

культуру и бизнес; акцентирует внимание на человеческом факторе; подчёркивает важность доверия к людям; состоит в мобилизации всех ресурсов. Лидерство – это соединение ценностей, опыта, стилей формирования чувства «мы». На лидерстве возлагается ответственность за коллективную цель, которая включает: рыночную эффективность; управление ресурсами; управление людьми; деловое управление, культуру менеджмента (Андрюкайтене, и др., 2017). *Цели исследования* – обосновать концепцию эффективного лидерства и управления как стратегии развития организации в условиях социальных изменений; рассмотреть ограничения, которые мешают внедрению концепции эффективного лидерства и управления. *Методы и методология* – синергетический, который позволяет самоорганизовать все процессы и в основу положит синергию как метод объединения всего коллектива.

Результаты исследования. Внедрению концепции эффективного лидерства и управления в коллективе мешают следующие ограничения: неумение руководить собой; размытые личностные ценности; нечетко очерченные личные цели; самоостановка в своем развитии; недостаток навыков для решения проблем; неумение влиять на людей; упрощенное понимание управленческого труда; недостаточно творческий подход; слабые навыки в управленческой деятельности; неумение учить других; неспособность формировать коллектив или группу; неумение объединить организацию как единый социальный организм (Максименюк, 2015).

Выводы и практические рекомендации:

1. Руководителю организации надо знать все виды менеджмента - антикризисный, государственного управления, стратегический, инновационный, инновационно-культурный, менеджмента организаций и администрирования, лидерство. Все это помогает стать лидером и повысить эффективность управления.
2. Руководитель должен сформировать концепцию, в соответствии с которой сформировать коллектив, который бы работал как единый социальный организм.
3. Следует максимально правильно и равномерно мобилизовать энергию работников своего коллектива.
4. Работать над повышением культуры управления и культуры администрирования на всех уровнях.
5. Содействовать повышению креативности своего коллектива.
6. Разработать и внедрить в организацию информационное влияние на деятельность всего коллектива в условиях стохастичности и кризисности.

Ключевые слова: инновационно-культурный менеджмент, инновации, культура, информационно-компьютерные технологии, культура менеджмента.

Список литературы

1. Сергиенко, Т. И. (2017). Особливості та технології прийняття і впровадження політичних рішень в умовах сьогодення // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 69, с. 189-194.
2. Андрюкайтене, Р., Воронкова, В. Г., Кивлюк, О. П., Никитенко, В. А. (2017). Становление и развитие smart-общества как высокоразумного, высокотехнологического, высокоинтеллектуального. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 71, с. 17-25.
3. Максименюк, М. Ю. (2015). Організації як об'єкт публічного адміністрування: теоретико-методологічні виміри // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 63, с. 234-248.

МЕХАНИЗМУПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫМ ПРОЦЕССОМ В ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Сильченко Роман

Запорожская государственная инженерная академия, Запорожье, Украина

Актуальность темы исследования. Управление информационно-коммуникационным процессом в организации приобретает все большую актуальность в связи с тем, что мы живем в условиях «глобальной революции в коммуникациях» (М.Кастельс). Данное обстоятельство обусловлено отсутствием концепции коммуникационного процесса в организации в системе информационно-коммуникационного менеджмента, которая развивается в условиях глобализации; необходимостью внедрения в жизнь саморегулятивного механизма, способного повысить эффективность диалога за счет усиления коммуникационных связей; дефицитом рефлексии инструментов и технологий минимизации энтропийных тенденций в кризисном социуме; необходимостью формирования обратных связей на уровне управленческой команды организации; внедрением субъект-субъектной парадигмы информационно-коммуникационного управления, формированием качественно нового управленческого мышления, способного преодолеть энтропийность процессов в управленческой среде (Андрюкайтене, и др., 2017).

Проблемная ситуация. В современных условиях не сформированы механизмы управления информационно-коммуникационным процессом в организации, которые представляли бы комплекс антикризисных мероприятий преодоления причин экономического кризиса. Механизм совершенствования

информационно-коммуникационного процесса приводит в соответствие деятельность субъект-объектных отношений, переводя их на уровень субъект-субъектных (Воронкова, 2012).

Цели исследования - обосновать методологию анализа механизма управления информационно-коммуникационным процессом в организации в условиях глобализации, которая способствует преодолению проблем и формированию механизма как целостного социального организма.

Методы и методология исследования. методологическими основами исследования управления информационно-коммуникационным процессом в организации в условиях глобализации выступают следующие метододы: 1) синергетический, который используется для анализа коммуникационного процесса, который действует в нелинейном обществе и нелинейной организации; 2) сравнительно-исторический, который позволяет проанализировать разные уровни управления и динамику коммуникационного общения на всех уровнях организации; 3) феноменологический, который позволяет постичь сущность и основные атрибутивные особенности коммуникации как основы информационно-коммуникационного менеджмента; 4) системно-структурный, который направлен на выявление структуры коммуникационного процесса как динамической системы, которая способствует саморазвитию организации (Олексенко, 2015).

Результаты исследования.

Данный механизм представляет собой совокупность конкретных мероприятий организационного, правового, хозяйственного порядка относительно управления экономическими, социальными и духовными процессами в организации. Механизм коммуникационного процесса представляет собой целостный механизм управления, детерминированный как объективными, так и субъективными факторами и определяется целенаправленной управленческой деятельностью организации, который представляет собой проблему, которую должна решить управленческая команда. В работе Е.Хола и Д.Трагера «Культура как коммуникация» термин «коммуникация» впервые определен в его взаимосвязи с культурой. Организации рассматриваются как сеть коммуникаций, а коммуникация рассматривается как активная среда, которая самоорганизуется. Особое значение имеет функция обратной связи. Разработана концепция информационно-коммуникационного управления в организации, нацеленная на развитие и эффективное принятие управленческих решений, которые в целом способствуют повышению эффективности коммуникационного потенциала в организации (Сильченко, 2017).

Выводы и практические рекомендации:

Каждая организация должна разработать механизм управления информационно-коммуникационным потенциалом в условиях глобализации, который представляет модель развития организации на перспективу.

Ключевые слова: коммуникация, механизм управления, информационно-коммуникационный процесс, организация, глобализация

Список литературы

1. Andriukaitiene, R., Voronkova, V., Kyvliuk, O., Maksimenyuk, M., Sakun, A. (2017). Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of management. *Problems and Perspectives in Management*, 15(1-1), p. 220-226.
2. Воронкова, В. Г. (2012). Формування синергетично-рефлексивної моделі самоуправлінського суспільства: цивілізаційни контекст. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць*, 49, с. 17-28.
3. Олексенко, Р. І. (2015). Вплив комунікацій на ціннісні орієнтири особистості / Р. І. Олексенко // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 62, с. 65-73.
4. Сильченко, Р. (2017). Формирование концепции совершенствования управления коммуникациями в информационно-коммуникационном процессе организации. *Theory and practice: problems and prospects. International scientific-practical conference 2017, may 11-12. Kaunas. Lithuanian sport university.*

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТИЛЯ АР ДЕКО И ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ПРАКТИКЕ

Станчева Татьяна

Запорожский национальный технический университет, Запорожье, Украина

Актуальность темы исследования. Коммуникативные особенности стиля Ар Деко как стилистического направления в искусстве, архитектуре и дизайне, а также направления графического дизайна остается мало изученными в украинской науке. Это требует формирования концепции коммуникативных особенностей стиля Ар Деко и изучения его тенденций в современной дизайнерской практике. Широта его распространения подвергает углубленному изучению особенности его стиля, художественно-эстетического мастерства, сюжетных линий, изучение приемов-модусов и средств экспрессивного выражения и стилиобразования. Актуальность изучения коммуникативных особенностей стиля Ар Деко состоит в том, что в современных условиях следует