

УДК 378.018.8:502/504-051]:316.77](045)

СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ІЗ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЕКОЛОГІВ

Світлана Совгіра, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри хімії та екології, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

ORCID: 0000-0002-8742-7773

E-mail: sovgirasvitlana@gmail.com

Наталія Душечкіна, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри хімії та екології, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

ORCID: 0000-0002-4203-7122

E-mail: nataxeta74@gmail.com

Світлана Люленко, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри біології та здоров'я людини, Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

ORCID: 0000-0002-5898-4511

E-mail: Lulencoso@gmail.com

У статті досліджено процес здійснення соціальної комунікації із суб'єктами господарювання як необхідна умова професійної підготовки майбутніх екологів. Виявлено характерні особливості та найбільш значущі чинники соціально-комунікативних процесів, що супроводжують соціальні комунікації та забезпечують процес взаємодії еколога із суб'єктами господарювання. Систематизовано, уточнено та доповнено просторово-тимчасові та соціальні чинники комунікації еколога із суб'єктами господарювання. Досліджено основні аспекти соціокомунікації еколога із суб'єктами господарювання, до яких віднесено соціальні структури суспільства щодо їх комунікативних характеристик. Розкрито процес комунікації, який відбувається у певних об'єктивних та суб'єктивних умовах, що у сукупності складають ситуацію комунікації між екологом та суб'єктами господарювання. Виявлено відмінності в інформації, які важливі щодо комунікації, природи соціальної інформації та різноманіття її прояву між екологом та суб'єктами господарювання. Виділено значущі якості комунікації екологів та суб'єктів господарювання.

Ключові слова: соціальна комунікація; соціальне середовище; суб'єкти господарювання; спілкування; передача інформації; професійна підготовка; майбутні екологи; інформаційний зв'язок.

SOCIAL COMMUNICATION WITH ECONOMIC ENTITIES AS A NECESSARY CONDITION FOR THE PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE ENVIRONMENTALISTS

Svitlana Sovhira, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of Chemistry, Ecology and Methods of Teaching, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University.

ORCID: 0000-0002-8742-7773

E-mail: sovgirasvitlana@gmail.com

Nataliia Dushechkina, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Chemistry and Ecology, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University.
ORCID: 0000-0002-4203-7122

E-mail: nataxeta74@gmail.com

Svitlana Liulenko, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Biology and Human Health, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University.

ORCID: 0000-0002-5898-4511

E-mail: Lulencoso@gmail.com

The article investigates the process of social communication with business entities as a necessary condition for the professional training of future ecologists. The characteristic features and the most significant factors of social and communicative processes that accompany the existence of social communications and ensure the process of interaction of an ecologist with business entities are identified, such as: spatio-temporal factors of communication; social factors of communication; problems of communicative compatibility and observability by the recipient subject; hierarchy of communications; evolution of metacommunication. The spatio-temporal and social factors of communication of an ecologist with business entities are systematized, clarified and supplemented, such as: timeliness of communication; relevance of the signal; interest of the recipient in the message; expectations and attitudes of the recipient; norms of behavior prevailing in society; significance of the signal for the recipient; trustworthiness of the recipient in sources and channels of information; recipient's settings; samples for the recipient. The main aspects of the ecologist's social communication with business entities are investigated, to which the social structures of society are attributed in terms of their communicative characteristics. The communication process is revealed, which occurs in certain objective and subjective conditions, which together constitute the situation of communication between the ecologist and business entities. Differences in information that are important for communication, the nature of social information and the diversity of its manifestation between the ecologist and business entities are identified. Significant qualities of communication between ecologists and business entities are highlighted.

Keywords: social communication; social environment; business entities; communication; information transfer; professional training; future ecologists; information communication.

В аспекті актуальності ролі комунікації як процесу, що забезпечує рух соціальної інформації в управлінні соціальними процесами сьогодні із соціологічного дослідження випадає цілий пласт проблем, пов'язаних із впливом інформаційно-комунікаційних процесів на ефективність управлінської діяльності та на стійкість функціонування суб'єктів господарювання. Будь-який вид соціальної діяльності пов'язаний із використанням інформації. Постійний інформаційний зв'язок з довкіллям, соціальним середовищем, у якому діє активний соціальний суб'єкт, зокрема суб'єкт господарювання є однією із умов його професійної діяльності.

Діалектичний зв'язок комунікації та інформації в соціумі розглядається у дослідженнях А. Ковальчук [4], Л. Дротянко [8]. Оскільки цей зв'язок стосується професійної діяльності еколога, то дотичні процеси розглядали О. Холод [9], Ю. Горбань [3] та ін.

За всього різноманіття теоретичних і практичних досліджень, чітко виявляється ряд проблем, що вимагають подальшого вивчення: конкретизація низки термінів, якими оперують у соціальній комунікації та визначення нових дефініцій, що відображають суттєві аспекти соціокомунікативних процесів; визначення значних соціальних та ситуаційно-часових чинників перебігу комунікації між екологами та суб'єктами

господарювання; вплив окремих чинників на процес комунікації; сумісність учасників комунікації; класифікація елементів метакомунікації різної природи, характером виконуваних функцій окремими елементами; відповідність існуючих моделей комунікації соціальним взаєминам; виявлення суттєвих чинників інформаційного забезпечення процесу комунікації між екологами та суб'єктами господарювання.

Особливості соціальної комунікації заслуговують на самостійне дослідження в межах соціології управління, як окрема предметна галузь: по-перше, внаслідок їхньої інтенсифікації; по-друге, через спільність інформаційно-комунікативних механізмів, що працюють у різних сферах соціального життя; по-третє, через їх фундаментальний вплив на соціальну діяльність; по-четверте, через необхідність теоретичного опрацювання системи наукових категорій, які характерні для дослідження соціальної комунікації екологів та суб'єктів господарювання.

Термін «комунікація» має три інтерпретації – розуміється як: а) засіб зв'язку будь-яких об'єктів матеріального та духовного світу; б) спілкування – передача інформації від людини до людини; в) передача та обмін інформацією у суспільстві з метою впливу на нього [6, с. 74].

Очевидно, комунікація є процесом інформаційної взаємодії, без якої неможлива циркуляція соціальної інформації, перехід її з ідеальної в матеріальну форму та перехід інформації зі стану даних у форму соціальної інформації.

Комунікацію вивчають різні науки, як гуманітарні, так і природничі. Проте у кожній науці виділяється своя предметна галузь дослідження цього об'єкта.

Соціальна комунікація є предметом галузі соціології, що вивчає функціональні особливості спілкування представників різних соціальних груп в аспекті їх взаємодії – передачі та отримання оцінної інформації і в аспекті впливу на їх ставлення до соціальних цінностей суспільства і соціуму в цілому. Соціологія вивчає рівні комунікації, види комунікативних систем, їх одиниці, а також соціально значущі категорії та функції соціальної комунікації [5, с. 183].

Основними аспектами дослідження соціокомунікації є такі: соціальні структури суспільства щодо їх комунікативних характеристик; комунікативні системи – системи подання та передачі даних, наприклад, українська мова тощо; канали комунікації; рівні комунікації (семіотичний, мовний, метамовний, паралінгвістичний, синтетичний); засоби комунікації (технічні, вербальні, невербальні); комунікативні одиниці, наприклад, кадр, слово, дискурс; комунікативні коди – системи нормативних засобів комунікації, властиві цьому соціальному статусу (комунікативний параметр); комунікативна компетентність – здатність до узагальнення та систематизації сприйняття, адекватної оцінки та вибору комунікативної системи, розуміння оцінної інформації (когнітивний параметр); комунікативні ролі («лідер – рядовий», «переконуючий – сумнівний» тощо); учасники комунікації; комунікативна сфера – соціально зумовлена сфера комунікативної діяльності; комунікативні ситуації – сукупність умов, до яких включено об'єкт та суб'єкт комунікативної діяльності; тимчасові та локальні параметри комунікації; комунікативні установки, що визначаються метою комунікативного впливу на об'єкт – переконати, посягти сумнів, спонукати до дії.

Кожен процес комунікації відбувається у певних об'єктивних та суб'єктивних умовах, які у сукупності складають ситуацію комунікації. Ситуація комунікації – це просторово-тимчасова структура умов, у яких здійснюється комунікація. Об'єктивні та

суб'єктивні умови та чинники перебувають у закономірних соціальних зв'язках, випадкові зв'язки теж відіграють певну роль [7, с. 39].

У контексті дослідження, операційно значуще таке тлумачення поняття «комунікація», – це процес інформаційної взаємодії між двома чи кількома об'єктами комунікації, один із яких є за природою соціальним, виступає у ролях комунікатора (рецептора) чи комуніканта (подразника), що супроводжується переходом інформації (комюніке) від одного об'єкта до іншого чи запозиченим обміном інформацією з можливим об'єктом.

Процес соціокомунікації поділяється за часом зустрічі реципієнта з комюніке на три етапи: передкомунікативний, комунікативний та післякомунікативний.

У літературі як синоніми термінів комунікатор, комунікант, комюніке зустрічаються такі відповідні терміни: подразник, відправник; рецептор, реципієнт, приймач; повідомлення, висловлювання, інформація, передача, дискурс (А. Боднар [2], А. Арканова [1]).

Акцентуємо увагу на тому, що в реальній ситуації виконавці ролей рецептора (об'єкта) та подразника (суб'єкта) можуть змінюватися місцями; за рахунок відбитих сигналів від середовища або в умовах масової комунікації з іншими рецепторами подразник сам стає рецептором, у тому числі на свій сигнал. Очевидно, усталена модель прямої комунікації: подразник (суб'єкт) – сигнал – рецептор (об'єкт), далека від ефективного практичного застосування. Ця модель застосована лише за статичної прямої соціальної комунікації.

Класична модель комунікації: «подразник – сигнал – рецептор» не підходить для опису реальної соціальної комунікації, для якої сьогодні властива множинність учасників, опосередкованість та мінливість соціально-комунікативних ролей. Адекватна модель комунікації повинна враховувати особливості здійснення комунікації, що задається такими соціальними категоріями, як: «довірливість» і «значимість»; соціальні «очікування», «установки», «норми» та «цінності», а також низка фізичних та математичних параметрів як самої інформації, що циркулює в процесі комунікації, так і самого процесу інформаційної взаємодії екологів та суб'єктів господарювання. Крім перелічених характеристик на процес комунікації впливають комунікативні параметри середовища, зокрема завантаженість середовища іншими сигналами, які мають взаємодіяти в моделі.

При визначенні критеріїв та параметрів комунікації екологів та суб'єктів господарювання та при подальшому розгляді комунікативних аспектів вагоме значення надається довірливості та значущості комунікації. Довірливість та значущість комунікації пов'язуємо зі структурою соціальних установок та соціальних очікувань, що передують або супроводжують цю комунікацію. Структури установок і очікувань комуніканта, на думку А. Арканова, які є суттєвими для ефективної комунікації, пов'язані з такими критеріями: загальним рівнем знань, специфічними знаннями про комюніке, ставленням до комунікатора. Структура очікувань є попередньою оцінкою значимості комунікації, що утворилася на передкомунікативному етапі, вона відіграє вирішальну роль протягом усієї комунікації, отже, позначається на ефективності комунікації. Вона визначає: селекцію комунікації; селекцію системи комунікації; селекцію сприйнятого змісту комюніке; селекцію частини комюніке, що запам'ятовується; селекцію ставлення до комюніке [1, с. 203].

Крім довірливості та значущості, в контексті нашого міркування, на ймовірність події позначаються інші чинники, властиві як сигналу, так і об'єкту, суб'єкту та середовищу, в якому відбувається комунікація. Наприклад: комунікаційні властивості сигналу; інтенсивність, своєчасність, природа сигналу; вибірковість, чутливість, пропускна здатність об'єкта до сигналів; комунікаційні характеристики учасників комунікації; завантаженість середовища іншими сигналами; комунікаційні параметри середовища; соціальні установки, очікування, норми та цінності, що впливають на діяльність об'єкта.

Узагальнюючи вищезазначене виявлено такі відмінності, які важливі, щодо комунікації екологів та суб'єктів господарювання, природи соціальної інформації та різноманіття її прояву. Найчастіше критеріями відмінності соціальної інформації може бути: логіка подання або рівні комунікації (мова, символ, образ, код); технологія подання (носій); форма подання (дискретна, наприклад, цифрова чи аналогова); упорядкованість подання (детермінована чи недетермінована інформація, тобто організована чи хаотична відповідно); походження (штучна або стихійна інформація, спеціально синтезована або яка виникла спонтанно (стохастично) відповідно); споживча значимість, доступність до сприйняття (спеціальна або масова інформація для вузької групи інформаційно підготовлених суб'єктів відображення, здатних оперувати на відповідних інформаційних пластах, або для широкого кола споживачів з різним комунікативним рівнем відповідно); час виникнення та активності (постійна або періодична інформація, тобто соціальна інформація з тривалим (можливо з нескінченним) періодом активності або з циклічним періодом активності відповідно); мінливість (статична чи динамічна інформація, тобто незмінна у часі чи змінюється відповідно); фізичний обсяг операційної інформації.

Крім критеріїв, що характеризують особливості соціальної інформації, що циркулює у вигляді комунікації, протягом процесу інформаційної взаємодії між екологами та суб'єктами господарювання впливають параметри, що характеризують особливості самого обміну інформацією між учасниками комунікації. Важливим є не тільки те, що два учасники оперують інформацією, ідентичною за природою, але й здатні оперативно, продуктивно, без суттєвих спотворень обмінюватися нею. У літературі найчастіше виділяються такі суттєві з метою оцінки перебігу комунікації відмінності:

- за характером соціальних зв'язків, задіяних у комунікації – пряма чи непряма комунікація, що відповідають прямим чи опосередкованим соціальним зв'язкам;
- за характером комунікації – статична або динамічна комунікації, за мінливістю числа об'єктів, що одночасно беруть участь у комунікації, постійна або мінлива відповідно;
- за вибірковістю комунікації – адресна чи безадресна комунікація, відповідно, комунікація має вузьку спрямованість на один об'єкт;
- за характером надходження інформації – агресивна чи пасивна комунікація, відповідно, інформація у процесі комунікації нав'язується чи пропонується;
- за кількістю задіяних інформаційних каналів у комунікації;
- за недостатністю, достатністю чи надмірністю числа задіяних інформаційних каналів у комунікації;

- за мінливістю числа задіяних каналів комунікації – постійний чи змінний;
- за інтенсивністю, продуктивністю комунікації – реальним фізичним обсягом інформації;
- за мобільністю об'єкта і об'єктів комунікації, за їх здатністю переносити комунікацію в просторі – мобільний об'єкт комунікації, що розглядається, мобільний об'єкт комунікації, немобільні обидва об'єкти комунікації, мобільні обидва об'єкти комунікації (групова комунікація);
- за кількістю одночасних у комунікації об'єктів;
- за своєчасністю комунікації, комунікація має соціальну значимість, якщо відбувається у потрібний час;
- за ступенем довірливості комунікації має значення, якщо комунікація призведе до здійснення заданої соціальної дії – об'єкт комунікації, що розглядається, довірливий для іншого, інший об'єкт комунікації довірливий для аналізованого, недовірливі обидва об'єкти комунікації, довірливі обидва об'єкти комунікації (А. Ковальчук [4], Л. Прус [7], А. Боднар [2], А. Арканова [1]).

До значних критеріїв перебігу комунікації слід додати форми руху соціальної інформації. На нашу думку, перебіг і результат комунікації обов'язково залежать від методів перетворення інформації: передача, трансформація, модифікація, синтез.

Виділяємо такі значущі якості комунікації:

1. Результатом комунікації є рух інформації. Комунікація – необхідна умова руху соціальної інформації.
2. Комунікація має соціальний характер і є соціальною дією, у тому випадку, якщо в комунікації присутній хоча б один соціальний об'єкт.
3. Соціальна комунікація – комунікація, що забезпечує рух соціальної інформації.
4. Комунікація має подвійну ідеально-матеріальну природу, оскільки забезпечує відповідний рух соціальної інформації.
5. Комунікація має суб'єктивно-об'єктивний характер, пов'язаний з тим, що об'єкти комунікації одночасно виступають у ролях як суб'єкта, так і об'єкта відображення.
6. Комунікація, як і соціальна інформація, має багатопластову структуру.
7. Крім інформаційної підготовленості суб'єкта, що визначається спектром інформаційних пластів, впливають такі соціальні чинники як своєчасність та довірливість комунікації, соціальні установки, очікування, норми та цінності, що впливають на діяльність суб'єкта.

Комунікативна різниця між елементами її організації має фундаментальне значення для стійкості та ефективності комунікативних зв'язків між екологами та суб'єктами господарювання, зокрема комерційних підприємств.

Особливе значення має інформаційна сумісність структурних елементів, як умова доступності для всіх об'єктів комунікації оптимально необхідної кількості інформаційних пластів. Очевидною є умова необхідності сумісності об'єктів комунікації за природою соціальної інформації, за природою сигналів, що несуть соціальну інформацію при комунікації екологів та суб'єктів господарювання.

Абсолютна інформаційна сумісність об'єктів комунікації досягається за

дотримання сумісності: за поточним інформаційним пластом комунікації; за спектром інформаційних пластів; за інформаційними параметрами. В інших випадках можна стверджувати про інформаційну сумісність за будь-яким критерієм або про відносну інформаційну сумісність об'єктів комунікації.

Сумісність за спектром інформаційних пластів не завжди забезпечує сумісність за поточним інформаційним пластом, що не є для першого достатньою умовою, хоча і є необхідною, оскільки можливі ситуації, коли об'єкти комунікації налаштовані в даний момент на різні інформаційні пласти, які динамічно несумісні.

У разі невиконання першої умови за дотримання другої та третьої, можна стверджувати про статичну інформаційну сумісність.

Якщо умовою можливості комунікації є інформаційна сумісність структурних елементів та її складових, то ефективний перебіг процесу комунікації логічно пов'язати з параметрами, що визначають продуктивність комунікації.

Крім інформаційної сумісності ефективна комунікація між екологами та суб'єктами господарювання передбачає комунікаційну сумісність елементів, їх комунікаційних параметрів, що забезпечується за умови: сумісності щодо продуктивності комунікації; сумісності за операційними каналами комунікації; сумісності з операційними методами надходження соціальної інформації; достатності для цієї комунікації операційного набору каналів комунікації; достатньої мобільності хоча б одного з об'єктів; довірливості об'єктів одне одному; забезпечення прямої комунікації з-поміж них; забезпечення адресної комунікації; забезпечення важливості комунікації.

При забезпеченні сумісності за всіма наведеними критеріями можна стверджувати про абсолютну комунікаційну сумісність об'єктів комунікації, в інших випадках можна стверджувати про комунікаційну сумісність за будь-яким критерієм або про відносну комунікаційну сумісність об'єктів комунікації, зокрема екологів та суб'єктів господарювання.

Комунікативну сумісність об'єктів комунікації ми визначили як комплексний критерій, що залежить від інформаційної та комунікаційної сумісності об'єктів і визначає реалізованість комунікації екологів та суб'єктів господарювання. Комунікативна сумісність, як і її складові є інтегральною характеристикою.

Розглядаючи комунікації між елементами соціальних систем у контексті тотожності їх комунікативних та організаційних структур не можна не згадати ієрархічність комунікативних зв'язків. У зв'язку з чим можна визначити горизонтальні та вертикальні соціальні зв'язки, яким відповідають горизонтальні та вертикальні комунікації. В організаційних структурах виділяються прості та складові елементи (підструктури), комунікації в цих підструктурах є внутрішніми, а комунікації підструктури з іншими елементами – зовнішні зв'язки чи зв'язки із середовищем. Стверджуючи про внутрішню комунікацію вважаємо, що комунікації між екологами та суб'єктами господарювання можуть відбуватися між елементами одного (горизонтальні) або різних ієрархічних рівнів.

Внутрішня комунікація – взаємодія комунікативної пари, утвореної з об'єктів, що знаходяться на одному (для горизонтальної комунікації) або різних ієрархічних рівнях соціальної організації, для яких у ситуації групової комунікації ця комунікація є внутрішньою, а іншими зовнішніми, де вони виступають як єдиний об'єкт.

Вертикальна комунікація – комунікативна взаємодія об'єктів різного

ієрархічного організаційного рівня.

Зовнішня комунікація – комунікація групи об'єктів, об'єднаних в підсистему – самостійний об'єкт комунікації з іншими об'єктами чи його групами.

У більш широкому аспекті при розгляді соціальної комунікації між екологами та суб'єктами господарювання та їх взаємодії із зовнішнім середовищем можна визначити зовнішні природні комунікації та зовнішні штучні комунікації, які відповідають зовнішнім горизонтальним соціальним зв'язкам та зовнішнім вертикальним соціальним зв'язкам. Об'єкти комунікації можуть відрізнятися за своїм статусом, виходячи зі свого ієрархічного рівня, тобто необхідно при описі комунікації виділити комунікативну ієрархію об'єктів комунікації та виявити відмінні параметри, що відповідають комунікативному ієрархічному рівню об'єкта комунікації. Горизонтальна та вертикальна комунікативні сумісності мають різну значущість, різні пріоритети для різних типів соціальних взаємодій.

З варіантом, при якому об'єкти абсолютно або частково комунікативно несумісні, але соціально пов'язані, реальні на практиці ми стикаємося в штучно створених соціальних організаціях, наприклад, у виробничих колективах тощо.

При дослідженні комунікативної сумісності відокремлюємо два рівні будь-якої сумісності у процесі комунікації між екологами та суб'єктами господарювання. Сумісність всієї системи із зовнішнім середовищем визначена нами як зовнішня сумісність системи; сумісність елементів системи між собою визначена як внутрішня сумісність системи; їхнє поєднання визначаємо як комплексну сумісність системи. Це стосується і комунікативної сумісності. Будь-яку комунікацію можна вважати системою взаємодіючих між собою об'єктів – комунікаційною системою. У нашому дослідженні розглядається саме комунікаційна система – система суб'єктів, які перебувають у стані соціокомунікації, зокрема екологи та суб'єкти господарювання.

Під зовнішньою комунікативною сумісністю розуміємо комунікативну сумісність утвореної системи із середовищем, під внутрішньою комунікативною сумісністю – комунікативну сумісність елементів комунікаційної системи.

Комунікативна ситуація є сукупність умов взаємодії суб'єкта та об'єкта комунікації, що задається виходячи з особливостей основних елементів комунікації та особливостей їх взаємодії: суб'єкта комунікації, об'єкта комунікації, сигналу, середовища, просторово-часових умов.

Розберемо ці аспекти з практичної послідовності формування інформаційного впливу суб'єкта на об'єкт. Після визначення необхідності інформаційного впливу та вибору цільової аудиторії, об'єкта комунікації, необхідно детально вивчити реципієнта. А саме визначити його комунікативні параметри, тобто інформаційні та комунікаційні, з метою організації реалізованої та керованої комунікації. Після цього можна синтезувати проєкт сигналу і визначити первинний набір подразників і каналів передачі сигналу. На цьому ж етапі необхідно локалізувати реципієнта, визначити його просторові характеристики. Просторові умови комунікації визначають можливість здійснення комунікації та вибір способів реалізації комунікації.

Далі, порівнявши критерії локалізації об'єкта з проникаючою здатністю джерел інформації, а також дослідивши об'єкт і подразників на комунікаційна сумісність, а визначаємо можливий набір подразників і каналів передачі сигналу.

Наступною ітерацією узгоджуємо тимчасові критерії комунікації щодо

забезпечення синхронізації роботи подразника, каналів і реципієнта. Синхронізація забезпечує узгодження часу активності подразника, каналів та найбільшої сприйнятливості до сигналу реципієнта та відповідність тих чи інших способів впливу у той чи інший проміжок часу, фаз активності реципієнта та знаходження його в тій чи іншій соціокомунікаційній системі. Інший часовий критерій – своєчасність комунікації – визначає позитивну селективність реципієнта до керуючого впливу, із змістової частини комунікаційного впливу, у вигляді подачі потрібного сигналу у правильній послідовності у потрібний момент. Досягненню своєчасності комунікації сприяє актуалізація сигналу (забезпечення актуальності комунікації) наступного соціально-часового параметра комунікації, що характеризує сумісність сигналу з інформаційним порядком довкілля на даний момент.

Успішності інформаційного впливу сприяє заохочення реципієнта на здійснення певних дій щодо отримання та селекції сигналу з усієї маси сигналів, що знаходяться в середовищі. Для підвищення ефективності керуючий вплив має бути синтезовано з урахуванням сумісності із соціальними критеріями комунікації: очікуваннями та установками реципієнта, що панують у соціумі нормами. Своєчасність, відповідність очікуванням, установкам та нормам, актуальність підвищують значущість сигналу для реципієнта, а, відповідно, селективність об'єкта до керуючого впливу та ймовірність бажаної реакції. Тому для коригування сигналу слід визначити безліч очікувань та установок реципієнта, відповідно до норм, які панують у соціумі. Після чого провести корекцію початкового сигналу з метою забезпечення сумісності отриманих множин сигналу. Також слід забезпечити врахування установок реципієнта щодо подразників і каналів. Крім цього, доцільно сформулювати вплив, спрямований на формування лояльних до цільового сигналу та подразників очікувань та установок від реципієнта. Підвищенню значущості сигналу сприяє врахування довірливості об'єкту джерел і каналів інформації. Врахування цього чинника дозволяє скоротити вихідний набір подразників та каналів. Крім заходів щодо узгодження джерел за критерієм довірливості, можна впливати на середовище з метою підвищення або зниження довіри до тих чи інших подразників.

Інший ситуаційний критерій – знаходження реципієнта в тій чи іншій соціокомунікаційній системі накладає ще більший обсяг обмежень та умов здійснення комунікації, зокрема між екологами та суб'єктами господарювання. Тим більше, що еволюція процесів метакомунікації змінює перебіг звичних процесів комунікації. Сучасні інформаційні технології, такі як Інтернет, подарували нові види соціокомунікаційних систем – блоги та соціальні мережі, завдяки яким метакомунікації зазнали суттєвих новацій. Якщо перші метакомунікації за допомогою перших рукописних книг зводилися до моделі «небагато – небагатьом довго», то винахід друкарства змінив первинну модель на таку «небагато – багато довго і у великому віддаленні». Винахід телеграфу, а потім і телефону дозволили стерти відстані та запізнення «небагато – дещо швидко і на великі відстані». Винахід кіно не змінили останню модель радикально, але винахід радіо і телебачення суттєво змінило формулу «багато хто – в режимі реального часу в глобальному масштабі». Поява та розвиток Інтернету ознаменували за короткий період дві революційні моделі метакомунікації: багато хто – багатьом у режимі реального часу в глобальному масштабі; багато хто – небагатьом у режимі реального часу (блоги) у глобальному масштабі.

Це ще одне свідчення обмеженості класичної моделі комунікації: джерело – комюніке – приймач.

Отже, виявлено характерні особливості та найбільш значущі чинники соціально-комунікативних процесів, що супроводжують існування соціальних комунікацій та забезпечують процес комунікації екології та суб'єктів природокористування, такі як: просторово-часові чинники комунікації; соціальні чинники комунікації; проблеми комунікативної сумісності та спостережуваності суб'єктом реципієнта; ієрархія комунікацій; еволюція метакомунікації.

Систематизовано, уточнено та доповнено просторово-тимчасові та соціальні чинники комунікації між екологами та суб'єктами господарювання, такі як: своєчасність спілкування; актуальність сигналу; інтерес реципієнта до повідомлення; очікування та установки реципієнта; панівні у соціумі норми поведінки; значущість сигналу для реципієнта; довірливість реципієнта до джерел та каналів інформації; налаштування реципієнта; зразки для реципієнта.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у розкритті компонентного складу готовності майбутніх екологів до професійної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арканова А. Екологічні дослідження в контексті професійної підготовки майбутнього еколога. *Витоки педагогічної майстерності. Серія : Педагогічні науки*, 2016. Вип. 18. С. 5–9.
2. Боднар А. Аналіз основних теоретичних підходів до оцінки якості організаційних комунікацій. *Економічний аналіз*, 2011. Вип. 9, ч. 2. С. 56–59.
3. Горбань Ю. І. Бізнес-комунікації – рушійна сила конкурентоспроможності. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*, 2019. № 19. С. 202–205.
4. Ковальчук А. Р. Підготовка фахівця-еколога у закладах вищої освіти. *Методика навчання природничих дисциплін у середній та вищій школі (XXIX Каршинські читання): матер. Міжн. наук.-практ. конфер., присвяченої розробкам моделей підготовки майбутнього вчителя до педагогічної діяльності в Новій українській школі (м. Полтава, 26-27 травня 2022 р.)*. Полтава : Астрія, 2022. С. 109–111.
5. Козирев М. П. Соціологія : навч. посібн. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2013. 40 с.
6. Костю С. Марценюк М. До питання історії вивчення поняття спілкування. *Вісник Національного університету оборони України*, 2019 Вип.2 (52). С. 72–78.
7. Прус Л. Р. Комунікаційний менеджмент. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, 2019. № 1. С. 38–41.
8. Теоретичні засади філософії комунікації: практикум / уклад.: Л. Г. Дротянко, С. С. Орденів. Київ : НАУ, 2021. 42 с.
9. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.

REFERENCES

1. Arkanova A. (2016). Ekologichni doslidzhennia v kontesti profesiinoi pidhotovky maibutnoho ekoloha. *Vytyky pedahohichnoi maisternosti. Serii : Pedahohichni nauky*, 18. 5–9. [in Ukrainian].
2. Bodnar A. (2011). Analiz osnovnykh teoretychnykh pidkhodiv do otsinky yakosti orhanizatsiinykh komunikatsii. *Ekonomichnyi analiz*, 9, 2. 56–59.
3. Horban Yu. I. (2019). Biznes-komunikatsii – rushiina syla konkurentospromozhnosti. *Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku*, 19. 202–205. [in Ukrainian].
4. Kovalchuk A. R. (2022). Pidhotovka fakhivtsia-ekoloha u zakladakh vyshchoi osvity. *Metodyka navchannia pryrodnychych dystsyplin u serednii ta vyshchii shkoli (XXIX Karyshynski chytannia): mater. Mizhn. nauk.-prakt. konfer., prysviachenoi rozrobkam modelei pidhotovky maibutnoho vchytelia*

- do pedahohichnoi diialnosti v Novii ukrainskii shkoli (m. Poltava, 26-27 travnia 2022 r.). Poltava : Astraia, 109–111. [in Ukrainian].
5. Kozyriev M. P. (2013). *Sotsiologhiia : navch. posibn.* Lviv : Lvivskiy derzhavnyi universytet vnutrishnikh sprav, 40. [in Ukrainian].
 6. Kostiu S. Martseniuk M. (2019). Do pytannia istorii vyvchennia poniattia spilkuvannia. *Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*, 2 (52). 72–78. [in Ukrainian].
 7. Prus L. R. (2019). *Komunikatsiinyi menedzhment.* Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. *Ekonomichni nauky*, 1. 38–41. [in Ukrainian].
 8. *Teoretychni zasady filosofii komunikatsii: praktykum* (2021). / uklad.: L. H. Drotianko, S. S. Ordenov. Kyiv : NAU, 42. [in Ukrainian].
 9. Kholod O. (2018). *Sotsialni komunikatsii: tendentsii rozvytku : navch. posib.* 2-he vyd., pererob. y dop. Kyiv : Vydavnytstvo «Bilyi Tyhr», 370. [in Ukrainian].