****

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

****

УДК 007:070:796

А. С. Карнаух

СПОРТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС, ЙОГО СУТНІСТЬ ТА ПЕРЕШКОДИ

Стаття присвячена дослідженню особливостей функціонування спортивних комунікацій. Проаналізовано тенденції розвитку спортивних комунікацій. Виявлено фактори, які впливають на розвиток комунікаційного процесу. Систематизовано складові процесу комунікацій. У результаті дослідження класифіковано типи комунікаційних мереж. Встановлено, які саме комунікаційні мережі застосовують у спортивних комунікаціях. Знання особливостей комунікаційних мереж та їх використання надають змогу зробити комунікаційний процес більш ефективним та досягнути поставлених цілей у максимально короткі строки та з найліпшим результатом. Визначено рівні комунікацій та перешкод, які можуть стати на заваді ефективних комунікаційних процесів. Запропоновано оптимальні варіанти подолання комунікаційних перешкод, які допоможуть мінімізувати їх вплив або нейтралізувати взагалі.

Ключові слова: *спортивні комунікації, комунікаційний процес, комунікаційні мережі, рівні комунікації, перешкоди в комунікаціях.*

І. Вступ

З початку існування медіа велику увагу приділяли висвітленню новин з індустрії спорту. Завдяки спортивним комунікаціям споживачі отримували потрібні їм дані, а спортивні медіа посіли гідне місце в медіапросторі.

Наразі спортивні комунікації важко уявити без зворотного зв'язку з глядачами, адже сучасний спорт – це не лише видовищна галузь, а індустрія розваг, яка дає великий прибуток. Саме тому власники спортивних клубів, інвестори, спортивні федерації та спортивні організації зацікавлені в залученні нової аудиторії та стимулюванні збуту шляхом задоволення потреб потенційних і наявних споживачів.

Багато вітчизняних і зарубіжних науковців у своїх працях досліджували теоретичні та практичні аспекти становлення й розвитку комунікацій у спорті, зокрема: В. Андреф, А. Белих, Д. Болховер, К. Бреді, А. Бродериг, С. Гуськов, А. Гусєв, В. Жолдак, А. Зільберт, Б. Зільберт, А. Ігнатьєва, Ю. Мічуда, Д. Пиктон, К. Сняткова, М. Сіммонз, В. Черепанов та ін. Але ця сфера є мало вивченою та потребує теоретичного обґрунтування й дослідження практичного впровадження стратегій розвитку спортивних комунікацій, ураховуючи наявні ресурси та існуючі тенденції.

ІІ. Постановка завдання та методи дослідження

Метою дослідження є визначення особливостей формування комунікаційного процесу в системі спортивних комунікацій. Завдання дослідження: визначення та аналіз чинників, які впливають на формування комунікаційного процесу; обґрунтування варіантів застосування комунікаційних мереж у контексті спортивних комунікацій; дослідження оптимальних варіантів подолання перешкод, які виникають у процесі спортивних комунікацій.

Основою дослідження є інформаційний, синергетичний, культурологічний, системний, особистісний підходи; використано такі методи: узагальнення наукового досвіду та термінологічний аналіз – для розгляду теоретичних аспектів складових таких понять, як «когнітивне моделювання», «фактори впливу» та «сценарії розвитку спортивних комунікацій»; аналізу, синтезу, узагальнення – для визначення основних факторів, які впливають на розвиток і формування спортивних комунікацій; групування, абстрагування – для виявлення чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, які формують спортивні комунікації; логічне й теоретичне узагальнення – для доведення необхідності застосування нових наукових підходів і принципів щодо формування сценаріїв розвитку спортивних комунікацій.

ІІІ. Результати

Комунікаційний процес – це передача та взаємообмін даними між двома або більше учасниками. Головна мета комунікаційного процесу – довести до всіх учасників сутність повідомлення. Але варто зауважити, що обмін даними не є ключовим моментом у встановленні взаємозв'язків

© Карнаух А. С., 2019

між учасниками комунікаційного процесу, тобто самі по собі комунікації не завжди створюють засади для ефективного та результативного спілкування.

Кожний процес комунікації має містити такі складові [5]: відправник – особа, яка володіє інформацією та використовує її для обміну з іншими людьми; одержувач – особа, яка отримує інформацію й споживає її відповідно до своїх потреб, мотивів, знань та досвіду; повідомлення – інформація, яка передається з використанням певного кодування; канал – засіб передачі інформації.

Дуже важливо, щоб для кодування інформації різними символами та знаками були використанні такі, які будуть зрозумілі не лише відправнику, а й одержувачу. В іншому випадку інформація може бути спотворена або втрачена взагалі. Також на кінцевий результат передачі повідомлення має вплив канал передачі інформації. Саме тому при передачі інформації спортивного характеру важливо не лише використовувати відповідну термінологію, а й звертати увагу на ті засоби масової інформації, які використовують для донесення повідомлень до потенційної аудиторії.

Перед тим, як будь-яке повідомлення надійде від відправника до одержувача, воно має пройти декілька етапів.

Виникнення ідеї. Передача даних починається з виокремлення певної інформації, яку необхідно донести до сегмента одержувачів. Саме від відправника повідомлення залежить остаточне формування ідеї, яку потрібно зробити предметом обміну. На цьому етапі ретельно зважують, яке саме повідомлення необхідно передати одержувачу, бо інакше відправник може не обійтися самим лише обміном і витратити додаткові, а інколи дефіцитні ресурси [5].

Кодування. Будь-яка інформація перед тим, як пройти шлях від відправника до отримувача, має бути закодована за допомогою певних символів [1]. У спортивних комунікаціях такими символами можуть бути окремі вербальні й невербальні елементи. На цьому етапі відбувається перетворення певної ідеї на самостійне повідомлення.

Вибір каналу передачі. Для того щоб повідомлення дійшло без перешкод від відправника до отримувача, потрібен особливий канал. Він повинен збігатися з тими символами, які будуть використані для кодування інформації [5]. У спортивних комунікаціях прикладами каналів можуть бути засоби масової комунікації, соціальні мережі, прес-конференції, спортивні заходи та сайти спортивних організацій. Варто наголосити на тому, що вибір одночасно декількох каналів для розповсюдження інформації підвищує шанси отримання повідомлення потенційною аудиторією.

Передача інформації. Доставка інформації до отримувача за допомогою обраних каналів передачі.

Декодування інформації. Отримувач перекладає отримане повідомлення за допомогою тих символів, які були використані відправником при кодуванні. Але таке можливо лише за умови знання отримувачем тих вербальних і невербальних елементів, які були використанні при обміні інформацією [5]. Цей факт необхідно враховувати при використанні зарубіжних засобів масової інформації в спортивних комунікаціях. Саме тому обрані символи для кодування мають бути відомі отримувачу, особливо якщо ми розраховуємо отримати зворотний зв'язок. У випадку, якщо немає потреби в зворотному зв'язку, на цьому етапі завершується процес комунікації.

У спортивному комунікаційному процесі потреба в зворотному зв'язку вагома, оскільки в цьому процесі задіяна велика кількість учасників: вболівальники, глядачі, споживачі спортивної продукції, засоби масової комунікації, спортивні організації, тренери, спортсмени та інші групи, які можуть брати участь у цьому процесі.

Ефективність комунікаційного процесу та коректне декодування можна з'ясувати лише за умови наявності зворотного зв'язку, тобто якоїсь реакції від одержувача на отриману інформацію. Реакція може бути також вербальна або невербальна, саме вона свідчить про те, як повідомлення подіяло на отримувача, чи вдалося відправнику досягнути мети, яке містило в собі повідомлення, як змінилося ставлення до предмета повідомлення, наскільки була засвоєна інформація і який характер (позитивний, негативний або нейтральний) має реакція на прочитане, почуте чи побачене [2].

Зворотний зв'язок надасть змогу зрозуміти, наскільки інформація була коректно закодована й зрозуміла для отримувачів. Зворотна реакція надасть змогу створити засади для поліпшення або вдосконалення передачі інформації.

На якість комунікацій впливає не лише канал, обраний для передачі повідомлення, та знання отримувачем символів, використаних для кодування інформації, а й перешкоди, які можуть спотворити сутність, закладену відправником.

Такими перешкодами є відмінності в трактуванні вербальних і невербальних елементів, спричинені мовними, релігійними, національними, культурними факторами. На кожному етапі передачі інформації існує ймовірність утворення перешкод, що, у свою чергу, призведе до некоректного сприйняття повідомлення [3]. Саме тому в спортивних комунікаціях важливо, щоб були використанні такі канали передачі, які нададуть змогу донести до потенційної аудиторії, тобто отримувача, сенс повідомлення, закладений на початку.

Також важливим компонентом, який необхідно враховувати при передачі повідомлення в процесі комунікацій, є комунікаційні рівні. Інформацію можна передавати як по вертикалі, так і по

горизонталі. Пропонуємо розглянути більш детально ці рівні, щоб зрозуміти, на що необхідно звертати увагу при розповсюдженні інформації в спортивних комунікаціях.

Вертикальний рівень комунікацій можна застосувати в двох напрямах. Перший передбачає спілкування «згори-вниз», наприклад, між тренером і спортсменами або керівниками спортивних клубів (організацій) і тренерським складом. Спілкування «знизу-вгору» означає отримання інформації від учасника комунікаційного процесу, який перебуває на нижньому рівні в цьому процесі, наприклад, дитина, яка відвідує спортивну секцію, занедужала та не може через це брати участі в спортивних змаганнях, про цей факт повідомляють тренеру, а той, відповідно, організаторам заходу [5].

Таким чином, вертикальний рівень комунікації надає змогу не лише налагодити міжрівнені комунікації, а й отримати зворотний зв'язок від учасників комунікаційного процесу та вжити необхідних заходів, щоб уникнути або мінімізувати вплив чинників, які можуть спотворити чи змінити сутність інформації, яку потрібно передати.

Другий рівень комунікацій – горизонтальний. Він передбачає передачу повідомлень на одному рівні, тобто між учасниками комунікаційного процесу здійснюється обмін інформацією для подальшої координації дій. Наприклад, тренери спортивного клубу розробляють програми для поточного навчання юних спортсменів. Або організатори спортивного заходу збираються для обговорення деталей організації та проведення спортивного фестивалю за участю жителів міста й запрошених спортсменів [5].

На цьому рівні створюють засади для формування рівноправних відносин між усіма учасниками комунікаційного процесу, висувають нові ідеї під час мозкового штурму, здійснюють обмін знаннями та досвідом, пропонують заходи щодо вирішення існуючих проблем або потенційних загроз, а також аналізують можливості та шляхи їх застосування з урахуванням усіх чинників впливу.

Будь-який комунікаційний процес має призвести до отримання певних результатів [5]:

– отримання нових знань – користувачі засобів масової комунікації можуть пізнавати щось нове, заповнювати пробіли в своїх знаннях щодо спорту, спортсмени під час тренувань набувають нових навичок, а тренери та менеджери спортивних клубів – підвищують рівень своєї кваліфікації та вдосконалюють методи управління;

– зміна поведінки – під час обміну даними можуть змінюватися характер і зміст дій учасників спортивних заходів, спортсменів, тренерів тощо;

– зміна установок – комунікаційних процес також впливає на корекцію установок та вподобань, пересічні громадяни завдяки цьому параметру можуть міняти думку щодо соціальних проблем та звертати більше на них уваги, а професійні спортсмени можуть застосувати нові інструменти для досягнення спортивних результатів та під час тренувань.

Ефективний комунікаційний процес надає змогу уникнути багатьох організаційних, методичних, адміністративних проблем, донести сутність повідомлення до кінцевого отримувача в необхідні строки, сприяє розвитку ініціативи, стимулює застосування нових творчих рішень існуючих завдань [4]. Також завдяки налагодженій системі комунікацій можна підтримати корпоративний дух команди перед змаганнями або зборами, організувати взаємодію між учасниками спортивних заходів і глядачами, акумулювати внутрішні резерви для протидії загрозам факторів зовнішнього середовища.

Але необхідно враховувати той факт, що надмірна інформація може зашкодити, тому варто дозувати передачу даних і передавати лише ті повідомлення, які допоможуть вирішити якість питання, проінформують про спортивнії заходи, результати або досягнення. Інакше серед великого масиву інформації отримувачі можуть пропустити ту, яка була їм потрібна або могла їх зацікавити.

Інформаційне перевантаження в процесі комунікацій може призвести до ускладнень у самій системі та негативно вплинути на відносини із зовнішнім середовищем. У спортивних комунікаціях це може спричинити такі наслідки, як: недостатнє інформування громадян про проведення спортивного заходу, відсутність коректної інформації про проведення зборів або вимог щодо участі в змаганнях, застосування застарілих методів і технік при підготовці спортсменів тощо [3].

Тобто повідомлення можуть бути спотворенні (присутня зміна в змісті) або взагалі втрачені (повідомлення доходить до адресата цілком або передається лише якась його частина). Саме тому в комунікаційному процесі важливо приділяти достатньо уваги не лише збору первинної інформації, а і її аналізу, порівнянню з існуючими даними та повідомленню у відповідних формах потенційній аудиторії.

У межах комунікаційного процесу потрібно звернути увагу на таке явище, як комунікаційні мережі. Саме завдяки їм відбувається поєднання всіх учасників комунікацій шляхом налаштування інформаційних потоків. У результаті такої взаємодії між учасниками можуть виникати пені відносини, які надають змогу підключати до комунікаційного процесу інших людей.

Якщо комунікаційні мережі злагоджені, то це прямо впливає на передачу даних та отримання коректного повідомлення отримувачами. В іншому випадку існує ймовірність подовження часу передачі повідомлення до потенційної аудиторії, унаслідок чого інформація може бути некорек-

тно розтлумачена або невчасно отримана, застаріла для прийняття раціональних рішень у критичних ситуаціях.

Тому варто приділяти увагу не лише налагодженню комунікаційних зв'язків, а і їх якісним характеристикам. Наявність лояльності між учасниками комунікацій може забезпечити коректну та вчасну передачу даних.

Для того, щоб у результаті комунікаційного процесу була здійснена передача даних від відправника до отримувача, і повідомлення було коректно розкодовано й зрозуміло потенційній аудиторії, необхідно налагодити правильний напрям комунікаційних потоків. Велика кількість учасників комунікаційного процесу, а також недостатня кількість індивідів можуть стати на заваді розвитку комунікаційної мережі та вплинути на застосування її можливостей.

На сьогодні можна виділити такі варіанти комунікаційних мереж залежно від чисельності індивідів, які беруть участь у комунікаційному процесі. Ці види комунікаційних мереж можна брати за зразок при налагодженні спортивних комунікацій.

У комунікаційних мережах типу «Колесо» (рис. 1) усі комунікації відбуваються через відправника, який перебуває всередині комунікаційної мережі. Тобто від однієї людини буде залежати, яка інформація буде доведена до відома всіх індивідів. У спортивних комунікаціях прикладом такого відправника може стати керівник спортивної організації, федерації або клубу, тренер команди, спортивний коментатор на заході або журналіст, який представляє свої матеріали в засобах масової комунікації [3].

Рис. 1. Комунікаційні мережі типу «Колесо»

У комунікаційних мережах типу «Кружечок» (рис. 2) усі учасники комунікаційного процесу комунікують лише один із одним, тобто з тим, хто входить до цієї комунікаційної мережі. У спортивних комунікаціях цей варіант може спостерігатися між тренером і спортсменами або керівником футбольного клубу та гравцями команди.

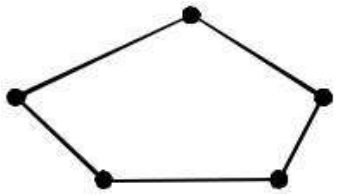

Рис. 2. Комунікаційна мережа типу «Кружечок»

У комунікаційних мережах типу «Ланцюг» (рис. 3) наявний горизонтальний рівень комунікаційних зв'язків. У спортивних комунікаціях це може бути спілкування між учнями спортивної дитячої школи, гравцями однієї команди, організаторами спортивного заходу, членами спортивної організації, журналістами однієї редакції. За допомогою цієї мережі можна вирішувати нагальні питання.

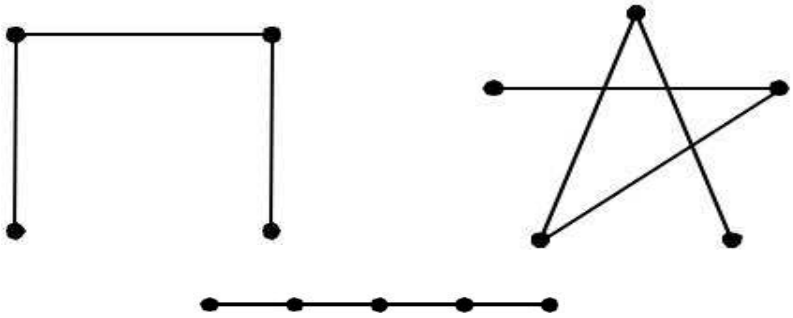

Рис. 3. Комунікаційні мережі типу «Ланцюг»

У комунікаційних мережах типу «Y» (рис. 4) у комунікаційних процесах бере участь обмежена кількість учасників, усі повідомлення надходять від однієї особи та по ланцюгу передаються всім іншим індивідам. Таким чином можуть бути прийняті рішення щодо якогось спортивного заходу або вирішені нагальні питання в спортивних організаціях. Цій мережі притаманний вертикальний рівень комунікацій [4].

Рис. 4. Комунікаційна мережа типу «Y»

У комунікаційних мережах типу «Багатоканальні» (рис. 5) у комунікаційних процесах передбачеан участь багатьох учасників (від трьох та більше). Тут присутнє децентралізоване управління комунікаційними процесами. У спортивних комунікаціях цей тип може бути застосований при взаємодії спортивної організації із засобами масової комунікації, громадянами та представниками влади.

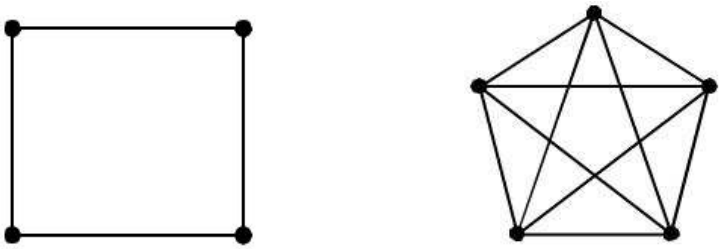

Рис. 5. Комунікаційні мережі типу «Багатоканальні»

Знання особливостей комунікаційних мереж та їх використання надають змогу зробити комунікаційний процес більш ефективним та досягнути поставлених цілей у максимально короткі строки з найліпшим результатом.

У комунікаційному процесі можна розрізняти формальні та неформальні комунікації. До того ж роль неформальних комунікацій значна, особливо у сфері спорту. Цей вид комунікацій, з одного боку, може позитивно вплинути на розвиток комунікаційного процесу та передачу інформації, а з іншого – саме чутки можуть спричинити негативні наслідки й зіпсувати кар'єру спортсменів та інших діячів галузі спорту.

Крім того, у процесі комунікацій може бути використана як вербальна, так і невербальна інформація. Невербальні комунікації є результатом підсвідомості, тому їх важко підробити, вони можуть стати проявом істинних емоцій та почуттів учасників комунікаційного процесу. Цією інформацією важко маніпулювати, її легко інтерпретувати оточенню, особливо якщо вони володіють знаннями з фізіономіки та можуть зчитувати справжню реакцію, незважаючи на вербальну комунікацію індивідів.

У спортивних комунікаціях, крім рівнів комунікацій і типів комунікаційних мереж, варто приділити увагу вивченню тих перешкод, які можуть стати на заваді ефективних комунікаційних процесів. Пропонуємо зупинитися на тих, які зустрічаються найчастіше.

1. Некоректна передача повідомлення. Може спостерігатися при передачі інформації на горизонтальному рівні. Причинами спотворення інформації вважають розбіжності в трактуванні повідомлення, зміщення уваги до необхідних деталей, які потребують глибшого вивчення, невчасний обмін даними, який призводить до «старіння» інформації та втрати її актуальності до вирішення нагальних питань [2].

2. Відсутність певних ланок у ланцюгу. Якщо кількість учасників комунікаційного процесу обмежена, то це може спричинити втрату необхідних ресурсів, зокрема часових, для досягнення поставлених цілей.

3. Надлишок даних. Якщо перед учасниками комунікаційного процесу не стоїть чітких завдань, які мають бути вирішені, то перевантаження комунікаційних мереж інформацією може призвести до втрати важливих повідомлень і некоректного виставлення пріоритетів. У результаті активізації цієї перешкоди подовжується час для досягнення цілей або взагалі зникає можливість досягнення мети [4].

4. Людський фактор. Ця перешкода виникає в результаті різного трактування повідомлення через різний досвід, знання та сферу діяльності в отримувача й відправника. Одна й та сама інформація може бути сприйнята по-різному через те, що існують певні розбіжності в інтерпретації залежно від віку, статі, почуттів, мотивів, інтересів, досвіду, освіти й інших чинників, які формують сприйняття індивідами навколишнього середовища. Якщо людина не вміє слухати та уважно слідкувати не лише за вербальною комунікацією, а й невербальною, то вона може не вловити глибинної сутності повідомлення. Саме завдяки наявності цієї перешкоди виникають розбіжності в сприйнятті повідомлення, які спричиняють спотворення інформації або втрату частини даних.

5. Семантичні перешкоди. Через використання певних слів при обміні даними може виникнути бар'єр, спричинений некоректним декодуванням символів, які були використані на етапі кодування та мають відмінне значення для отримувача й відправника [3].

6. Соціально-культурні чинники. Належність до різних культур, відмінності у віросповіданні, традиціях можуть створити умови для неправильного розуміння повідомлень.

7. Невербальні перешкоди. Такі форми невербальної комунікації, як жести, міміка, пози, можуть змінити сутність повідомлення, якщо не будуть відповідати вербальній комунікації [2].

8. Відсутність або неякісний зворотний зв'язок. Якщо між отримувачем та відправником немає зворотного зв'язку, то це може спричинити некоректне трактування повідомлення.

Для того, щоб на результат комунікаційного процесу не вплинули перешкоди або їх вплив був мінімальний, необхідно вдатися до таких варіантів їх подолання [1]:

– з'ясувати до початку передачі інформації основні ідеї, які потрібно донести до отримувачів;

– намагатися використовувати в процесі комунікацій такі форми невербальної комунікації, які не будуть суперечити основному змісту повідомлення;

– встановити зворотний зв'язок з отримувачами інформації;

– регулювати інформаційні потоки завдяки виявленню пріоритетів у комунікаційному процесі;

– уникати в повідомленнях вживання багатозначних трактувань та подвійних послань;

– використовувати нові технічні засоби та інформаційні технології для передачі повідомлень.

IV. Висновки

Систематизовано складові процесу комунікацій. У результаті дослідження класифіковано типи комунікаційних мереж. Визначено рівні комунікацій і перешкод, які можуть стати на заваді ефективних комунікаційних процесів. Такими перешкодами можуть стати відмінності в трактуванні вербальних і невербальних елементів, спричинені мовними, релігійними, національними, культурними факторами. На кожному етапі передачі інформації існує ймовірність утворення перешкод, що, у свою чергу, призведе до некоректного сприйняття повідомлення. Саме тому в спортивних комунікаціях важливо, щоб були використанні такі канали передачі, які нададуть змогу донести до потенційної аудиторії, тобто отримувача, сенс повідомлення, який був закладений на початку. Запропоновано оптимальні варіанти подолання комунікаційних перешкод, які допоможуть мінімізувати їх вплив або нейтралізувати взагалі.

Список використаної літератури

1. Зубкова И. В. Коммуникативные барьеры как фактор повышения риска непонимания в межличностных отношениях. *Изв. Сарат. ун-та. Новая серия. Сер. Акмеология образования. Психология развития.* 2011. № 2. С. 72–76.
2. Михельсон С. В. Культурные и коммуникативные (языковые) барьеры в международном бизнесе. *Вестник ЧелГУ.* 2016. № 8 (390). С. 41–44.
3. Маркова Е. И., Маркова И. Д. Коммуникативные барьеры в деловом общении и способы их преодоления. *НАУКА И СОВРЕМЕННОСТЬ*. 2012. No 16. С. 54–59.
4. Павлова Л. Г., Кашаева Е. Ю. Коммуникативные барьеры в сфере управления. *Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС.* 2017. № 2. С. 175–180.
5. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. 656 с.

References

1. Zubkova, I. V. (2011). Communicative barriers as a factor in increasing the risk of misunderstanding in interpersonal relations, 72–76. (in Russian).
2. Michelson, S. V. (2016). Cultural and communicative (language) barriers in international business, 8 (390), 41–44. (in Russian).
3. Markova, E. I. (2012). Communication barriers in business communication and ways to overcome them. *SCIENCE AND MODERNITY*, 16, 54–59. (in Russian).
4. Pavlova, L. G. (2017). Communicative barriers in the sphere of management, 2, 175–180. (in Russian).
5. Pocheptsov, G. G. (2001). Communication Theory. Moscow, 656 p. (in Russian).

Стаття надійшла до редакції 18.01.2019.

Карнаух А. С. Спортивные коммуникации: коммуникационный процесс, его суть и барьеры

Статья посвящена исследованию особенностей функционирования спортивных коммуникаций. Проанализированы тенденции развития спортивных коммуникаций. Выявлены факторы, влияющие на развитие коммуникационного процесса. Систематизированы составляющие процесса коммуникаций. В результате исследования классифицированы типы коммуникационных сетей. Установлено, какие коммуникационные сети применяются в спортивных коммуникациях. Знание особенностей коммуникационных сетей и их использования позволяют сделать коммуникационный процесс более эффективным и достичь поставленных целей в максимально короткие сроки и с наилучшим результатом. Определены уровни коммуникаций и препятствий, которые могут помешать эффективным коммуникационным процессам. Предложены оптимальные варианты преодоления коммуникационных барьеров, которые позволят минимизировать их влияние или нейтрализовать.

Ключевые слова: *спортивные коммуникации, коммуникационный процесс, коммуникационные сети, уровни коммуникации. препятствия в коммуникациях.*

Karnaukh A. Sports Communications: Communication Process, Its Source and Barriers

Research methodology. *The basis of the study is informational, synergistic, culturological, praxeological, systemic, personal, activity approaches; the following methods were used: generalization of scientific experience and terminological analysis – to consider the theoretical aspects of constituents of such concepts as communication process, communication levels, communication networks; analysis, synthesis, generalization – to determine the main characteristics of the communication process; grouping, abstraction – to identify the types of communication networks used in the system of sports communications; logical and theoretical generalization – to prove the necessity of applying new scientific approaches and principles regarding the substantiation of the communication process in the system of sports communications.*

Results. *The peculiarities of formation of the communication process in the system of sports communications are determined.*

Novelty. *The factors influencing the development of communication process are analyzed and revealed. The components of the communication process are systematized. Types of communication networks are classified. It is analyzed what communication networks are used in sports communications. Levels of communication and obstacles that can hamper effective communication processes are identified. The optimal variants of overcoming of communication obstacles, which will allow to minimize their influence or to neutralize at all, are offered.*

The practical significance. *The research results can be used during the development of events of formation of sports communications.*

Key words: *sports communications, communication process, communication networks, level of communication, obstacles in communication.*