

impossible. There were several reasons for this. First, political (emigrant status) and economic (lack of sustainable financial flows from the Czechoslovakia) were hampered. Secondly, the Ukrainian film industry did not have the support of both Ukrainian and Czech (private) businesses. Thirdly, the low potential of Ukrainian film enthusiasts and the lack of professional education and experience were evident. Fourth, the Ukrainian Prague film production consisted mainly of documentaries, short films, plot films, reports and chronicles.

Key words: *history of everyday life, Ukrainian emigration, interwar Czechoslovakia, recreation, film industry.*

УДК 37.014.621(045)

**В. О. Кудлай,
В. Д. Білоусова**

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КОМУНІКАЦІЇ ТА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ОСВІТНІЙ УСТАНОВІ

Розглянуті трактування поняття «комунікація» та «комунікаційна діяльність». Охарактеризовані основні елементи, форми, види та функції комунікаційної діяльності. Визначені основні етапи роботи над створенням ефективної комунікації в установі. Виділені напрямки удосконалення комунікацій в закладах вищої освіти.

Ключові слова: *комунікація, комунікативна діяльність, освітня установа, заклад вищої освіти, елементи комунікації, ефективність комунікаційної діяльності.*

DOI 10.34079/2226-2849-2019-9-18-43-49

Комунікація впливає на всі сфери життя суспільства, в тому числі на освітню. Закладу вищої освіти (надалі ЗВО) необхідно мати не тільки хороші освітні послуги, але й донести до споживача переваги від користування запропонованими послугами. Комунікація являє собою процес, який дозволяє передати необхідну інформацію абітурієнтам, їх батькам, студентам, науковцям та іншим прямим чи опосередкованим учасникам освітнього процесу, з метою зробити привабливими послуги ЗВО. Тому, комунікація стає найважливішою складовою діяльності закладів вищої освіти та правильно налагоджена комунікаційна діяльність стає основою «спілкування ЗВО» із ринком освіти, праці, громадськістю.

Мета студіювання полягає у визначенні структури і змісту комунікативної діяльності в ЗВО. Відповідно до мети було сформульовано такі завдання: дати визначення поняттям «комунікація» та «комунікаційна діяльність»; визначити основні елементи комунікаційного процесу в освітній установі; виділити принципи ефективного комунікаційного процесу ЗВО.

Вагомий внесок у розробку практичних та теоретичних принципів комунікації зробили такі вітчизняні та світові вчені: П. Сміт, К. Беррі та А. Пулфорд [9], Н. Волкова [1], Л. Карамушка [3], Ф. Котлер [4], Г. Почепцов [6], Є. Тавокін [11], А. Чичановський [14] та інші. Питання стосовно комунікаційної діяльності, її елементів, видів, форм розглядав професор А. Соколов [10]. Особливості комунікативної діяльності ЗВО відображені у дослідженнях І. Грищенко та Н. Крахмальової [2], С. Орехової [5], С. Янковського та О. Дейниченко [14].

У широкому значенні під терміном «комунікація» розуміється зв'язок, спілкування, яке охоплює всі процеси людської діяльності. У наш час ставлення до

цього поняття змінилося: якщо раніше під цим терміном розглядали жорстку вертикальну підпорядкованість, то відтепер, комунікацію розглядають як процес, де кожен учасник має власну точку зору. Тобто, управління реалізується в системі демократичної комунікації, що спирається на переконання [6].

Словник іншомовних слів трактує «комунікацію» («communicatio» – повідомлення) як зв'язок, повідомлення [8]. У філософському енциклопедичному словнику зазначається, що «комунікація» є терміном, що у широкому сенсі окреслює людську взаємодію у світі. У сучасній філософії використовується передусім як ознака конструктивної взаємодії особистостей, соціальних груп, націй та етносів, яка розгортається на основі толерантності й порозуміння. Поняття «комунікація» широко використовується у філософії К. Ясперса, а також у сучасній німецькій практичній філософії, що отримала назву «комунікативної» [12, с. 291].

Дослідниця Н. Волкова вважає, що «важливим компонентом комунікації є інформаційний потік – рух у певному середовищі інформації, структурованому на підставі змістово-цільового взаємозв'язку та впорядкованості, спрямованих від джерела до суб'єкта-користувача» [1], а Л. Карамушка зазначає, що «комунікація» – це «обмін інформацією між учасниками управлінської взаємодії і є одним із важливих психологічних компонентів процесу управління та становить невід'ємну частину таких його головних етапів, як планування, організація, контроль» [3].

Комунікаційна діяльність забезпечує збереження та передачу знань майбутнім поколінням, трансляцію наукового і культурного досвіду, що робить його науковим та комунікативним явищем. Професор А. Соколов дав таке визначення поняттю «комунікаційна діяльність» – це рух втілених в знаковій формі смислів в соціальному просторі. Теорія комунікації розглядає соціальне значення комунікації, яке характеризує різноманітність зв'язків, що виникають у суспільстві. Тому передбачається, що в якості комунікантів і реципієнтів виступають три суб'єкти: індивідуальна соціалізована особистість, соціальна група і масова сукупність [10].

І. Грищенко та Н. Крахмальова вважають, що у сьогоденних умовах діяльності комунікацію необхідно розглядати «як підсистему закладу вищої освіти з її основними функціями: поширення стратегії розвитку закладу вищої освіти; інтеграція й регулювання освіти, науки і бізнесу; формування громадської думки; розвиток іміджу ЗВО» [2].

Визначенотакі елементи комунікації (за Ф. Котлером): відправник (комунікант) – сторона, яка посилає повідомлення іншій стороні (реципієнту); кодування – набір символів, що передані комунікантом; під засобами поширення інформації позначаються канали комунікації, за допомогою яких звернення передається від відправника до одержувача; розшифровка – процес, під час якого одержувач надає значення символам, що передані відправником; адресат (реципієнт) – сторона, яка отримує звернення. У відповідь адресат відправляє набір відгуків, що з'явилися у процесі контакту з об'єктом, який передавався, тобто відбувається певна реакція. Зворотний зв'язок – реакція, яку одержувач доводить до зведення відправника [4].

Якщо говорити про комунікацію у ЗВО, то комунікантом, в даному випадку, є сам ЗВО (його представники), що усвідомлює певну ситуацію, як завдання та певним чином реагує. За допомогою певних засобів комунікант передає інформацію у вигляді повідомлення, яке одержувач повинен сприйняти. Для цього повинні бути підготовлені доступні матеріали, які подаються у певній формі й певному контексті. Адресатом стає цільова аудиторія, яка зацікавлена в наданій інформації та послугах (об'єкт який передається). Передану закодовану інформацію одержувач сприймає вже у зміненому вигляді, тобто сприймає очима відправника. Після прийняття інформації здійснюється

зворотний зв'язок, який дає зрозуміти згоден споживач на певні послуги або ж вони не відповідають його потребам. Зворотна реакція, а отже, ефективність комунікативного процесу визначається встановленням і підтриманням контакту між комунікаторами та ступенем згоди між ними. Комунікації освітньої установи передбачають обмін інформацією між закладом освіти та його цільовими аудиторіями, тому для задоволення потреб цільової аудиторії та досягнення цілей закладу освіти мають бути сплановані зміст та форма передачі інформації.

Тобто, комунікацію виокремлюється від інших процесів завдяки таким ознакам: учасники комунікації – не менше двох цілеспрямованих суб'єктів (окрема людина, група людей або ж суспільство в цілому); наявність об'єкта, який передається; цілеспрямованість комунікації.

Процес комунікації допомагає визначити основні етапи роботи над створенням ефективною системи поширення інформації в установі: виявлення цільової аудиторії; визначення бажаної реакції цільової аудиторії; складання звернення до цільової аудиторії; формування комплексу маркетингових комунікацій установи; розробка бюджету комплексу маркетингових комунікацій; втілення в життя комплексу маркетингових комунікацій; збір інформації, що надходить каналами зворотного зв'язку; коригування комплексу маркетингових комунікацій.

Комунікацію необхідно розглядати як підсистему ЗВО з такими основними функціями: поширення стратегії розвитку ЗВО; інтеграція й регулювання освіти, науки і бізнесу; формування громадської думки; розвиток і поширення іміджу ЗВО.

Комунікаційна робота ЗВО являє собою сукупність процесів передавання інформації, даних про стан і діяльність ЗВО, які регулюються та використовуються для формування іміджу, ідеологічного впливу на оцінки, думки й поведінку споживачів освітніх та наукових послуг.

Комунікація характеризується такими факторами: розосередженістю аудиторії; наявністю широкомасштабних комунікаційних процесів; одночасним передаванням даних різними каналами масового інформування (книжками, газетами, журналами, радіо- та телетрансляцією, мережею Інтернет); принциповою доступністю всім охочим.

Виокремлюють три основних види комунікації: усна, документальна та електронна. Перший вид комунікації здійснюється завдяки вербальним і невербальним знакам, які допомагають в освіті засобами усного мовлення, за умови аудіовізуального контакту між двома суб'єктами (комунікантом і реципієнтом). Недолік цього виду взаємодії є ненадійність. На відміну від усної комунікації, документальна забезпечує надійне збереження смислових повідомлень. В епоху інформаційних технологій та інформатизації суспільства цей вид відходить на другий план, поступаючись електронній комунікації, яка реалізується засобами техногенних комунікаційних каналів (провідний, магнітний, оптичний запис і радіозв'язок). Одні канали дозволяють збільшити просторовий діапазон усної комунікації (телебачення, телефонія), інші доповнюють спектр документальних повідомлень різними видами електронних документів. Наприклад, Інтернет дозволяє побачити потенціал електронної комунікації. Інтернет – глобальний комунікаційний канал, який забезпечує поширення мультимедійних повідомлень по всьому світу, а також є загальнодоступним сховищем інформації. Електронні засоби комунікацій здійснюють суттєвий вплив на спілкування в закладах освіти. Електронний вид комунікації все частіше використовують заклади вищої освіти для популяризації своєї діяльності. У своїй діяльності освітні установи використовують комп'ютери, комп'ютерні мережі, телефони та інше устаткування, які сприяють покращенню обміну інформації. Створюються офіційні сайти університетів, де розташована детальна інформація про діяльність установи та переліки послуг, що

надаються споживачам. Також, кожен заклад вищої освіти має свою електронну пошту, яка забезпечує зворотний зв'язок зі споживачами. Вона дає можливість працівникам направляти письмові повідомлення будь-якій особі в установі та за її межами. Це допомагає зменшити невичерпний потік телефонних розмов. Перевага цього електронного засобу зв'язку визначають можливість відправляти одне повідомлення значній кількості одержувачів. Отже, електронна пошта стає ефективною у використанні, оскільки пов'язує людей, які знаходяться в різних приміщеннях, різних містах і країнах.

Якщо розглядати комунікаційну діяльність в установі, то під нею розуміють сукупність інформаційних повідомлень, різних форм, методів і каналів передачі інформації від компанії до цільових груп з обов'язковою наявністю зворотного зв'язку.

Існують форми комунікаційної діяльності, які є способом взаємодії учасників комунікації. Виділяють три основні форми, які залежать від поставленої мети: наслідування, діалог, управління. Під першою найдавнішою формою розуміється відтворення поведінки, зовнішності, звичок комуніканта. Дана форма виражається в об'єкт-суб'єктне відношення, де реципієнт приймає на себе активну роль, а комунікант виступає пасивним об'єктом для наслідування. Так, в освітній комунікації студенти наслідують здобуті теоретико-практичні погляди та способи організації науково-дослідної роботи від викладачів.

При другій формі комунікаційної діяльності між учасниками складаються суб'єкт-суб'єктні відносини, тобто учасники ставляться один до одного як до рівноправних суб'єктів. Під діалоговою комунікацією розуміється послідовні висловлювання учасників, які в ході цього процесу змінюють один одного в ролі комуніканта і реципієнта. У сучасній освітній практиці для організації аудиторної роботи діалог є найбільш поширеною формою взаємодії як між студентами так і між студентами та викладачами.

При третій формі між комунікантом і реципієнтом складаються суб'єкт-об'єктні відношення, що передбачають розгляд реципієнта як засіб досягнення цілей, тобто об'єктом управління. Така дія може виступати у вигляді наказу, навіювання (реклама, пропаганда), переконання. Відмінною рисою цієї форми є те, що суб'єкт має право монологу, а реципієнта не може дискутувати з комунікантом, він має право лише повідомляти про свою реакцію каналом зворотного зв'язку.

Про важливість і необхідність ефективної комунікаційної діяльності в освітньому закладі свідчать такі чинники: однією з головних умов існування і розвитку установи є комунікація; на процес комунікації впливає зовнішнє середовище, яке може здійснювати моніторинг рівня якості прийняття управлінських рішень ЗВО; комунікаційна діяльність характеризує стан внутрішнього середовища ЗВО шляхом забезпечення функціонування і взаємодії учасників, структури, цілей, технології та завдань організації [7].

У комунікаційній діяльності ЗВО має активно поширювати відомості про якість освітніх послуг, що забезпечує їх конкурентоспроможність. Як відзначає С. Орехова, конкурентоспроможність освітніх послуг ЗВО є головним показником ефективності його функціонування [5, с. 78]. Серед факторів конкурентоспроможності освітньої послуги та ЗВО дослідниця виокремлює: якість підготовки за спеціальністю; вартість навчання; затребуваність спеціальності на освітньому ринку; забезпечення рекламної комунікації для популяризації спеціальності; працевлаштування випускників тощо [5, с. 78].

Враховуємо зауваження С. Янковського та О. Дейниченко, які вважають, що одну з провідних ролей у формуванні позитивного іміджу ЗВО для потенційних вступників

мають електронні інституційні депозитарії наукових бібліотек університетів, які стають базою розбудови інтегрованої інформаційної мережі баз даних бібліотек, що загалом розвиває інтернаціоналізацію освіти, отже, комунікація відбувається на глобальному рівні і про освітні послуги, здобутки працівників ЗВО дізнаються вступники у всьому світі [14, с. 181–182].

Удосконаленню комунікації в закладах вищої освіти сприяють такі практики: урегулювання інформаційних потоків; удосконалення систем зворотного зв'язку; використання сучасних інформаційних технологій; випуск інформаційних бюлетенів тощо.

Таким чином, комунікація є цілеспрямованим процесом передачі інформації з використанням правил та норм, які допомагають досягти взаєморозуміння між суб'єктами. Наявність інформаційного обміну та участь у процесі як мінімум двох учасників стають головними умовами існування та реалізації комунікації. Для забезпечення загальних цілей ЗВО та надання ними якісних освітніх послуг важливими стають комунікація та комунікаційна діяльність з використанням традиційних та новітніх каналів обміну інформацією. Налагоджений процес комунікації в освітніх установах створює умови для передачі інформації до споживачів освітніх послуг, що є обов'язковою умовою успішного розвитку освіти в Україні. Знання видів, форм та функцій комунікації має важливе значення для керівного апарату закладів вищої освіти, спеціалізованих підрозділів та грають важливу роль у підвищенні економічних переваг ЗВО. У комунікаційній діяльності у ролі комуніканта та реципієнта виступають індивідуальні особистості (абітурієнт, студент, викладач, інший персонал ЗВО), цільові групи (студентство як спільнота ЗВО, науково-педагогічний персонал) та суспільство загалом. Необхідно відзначити, що комунікаційна діяльність освітнього закладу, багато в чому залежить від потреб сучасного суспільства та впливу нових тенденцій. Тому, основне завдання комунікаційної діяльності ЗВО полягає в тому, щоб виділити сильні сторони в організації своєї роботи та акцентувати на них увагу.

Список використаної літератури

1. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посіб. / Н. П. Волкова. – Київ : Академія, 2006. – 256 с. ; Volkova N. P. Profesiino-pedahohichna komunikatsiia : navch. posib. / N. P. Volkova. – Kyiv : Akademiia, 2006. – 256 s.

2. Грищенко І. Роль комунікацій у функціонуванні вищих навчальних закладів [Електронний ресурс] / І. Грищенко, Н. Крахмальова // *Interdyscyplinarność pedagogiki i jej subdyscypliny / pod red. Z. Szaroty, F. Szloska.* – Radom : Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, 2013. - С. 764-771. – Режим доступу : https://knutd.edu.ua/publications/pdf/International_editions/Gryshchenko_Krakhmaleva_6.pdf ; Hryshchenko I. Rol komunikatsii u funktsionuvanni vyshchikh navchalnykh zakladiv [Elektronnyi resurs] / I. Hryshchenko, N. Krakhmalova // *Interdyscyplinarność pedagogiki i jej subdyscypliny / pod red. Z. Szaroty, F. Szloska.* – Radom : Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, 2013. - С. 764-771. – Rezhym dostupu : https://knutd.edu.ua/publications/pdf/International_editions/Gryshchenko_Krakhmaleva_6.pdf

3. Карамушка Л. М. Психологія освітнього менеджменту : навч. посіб. / Л. М. Карамушка. – Київ : Либідь, 2004. – 423 с. ; Karamushka L. M. Psykholohiia osvitnoho menedzhmentu : navch. posib. / L. M. Karamushka. – Kyiv : Lybid, 2004. – 423 s.

4. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу : ознаки і методи вирішення / Ф. Котлер ; пер. з англ. І. П. Гусак, А. Ю. Гусак. - Київ : ВД Києво-Могилянська академія, 2006. - 143 с. ; Kotler F. Desiat smertynykh hrikhiv marketynhu : oznaky i metody

vyrishennia / F. Kotler ; per. z anhl. I. P. Husak, A. Yu. Husak. - Kyiv : VD Kyievo-Mohylianska akademiia, 2006. - 143 s.

5. Орехова С. Є. Корпоративна культура як інструмент формування комунікативної політики закладу вищої освіти України / С. Є. Орехова // Інтернаціоналізація вищої освіти України в умовах полікультурного світового простору: стан, проблеми, перспективи : матер. II міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 18–19 квітня 2018 р. – Маріуполь : МДУ, 2018. – С. 76–78 ; Oriekhova S. Ye. Korporativna kultura yak instrument formuvannia komunikativnoi polityky zakladu vyshchoi osvity Ukrainy / S. Ye. Oriekhova // Internatsionalizatsiia vyshchoi osvity Ukrainy v umovakh polikulturnoho svitovoho prostoru: stan, problemy, perspektvyv : mater. II mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Mariupol, 18–19 kvitnia 2018 r. – Mariupol : MDU, 2018. – S. 76–78.

6. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – 2-е вид., доп. – Київ : Видавничий центр «Київський ун-т», 1999. – 307 с. ; Pocheptsov H. H. Teoriia komunikatsii / H. H. Pocheptsov ; Kyivskiy un-t im. Tarasa Shevchenka. – 2-e vyd., dop. – Kyiv : Vydavnychiy tsentr «Kyivskiy un-t», 1999. – 307 s.

7. Сакалюк О. Організація ефективної комунікації в сучасних закладах освіти / О. Сакалюк // Наука і освіта. – 2014. – № 6. – С. 197–200. ; Sakaliuk O. Orhanizatsiia efektyvnoi komunikatsii v suchasnykh zakladakh osvity / O. Sakaliuk // Nauka i osvita. – 2014. – № 6. – S. 197–200.

8. Словник іншомовних слів : 23000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт [та ін.]. - Київ : Довіра : УНВЦ «Рідна мова», 2000. – 1017 с. ; Slovnyk inshomovnykh sliv : 23000 sliv ta terminolohichnykh slovospoluchen / uklad. L. O. Pustovit [ta in.]. - Kyiv : Dovira : UNVTs «Ridna mova», 2000. – 1017 s.

9. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга : учеб. пос. / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд; пер. с англ. под ред. Л. Ф. Никулина. – Москва : ЮНИТИ, 2001. – 415 с. ; Smit P. Kommunikatsii strategicheskogo marketinga : ucheb. pos. / P. Smit, K. Berri, A. Pulford; per. s angl. pod red. L. F. Nikulina. – Moskva : YuNITI, 2001. – 415 s.

10. Соколов А. В. Социальные коммуникации : учеб. / А. В. Соколов ; науч. ред. Г. В. Михеева. – Санкт-Петербург : Профессия, 2014. – 287 с. ; Sokolov A. V. Sotsialnye kommunikatsii : ucheb. / A. V. Sokolov ; nauch. red. G. V. Mikheeva. – Sankt-Peterburg : Professiya, 2014. – 287 s.

11. Тавокин Е. П. Массовая коммуникация: сущность и состояние в современной России : учеб. пос. / Е. П. Тавокин. – 3-е изд, испр. и доп. – Москва, 2012. – 199 с.; Tavokin Ye. P. Massovaya kommunikatsiya: sushchnost i sostoyanie v sovremennoy Rossii : ucheb. pos. / Ye. P. Tavokin. – 3-e izd, ispr. i dop. – Moskva, 2012. – 199 s.

12. Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди ; голова редкол. В. І. Шинкарук. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с. ; Filosofskiy entsyklopedychniy slovnyk / NAN Ukrainy, In-t filosofii im. H. S. Skovorody ; holova redkol. V. I. Shynkaruk. – Kyiv : Abrys, 2002. – 742 s.

13. Чичановский А. В тенетах свободы : Политол. пробл. взаимодействия власт. структур, средств массовой информ. и общества в новых геополит. условиях / А. Чичановский; Междунар. акад. информатизации-ассоциир. член ООН. – Москва : Слав. диалог, 1995. – 303 с. ; Chichanovskiy A. V tenetakh svobody : Politol. probl. vzaimodeystviya vlast. struktur, sredstv massovoy inform. i obshchestva v novykh geopolit. usloviyakh / A. Chichanovskiy; Mezhdunar. akad. informatizatsii-assotsiir. chlen OON. – Moskva : Slav. dialog,, 1995. – 303 s.

14. Янковський С. Роль університетської бібліотеки у формуванні іміджу ВНЗ у світовому науковому просторі / С. Янковський, О. Дейниченко // Інтернаціоналізація як фактор конкурентоспроможності сучасного університету : зб. матер. Міжнародної наук.-

практ. конф., м. Маріуполь, 25–26 травня 2017 р. – Маріуполь, 2017. – С. 181–184. ;
Yankovskyi S. Rol universytetskoї biblioteki u formuvanni imidzhu VNZ u svitovomu
naukovomu prostori / S. Yankovskyi, O. Deinychenko // Internatsionalizatsiia yak faktor
konkurentospromozhnosti suchasnoho universytetu : zb. mater. Mizhnarodnoi nauk.-prakt. konf.,
m. Mariupol, 25–26 travnia 2017 r. – Mariupol, 2017. – S. 181–184.

Стаття надійшла до редакції 07.10.2019

V. Kudlai,

V. Bilousova

STRUCTURE AND CONTENT OF EDUCATIONAL INSTITUTION'S COMMUNICATION AND COMMUNICATION ACTIVITIES

The article deals with the peculiarities of "communication" and "communication activity" terms interpretation in the context of higher education institution. The basic elements, forms, types and functions of communication activity are characterized. The main stages of work on creating effective communication in the institution are identified. Communication improvement areas in higher education institutions are highlighted.

There are communication activity forms that are the way of communication participants interacting. There are three main communicational forms: imitation, dialogue, management.

In its communication activities, university needs to disseminate information about educational services quality, which ensures their competitiveness. The educational services competitiveness of university is the main indicator of the functioning effectiveness. Main factors of educational service competitiveness are: the quality of training; cost of education; specialties demand in the educational market; specialties promotion; graduates employment etc.

Higher education institutions' improved communication is facilitated by the following practices: regulation of information flows; feedback systems improvement; use of modern information technologies; issue newsletters.

Communication is a deliberate process of information transmitting, using rules and regulations that help to achieve understanding between the subjects. Communication and communication activities using traditional and electronic information exchange channels are important to ensure the overall objectives of the university and quality educational services provision. The well-established communicational process in educational institutions creates conditions for the information transfer to educational services consumers, which is a prerequisite for successful education development in Ukraine. In the communication activity, the individual and the recipient (the entrant, the student, the teacher, the other staff of the university), the target groups (the student body as the community, the scientific and teaching staff) and the society in general, act as the communicator and the recipient. The communication activity of the educational institution largely depends on modern society needs and new trends impact. The main task of universities' communication activity is to highlight the strengths in the organization of its work and to focus on them.

Key words: communication, communicative activity, educational institution, higher education institution, elements of communication, communication activity effectiveness.