

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

MODERN MANAGEMENT METHODS COMMUNICATIONS IN THE ORGANIZATION

A. Isaenko

Summary. The article examines the evolution of communication research in an organization in the light of modern challenges such as globalization, rapid technology changes, and cultural differences. The importance of understanding the basic principles of communication, identifying barriers and developing methods to overcome them is emphasized. The proliferation of channels that facilitate and accelerate contacts between people has led to the emergence of an information and communication system.

Keywords: communication, dynamics, activity, modern methods, management, organizations.

Исаенко Александр Павлович

*к.э.н., Государственный Университет Просвещения,
г. Москва;
Московский финансово-юридический университет
isaenko.aleksandr@bk.ru*

Аннотация. В статье рассматривается эволюция исследований коммуникаций в организации в свете современных вызовов, таких как глобализация, быстрые изменения технологий и культурные различия. Подчеркивается важность понимания основных принципов коммуникации, выявления барьеров и разработки методов их преодоления. Распространение каналов, облегчающих и ускоряющих контакты между людьми, привело к появлению информационно-коммуникационной системы.

Ключевые слова: коммуникация, динамика, активность, современные методы, менеджмент, организации.

С самого начала истории человечества развивались не только технологии, позволяющие удовлетворить основную потребность человека в общении, но и его способности к этому. Многие из этих каналов должны соответствовать категории того, что в настоящее время рассматривается как важнейшие компоненты информационно-коммуникационной системы. Крупномасштабные миграции населения, торговля и обмен являются примерами таких исторических путей коммуникации. История человеческого общества и коммуникации насчитывает тысячи лет. Несмотря на то, что коммуникация получила множество названий, первоначально она изучалась в Древней Греции и Китае под эгидой философии. По мере развития социологии и психологии к концу 20-го века коммуникация стала важной областью социальных наук.

Основная проблема, с которой сталкивается наука о коммуникации при определении своего предмета и границ как самостоятельной науки, — это диапазон тем, которые она исследует, от внутрипсихических до макрокоммуникационных систем. С точки зрения исторической продолжительности, начальный этап эволюции человеческого общения был самым продолжительным. Точнее говоря, за несколько сотен тысяч лет речь развилась из самых архаичных средств общения — мимики, нечленораздельных криков и жестикуляции. Развитие человеческого самовыражения и коммуникации с помощью различных знаков, рисунков, символов и т.д. рас-

сматривается как второй этап в развитии информации и коммуникаций. Этот период продолжался примерно 7000 лет и пришелся на эпоху неолита. Появление знаков, или письменных символов, которые входят в состав алфавита, знаменует собой третий этап в эволюции коммуникации. Это письменность, известная как шумерская клинопись, разработанная в Месопотамии около 3000 года до нашей эры.

Появление алфавитного письма, и системы письменных знаков и букв, которая остается фундаментальной техникой и средством межличностного письменного общения, знаменует начало четвертой фазы эволюции коммуникации. Письмо ознаменовало собой настоящую революцию в области коммуникации. Это способствовало развитию науки, культуры, образования, экономики, а также более значительному и быстрому объединению людей. Письмо не уменьшило ценности или преобладания личного общения; напротив, оно сделало возможной запись устного общения. Ценность коммуникаций в современном мире настолько велика, что ее даже невозможно измерить. По мере развития средств коммуникации все большее число людей лишается каких-либо мотивирующих факторов. [4] С развитием средств коммуникации все большее число людей — независимо от внешних стимулов — осознают важнейшую роль коммуникации в повседневной жизни.

Эффективность сообщества и качество его взаимодействия определяются несколькими элементами,

но краеугольным камнем всего этого является коммуникация между его членами. В этом смысле «сообщество» может относиться к семье, обществу или организации.

Именно отдельные сотрудники должны решать, приведет ли улучшение взаимной коммуникации к более гармоничным отношениям и повышению эффективности организации. Несмотря на то, что каждый сотрудник тщательно отслеживает и следует руководящим принципам организации в области коммуникации, наилучших результатов еще предстоит достичь. С технической точки зрения, организация может быть достаточно эффективной, но без подлинной преданности делу всех участников и честного, открытого общения не хватает того тонкого, неуловимого элемента, который способствует созданию хорошей рабочей среды.

Деловой мир осознал, что мы живем в самый конкурентный период в истории. За последние десять лет глобализация в Европе и во всем мире стремительно ускорилась, что привело к росту ожиданий от делового общения и повышению добросовестности всех сторон, участвующих в этом процессе.

Современный бизнес цикличен; деятельность корпораций чередуется с периодами роста и спада. Циклы и методы ведения бизнеса подвержены изменениям. Подход компании к деловому мышлению и принятию решений меняется в периоды упадка и кризиса, позволяя ей в течение длительного времени ориентироваться в условиях роста и продвижения вперед и эффективно решать экологические проблемы. Страх перед предварительной коммуникацией является самым большим препятствием на пути к успеху компании, поскольку он препятствует установлению отношений и обмену информацией. В таких условиях изоляция бизнеса неизбежна. Было установлено, что искусство коммуникации составляет большую часть формулы успеха компании — 85 %, в то время как информация и способности составляют лишь 15 %. Системы, ориентированные на достижение целей, зависят от коммуникации как одной из основных операций. Поэтому в этом нуждается любой бизнес. Наука, практика и профессия менеджера связаны с той уникальной ролью, которую в них играют коммуникации. Принимая во внимание, что управление — это процесс выполнения задач по обеспечению, распределению и эффективному использованию человеческих усилий и физических ресурсов для достижения определенной цели, а коммуникация — это процесс обмена информацией между двумя субъектами с использованием понятных символов, мы видим, что целесообразность и коммуникабельность являются точками соприкосновения этих процессов. Это объясняется тем, что коммуникационные стратегии практически полностью определяют состав, охват и широту охвата организации. Постановка и реализация целей компании, разработка планов по их реа-

лизации, максимально эффективное распределение человеческих и других ресурсов, отбор, развитие и оценка сотрудников организации, а также руководство, ориентация, вдохновение и создание среды, в которой люди готовы вносить свой вклад в достижение целей, — все это зависит от эффективной коммуникации. [3]

Менеджмент является важнейшим участником коммуникации, ведь каждая функциональная, процветающая и современная организация полагается на эффективные коммуникации для контроля за достижением своих целей. Следовательно, менеджер должен понимать процесс коммуникации, его основные компоненты, как эти компоненты зависят друг от друга и как работают принципы функционирования, различные формы коммуникации и их плюсы и минусы, а также коммуникационные барьеры и способы их преодоления. Менеджер может только создавать новые каналы коммуникации или повышать эффективность существующих, чтобы улучшить общую производительность системы, которую он курирует, основываясь на этих знаниях. Это накладывает на него дополнительный уровень ответственности за эффективность коммуникации. Когда четко определены взаимоотношения между отдельными лицами и организационной структурой, адекватно сформулированная организационная ситуация может стать одним из видов препятствий для эффективной коммуникации.

В подобных обстоятельствах неясно, кто является главным или подчиненным, кто за что отвечает, или были ли даны недостаточные разъяснения относительно утвержденных каналов коммуникации, недопонимания в отношении целей или недостатка знаний о лицах, с которыми необходимо работать над решением проблемы. Способность организационных коммуникационных систем преодолевать одностороннюю коммуникацию и поддерживать двустороннюю или трехстороннюю коммуникацию имеет решающее значение для их эффективности. [1]

Чтобы коммуникация была успешной, менеджер должен устранить все барьеры, в том числе выбрать подходящие каналы коммуникации, предложить каналы обратной связи и поддержать точное определение организационной структуры.

Целенаправленный обмен концепциями, точками зрения и данными с целевой аудиторией с помощью сигналов, изображений и символов — это еще одно определение делового общения. Деловое общение должно планироваться как целенаправленное действие с конкретной целью, которая согласуется с установленными целями организации для достижения ее целей. Он должен основываться на обмене концепциями, точками зрения, директивами и данными между двумя организационными подразделениями, при этом специфика со-

держания должна варьироваться в зависимости от ситуации и цели. Эффективная коммуникация повышает преданность сотрудников, эффективность управления и принятия решений, продвижение по службе и вовлеченность в работу организации. [5] Многие авторы также подчеркивают важность включения различных аспектов организационной структуры, которые улучшают организационную коммуникацию. На рисунке 1 показано взаимодействие структурных и содержательных аспектов организации.

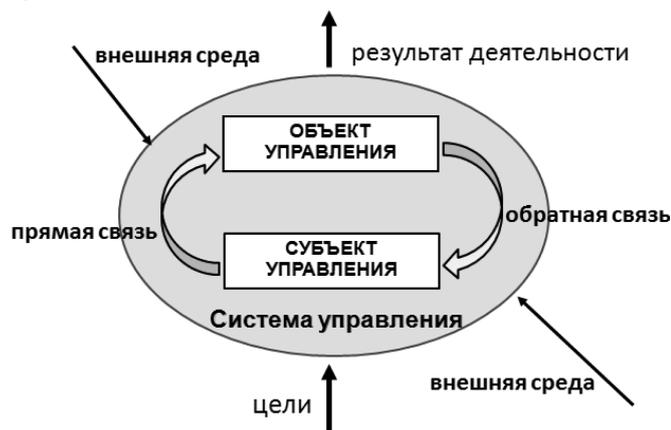


Рис. 1. Взаимодействие структурных и содержательных аспектов организации

У организаций есть структура, которая определяет их статус, так же как у людей есть каркас, который может определять их форму. Одной из фундаментальных идей при создании организации является организационная структура.

Широкие определения и акцент на эффективности структуры подчеркивают ее значимость, особенно с учетом того, что любые организационные изменения влияют на структуру. Коммуникации организации и взаимодействия между ее различными элементами и компонентами отражены в ее организационной структуре.

Информация, передаваемая по коммуникационной системе внутри бизнес-организации, может передаваться различными путями. В свете этого мы можем обсудить основные формы коммуникации (табл. 1).

Двумя наиболее распространенными способами организационной коммуникации являются формальная и неформальная. Формальная коммуникация определяется как коммуникация, необходимая для выполнения задачи или передающаяся по цепочке командования с самого верха организационной структуры.

Постоянное совершенствование информационных каналов и методов коммуникации, используемых для такого рода коммуникаций, несомненно, сыграло свою роль. Три наиболее распространенные формы комму-

Таблица 1.

Типы коммуникационных взаимодействий в управлении

Вид коммуникации	Содержание
Нисходящая коммуникация	Описывается поток информации от руководства к сотрудникам. Нижние иерархические уровни организации используют этот вид коммуникации для информирования сотрудников, отдачи команд, координации и оценки. Это указывает на важность достижения целей, поставленных руководством организации, которые должны принести пользу другим сотрудникам, от понимания которых зависит успех достижения целей. Для такого рода коммуникации можно использовать любой существующий метод коммуникации.
Восходящая коммуникация	Относится к передаче информации в обратном направлении внутри той же организации. Это пример передачи информации с более низких уровней организации руководству, которая служит основным источником знаний менеджеров о состоянии компании в целом. Для определенного числа фирм, которые уделяют приоритетное внимание и в основном используют нисходящую коммуникацию, в последнее время этот вид коммуникации часто вызывает множество проблем. В результате этого сильно пострадали отношения между руководством и сотрудниками. Организационная культура, которую развивает организация, в значительной степени влияет на этот вид коммуникации.
Горизонтальная коммуникация	Относится к коммуникации между сотрудниками в рамках одной и той же организационной иерархии. Этот вид коммуникации характерен для компаний, где выполнение задач в команде имеет решающее значение для планирования и выполнения организационных обязанностей.
Диагональная коммуникация	Это способ общения сотрудников различных подразделений и уровней организации в рамках одной компании. Это распространено в современной корпоративной среде и влияет на скорость и эффективность принятия важных решений, которые влияют на всю организацию.

никационных сетей, известные на сегодняшний день, могут быть созданы путем объединения коммуникаций, упомянутых ранее, в рамках одного бизнеса.

Чтобы предприятия оставались конкурентоспособными, им необходим доступ к самой свежей информации, которую предоставляет Интернет [2]. Помимо Интернета, различные программные решения направлены на упрощение задач своих пользователей и облегчение коммуникации. Гарольд Лассуэлл был одним из первых, кто определил три роли, которые информационно-ком-

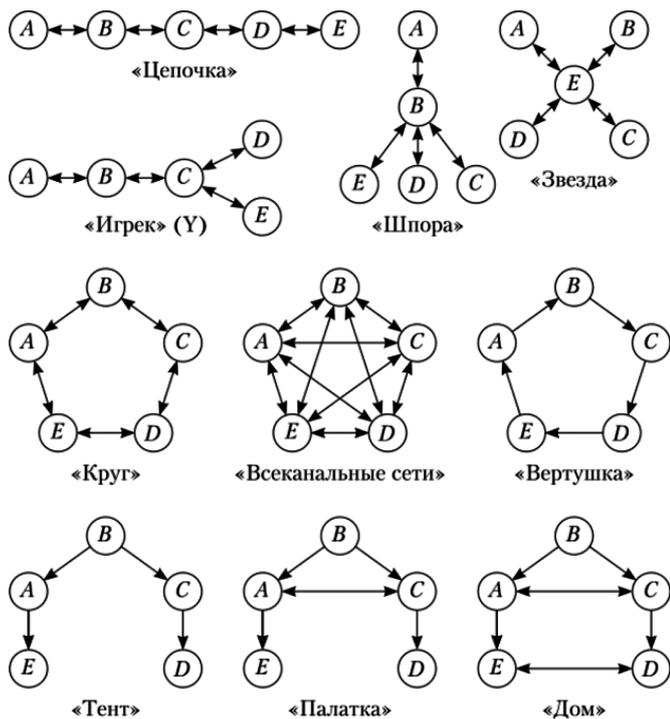


Рис. 2. Виды коммуникационной сети

коммуникационная система играет в глобальном обществе. Эти роли заключаются в том, чтобы следить за окружающей средой, объединять социальные слои и направлять их реакцию на нее, а также передавать культурное наследие от одного поколения к другому. В отличие от недавнего прошлого, развитие технологий, особенно информационных, привело к радикальным изменениям в сфере коммуникации.

В условиях стремительных изменений как во внешней среде, так и внутри организации руководители должны обеспечивать бесперебойную работу своей компании, постоянно совершенствовать свою деятельность и оставаться конкурентоспособными. Благодаря технологиям, в том числе информационным, способы общения людей в компании полностью изменились. Это значительно расширило возможности менеджеров по контролю за работой команды или отдельных сотрудников. Теперь сотрудники могут принимать решения быстрее и с большей полнотой благодаря современным информационным технологиям, которые облегчают столь необходимое сотрудничество и обмен информацией.

ЛИТЕРАТУРА

- Исаенко, А.П. Инновационный подход к оценке человеческого капитала / А.П. Исаенко // Социально-экономические проблемы и закономерности развития Северо-кавказского федерального округа: Сборник научных трудов по материалам региональной научно-практической конференции, Ставрополь, 08–10 ноября 2016 года. Том 1. — Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2016. — С. 177–181. — EDN XCOFSH.
- Коммуникационный менеджмент / О.С. Звягинцева, Д.С. Кенина, О.Н. Бабкина, А.П. Исаенко. — Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. — 132 с. — EDN MINVUX.
- Коммуникационный менеджмент / О.С. Звягинцева, Д.С. Кенина, О.Н. Бабкина, А.П. Исаенко. — Ставрополь: Издательство «АГРУС», 2019. — 132 с. — EDN MINVUX.
- Сафонов, К.Б. О некоторых особенностях стратегии управления корпоративными коммуникациями и аспектах гуманизации социального менеджмента / К.Б. Сафонов // Наука и бизнес: пути развития. — 2024. — № 6(156). — С. 229–232. — EDN ELCLTC.
- Серба, В.Я. Коммуникации как основа менеджмента на современных предприятиях / В.Я. Серба, А.Д. Бурькин // Экономика и управление: проблемы, решения. — 2018. — Т. 7, № 8. — С. 38–48. — EDN VAECAS.

© Исаенко Александр Павлович (isaenko.aleksandr@bk.ru)
 Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»