

практику в даній галузі. Це сприяє точності та зрозумілості у вираженні ідей, а також відокремлює фахівців від інших сфер життя.

Крім того, мова впливає на створення професійних спільнот, сприяючи взаємопорозумінню між їх учасниками. Від фахових жаргонів до конкретних виразів, мова формує спільний мовний код, який зміцнює внутрішню комунікацію в професійному середовищі.

У сучасному світі з ростом глобалізації та розвитку технологій, професійна мова стає не лише інструментом спілкування в межах конкретного фаху, але і засобом міжнародного обміну інформацією. Мовна компетенція та вміння адаптувати мовленнєві стратегії до різних професійних ситуацій стають ключовими навичками для успіху в сучасному світі.

А тому кожна освічена людина повинна знати основні відомості про походження, розвиток української мови, формування її літературно-писемних стандартів, становлення правопису, орієнтуватися в проблемах функціонування літературної мови на сучасному етапі та бачити перспективи її еволюції.

Щоправда, мова є засобом і матеріалом формування та становлення особистості людини, її інтелекту, волі, почуттів і формою буття та є засобом спілкування між людьми. Необхідно приділити увагу виявленню й задоволенню матеріальних і духовних потреб людей, об'єднувати їх у суспільство для досягнення добробуту та духовних цінностей.

Я вважаю, мова невмируща, бо в ній безсмертя народу. Вона твориться народом, живе в ньому і з ним. Але в безсмерті мови є й часточка безсмертя людини. Через мову кожна людина дотикається до безсмертя свого народу.

Отже, мова професійного спілкування забезпечує різні комунікативні потреби мовців у професійній сфері. Щоб досягти значних успіхів у професійній діяльності, необхідно досконало володіти мовою професійного спілкування.

*Лаврентьєва Валерія Олександрівна
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Мацука В.М
Маріупольський державний університет*

ЛІДЕРСЬКА КОМУНІКАЦІЯ: СЕКРЕТИ ЕФЕКТИВНОГО ВПЛИВУ

Лідерська комунікація – основна складова успішного керівництва в сучасному світі, де вимоги до адаптивності ставлять перед лідерами завдання забезпечити ефективний вплив на команду

Взаємини лідерства присутні на всіх рівнях організації і відображають взаємозв'язок індивідуальних сил, влади та впливу на процеси міжособистісного спілкування та організаційної діяльності.

Комунікативні здібності лідера являють собою керування власними емоціями, здатність чути і прислухатися до співрозмовників, відкритість у спілкуванні, володіння ораторськими навичками, спроможність фільтрувати інформацію і якісно користуватися засобами комунікації, готовність до

переговорів, вміння рахуватися з інтересами колег, знання корпоративної культури, готовність подавати ідеї не нав'язуючи їх.

Ефективна внутрішня комунікація приносить численні переваги для організаційного середовища. Серед цих переваг можна відзначити задоволення від виконаної роботи, високу продуктивність, зменшення кількості прогулів, підвищену якість надання послуг, економію витрат і стимулювання інновацій.

Особистий зворотний зв'язок, спілкування з керівником тарозповсюдження організаційної інформації є ключовими чинниками для формування ідентичності співробітників із робочим місцем.

Лідери, які володіють комунікативною обізнаністю, свідомо планують і адаптують свою комунікацію до окремих людей і команд. Для успішної лідерської комунікації необхідно враховувати такі ключові аспекти, як взаєморозуміння, сприйняття емоцій, автентичність та емпатія. Майк М'ят, один із авторів журналу Forbes, розкриває секрети комунікації справжніх лідерів.[1] Він наголошує, що бути великим лідером неможливо без вміння ефективно спілкуватися. Основний акцент робиться на тому, що комунікація повинна бути спрямована на інших, а не лише на власні навички говоріння. Секрети успішної комунікації:

- Уникайте зверхності, оскільки вона підриває довіру.
- Будьте персональними, покажіть інтерес до приватного життя інших.
- Фокусуйтеся на ясності та конкретності у мовленні.
- Спрямовуйте увагу на те, що ви можете дати, а не на те, що хочете отримати.
- Проявляйте емпатію та відкритість до ідей інших.
- Слухайте уважно
- Навчіться відкривати свою свідомість.
- Помічайте те, що не було сказано вголос. Видатні лідери володіють вмінням відзначати те, що залишається невимовленим.
- Завжди знайте, про що ви говорите.
- Звертайтеся до груп як до індивідів.
- Будьте готові змінювати повідомлення в залежності від ситуації.

Найкращі комунікатори миттєво адаптуються до ситуації, навіть якщо вона змінюється досить неочікувано.

Отже, лідерська комунікація - ключовий елемент успішного впливу та мотивації колективу. Сприяючи взаєморозумінню, лідер створює позитивний емоційний клімат та сприяє досягненню спільних цілей, забезпечуючи стабільність та розвиток організації.

ЛІТЕРАТУРА

1. 10 секретів комунікації великих лідерів. URL: <https://www.management.com.ua/notes/10-communication-secrets.html> (дата звернення: 29.11.2023).

2. Kozhushko L. F., Shcherbakova A. S. ЛІДЕРСТВО ЯК ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ. Bulletin National University of Water and Environmental Engineering. 2021. Т. 4, № 92. С. 85. URL: <https://doi.org/10.31713/ve420209> (дата звернення: 29.11.2023).
3. Постоленко Ірина. КОМУНІКАТИВНЕ ЛІДЕРСТВО: ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ. СОЦІАЛЬНА РОБОТА ТА СОЦІАЛЬНА ОСВІТА. № 2(9).
4. Прочан А. О. ЗНАЧУЩІСТЬ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРА ЯК ЗАПОРУКА ПОЗИТИВНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична. В. 2022. № 32. URL: <https://khnnra.edu.ua/wp-content/uploads/2023/01/Prochan-A.O.-ZNACHUSHNIST-LIDERSKYH-YAKOSTEY-MENEDZHERA-YAK-ZAPORUKA-POZYTYVNYH-ZMIN-NA-PIDPRYYEMSTVI.pdf> (дата звернення: 29.11.2023).
5. Р. В. Бойко, Л. В. Рудич. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ЛІДЕРСЬКИХ КОМУНІКАЦІЙ. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9048/1/104-105.pdf> (дата звернення: 29.11.2023).

Левицький Павло Федорович
Науковий керівник – канд. політ. наук, доц. Безрук О.О.
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ДОНЕСЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Соціальні мережі – це мережі людей різних вікових та соціальних категорій, які використовують інтернет та різні вебпортал для спілкування, поширення інформації, залишення коментарів та різних активностей.

Сам термін "соціальні мережі" було запропоновано в 1954 році Дж. А. Барнесом (в роботі Class and Committees in a Norwegian Island Parish, «Human Relations») – британським соціологом, представником Манчестерської школи соціології [2].

Прийнято вважати, що соціальна мережа – це структура, яка базується на людських зв'язках або ж взаємних інтересах. В якості інтернет-сервісу соцмережа може розглядатися як платформа, що допомагає людям здійснювати зв'язок між собою та групуванню за специфічними інтересами.

Термін "соціальні мережі" став популярним у середині 2000-х років, коли платформи, такі як Facebook, Twitter та LinkedIn, почали набирати популярність. Вони надали можливість користувачам об'єднуватися в онлайн-спільноти, спілкуватися з друзями, ділитися інформацією та встановлювати нові зв'язки. Саме ці аспекти інтерактивності та спілкування лежать в основі терміну "соціальні мережі".