипіч Анастасія Віталіївна*

*(наук. керівник – канд. пед. наук Яворська Т. М.)*

*Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця*

### **ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЙНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ЗАХИСТ**

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій несе з собою не тільки нові можливості, але й у низку загроз, здатних дестабілізувати життя людей. Однією із таких загроз є інформаційні маніпуляції, що в умовах сьогодення активно діють в усіх сферах життєдіяльності суспільства. Зокрема, в сучасній українській політичній системі маніпуляції суспільною думкою із застосуванням різноманітних технологій інформаційно-психологічного впливу надзвичайно поширені. Особливо відома інформаційна та гібридна війна між Україною та Росією, під час якої активно застосовуються сучасні маніпулятивні комунікаційні технології. Тому сьогодні потрібно знати, які засоби інформаційних маніпуляцій існують, як від них захиститись і чи взагалі це можливо.

Маніпуляція – це викривлення інформації, створення неадекватної картини світу у головах людей; культивування «штучних потреб» (того, чого насправді не треба, але маніпулятор робить це життєво необхідним), щоб змусити діяти в необхідному для нього напрямі. Маніпулятор добре знає потреби і слабкості, страхи й комплекси жертв. Він знає, що і як треба сказати чи показати, щоб спонукати до дії. Він знайде час і місце, щоб зробити це найбільш ефективно [1].

Інформаційні впливи знаходять своє розповсюдження через такі засоби, що використовуються при реалізації методів маніпуляції людською свідомістю:

- засоби масової інформації (радіо, преса, телебачення, Інтернет);
- агітаційно-пропагандистські та навчальні матеріали (відеокасети, електронні та друковані підручники, енциклопедії, наочні приладдя, рекламна продукція тощо);
- здобутки літератури (художньої, науково-технічної, суспільно-політичної, публіцистичної, спеціальної) і мистецтва (зокрема і різних напрямів масової культури);
- енергоінформаційні засоби (спеціальні генератори, пристрої та випромінювачі, що передають хвилі та імпульси, різного походження (електромагнітні, звукові тощо), радіоелектронні прилади та ін.);
- лінгвістичні засоби (мовні одиниці, «спеціальна» термінологія, що мають семантичну неоднозначність при перекладі на інші мови);
- психотропні засоби (особливим способом структуровані ліки, психофармакологічні та психодислептичні препарати, транквілізатори, антидепресанти, галюциногени, наркотики, алкоголь тощо);
- особисте індивідуальне та групове спілкування (навчальне, професійне, ділове, родинне, повсякденне тощо).

Застосування таких засобів відбувається і у сучасній системі виховання та навчання людей, науковій, економічній та виробничій діяльності різних співтовариств, фірм, державних