

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

DOI 10.26163/GIEF.2020.69.99.033
УДК 316.454.5

M.G. Gildingersh

THE NATURE AND IMPORTANCE OF DEVELOPING EFFECTIVE COMMUNICATIONS ORGANIZATION

Marina Gildingersh – Professor, the Department of Sociology and HR Management, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor, St. Petersburg; **e-mail: mgild@mail.ru.**

The article considers communication to be one of the important instruments of management. Without developed communication a staff member finds himself placed into a hypothetical information bubble. In other words an employee does not quite realize how his or her job is linked with the objectives and targets of the company. Lack of communication between the company departments and among its staff leads to misunderstandings and often results in occurrence of conflicts. This in its turn deteriorates the social and psychological situation within the company and as a result the departments tend to perform like opponents rather than associates.

On the basis of the research of theoretical studies along with the analysis of relevant practical experience with regard to the development of communicative processes the author highlights the key groups of difficulties which determine the efficiency of communication and defines specific features of communicative process and its impact on the efficiency of the business performance.

Keywords: communication; communicative situation; discourse; coding and decoding; non-verbal communication; communicative channels; need for communication; Maslow's hierarchy; face-to-face communication.

М.Г. Гильдингерш

СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

Марина Григорьевна Гильдингерш – профессор кафедры социологии и управления персоналом, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; **e-mail: mgild@mail.ru.**

В настоящей статье коммуникация рассматривается как один из важных инструментов управления. Без развитых коммуникационных связей сотрудник находится в условном «информационном пузыре», т.е. не совсем понимает, как его работа связана с задачами и целями компании. Отсутствие же связей между отделами и сотрудниками приводит к непониманию и частому возникновению конфликтов. Это, в свою очередь, ведет к ухудшению социально-психологического климата в коллективе, при этом разные отделы начинают работать не как союзники, а как противники.

Изучение теоретических исследований и практического опыта развития коммуникативных процессов позволили автору выделить основные группы проблем, детерминирующих эффективность коммуникации, а также определить специфические особенности коммуникативного процесса и его влияние на эффективность деятельности организации.

Ключевые слова: коммуникация; коммуникативная ситуация; дискурс; кодирование и декодирование; невербальные коммуникации; коммуникационные каналы; потребность в общении; пирамида Маслоу; личные коммуникации.

Информация является одним из важнейших инструментов управления. В умелых руках руководителя использование и передача этой информации организует, руководит и мотивирует подчиненных. Многое зависит именно от того, каким образом эта информация передается. Грамотная передача и подача помогает получателю адекватно принять информацию и правильно использовать ее.

Согласно исследованиям руководитель тратит от 50 до 90% времени на коммуникации. Эффективно работающие руководители понимают весь механизм работы коммуникаций и то, какую роль они играют в достижении организацией поставленных целей. Рассмотрим понятие коммуникации, существующие подходы в исследовании коммуникаций и различные модели процесса коммуникации [2].

В настоящее время существует множество понятий коммуникации. Рассмотрим понятие, приведенное в толковом словаре Ожегова: «Коммуникация – 1. Путь сообщения, линия связи (спец.). Воздушные, водные коммуникации. Подземные коммуникации. 2. Сообщение, общение (книжн.). Речь как средство коммуникации. Средства массовой коммуникации (печать, радио, кино, телевидение)» [7].

Американский социолог и социальный психолог Чарльз Кули дает следующее определение коммуникации: «Под коммуникацией мы понимаем механизм, посредством которого становится возможным существование и развитие человеческих отношений – все символы разума вместе со способами их передачи в пространстве и сохранения во времени. Она включает в себя мимику, общение, жесты, тон голоса, слова, письменность, печать, железные дороги, телеграф, телефон и самые последние достижения по завоеванию пространства и времени».

Приведенные определения дают нам понять, что понятие коммуникации многогранно и может быть использовано в любой научной сфере. Можно выделить несколько его значений:

- универсальное значение – при этом

коммуникация рассматривается как связь между материальным и духовным миром, имеет более широкое и емкое понятие;

- техническое – здесь коммуникация – это канал сообщения между двумя или несколькими местами, который передает сообщение от одного субъекта к другому;

- биологическое – понятие коммуникации может быть включено и в другие науки; в частности, оно используется в биологии как обозначение связи между особями одного или разных видов;

- социальное – в этом аспекте коммуникация рассматривается именно с точки зрения связи между людьми, связи в социуме.

Теория коммуникаций использует понятие коммуникации именно в последнем значении, т.е. коммуникация рассматривается как способ передачи сообщений между людьми посредством разных средств кодирования и декодирования.

Также из всех приведенных выше понятий коммуникации можно выделить общие элементы, так называемые «закономерности коммуникации»:

1. Для передачи информации нужны собственно сама информация (предмет), субъекты (тот, кто передает и тот, кто принимает), код – система символов, знаков и правила их использования (то, как сообщается информация). Если из структуры процесса коммуникации убрать хоть один элемент, коммуникация будет невозможна.

2. Некоторые наши действия и высказывания, в которые мы вкладываем определенный смысл, могут быть не поняты, не замечены получателем, и наоборот, те слова и жесты, которым мы не придаем особого значения, могут быть заметны и значимы для собеседника. Успешной коммуникацией является та, в которой значение, вложенное отправителем, было точно передано и правильно понято получателем.

3. Коммуникация предполагает наличия как минимум двух объектов. Отсутствие информатора (источника информации) делает коммуникацию невозможной, а отсутствие получателя – бессмысленной.

Но стоит отметить, что адресат может быть как реальным, так и вымышленным. Например, искусство как специфичный канал коммуникации может и не предполагать реального получателя (художник, писатель могут создавать свои произведения «в стол»), однако для них все равно существует абстрактный получатель, мнение которого творцы могут предполагать и ориентироваться на его предпочтения и вкусы.

4. Любая коммуникация имеет знаковый характер. Информация всегда выражена какими-либо знаками, символами, представлена в виде конкретного материального явления (слова, жесты, вещи и т.д.). Для эффективной передачи информации для информаторов и адресатов нужна единая система норм и правил, с помощью которой они смогут понимать друг друга и правильно распознавать значения и саму суть сообщения. Если объекты коммуникации не обладают такими системами, то коммуникация не состоится.

5. Коммуникация возможна только при несовпадении информационных потенциалов объектов коммуникации. Мы вступаем в коммуникации, потому что либо имеем информацию, которой нужно поделиться, либо, наоборот, испытываем недостаток информации. Мы осознаем эту потребность, исходя из сравнения нашего информационного потенциала с потенциалом других участников коммуникации. Если бы все участники имели одни и те же знания, то в коммуникации не было бы нужды [5].

Следует сказать о том, что в российской литературе, помимо «коммуникации», выделяют еще и такое понятие как «общение», хотя в зарубежной литературе нет такого разделения (так, в английском или французском языке этой проблемы нет, а оба русских слова – «коммуникация» и «общение» – переводятся на эти языки одним словом).

Сторонники разделения этих понятий словом «коммуникация» обозначают именно функционирование коммуникационных систем, информационное взаимодействие, преобразование информации в

знание, в то время как в понятие «общение» вкладывают социально-психологический или, более того, духовный смысл социального взаимодействия. Т.е. коммуникация имеет более узкий характер, нежели общение, выступает лишь смысловым информационным компонентом общения.

Противники же такого подхода утверждают, что использование двух понятий избыточно. Социально-психологический аспект коммуникации можно выделить как определенный тип коммуникации (например, фактическая коммуникация), а понятие «общение», по их мнению, относится не к научной, а к бытовой, повседневной сфере употребления, т.е. не является научным понятием.

Коммуникация как процесс неоднородна, в ее структуре принято выделять коммуникативную ситуацию, коммуникативное событие и коммуникативный акт.

Коммуникативная ситуация – стечение обстоятельств, определенных условий, явлений, которые способствуют созданию, передаче и получению сообщения. Так, коммуникативной ситуацией можно считать случайную встречу знакомых на улице, чтение ленты новостей в социальных сетях, просмотр телепередач. Все это подразумевает наличие ряда элементов, который способствует достижению определенной коммуникативной цели (поддержка отношений, получение новостей, развлечение).

Коммуникативные ситуации включают в себя микросомальные и речевые ситуации. Микросомальные ситуации в литературе описываются крайне редко, но, по словам одного из авторов, примером микросомальной ситуации может послужить отбор новостей в Facebook в зависимости от степени отношений с адресантом – источником информации.

Речевая же ситуация, по словам доктора филологических наук О.А. Леонтович, – это «набор коммуникативных действий, составляющих единое целое и ассоциируемых с речью (или маркированных ее отсутствием)». Примерами речевых ситуаций в области межличностной коммуникации могут послужить разговор

с врачом, коллегой, ссора друзей и др., в групповой коммуникации – свадьба, деловые совещания и др., в области массовой коммуникации – обращение Президента страны к своим гражданам, различные телешоу и т.д.

Следующим элементом коммуникации как процесса можно выделить коммуникативное событие. Коммуникативное событие – это какой-либо фрагмент коммуникативной ситуации, момент, когда полученное сообщение актуализируется, создается обратная связь. Примерами могут служить смех во время просмотра телевизионной программы, ответ студента во время экзамена. В каждом из этих коммуникативных событий происходит завершённое, целостное коммуникативное действие, которое направлено на интерпретацию полученного сообщения.

Некоторые авторы коммуникативное событие представляют как «коммуникативный акт». Понятие коммуникативного акта представлено в работе Д. Гавра «Основы теории коммуникации»: «Коммуникативный акт – однократное завершённое коммуникационное взаимодействие, в ходе которого применительно к одному дискретному целостному и завершённому сообщению совершились процессы его создания, отправки и получения» [3].

В литературе можно встретить понятие «речевой акт». Речевой акт – выполняемое при помощи речи действие, которое способствует передаче сообщения определённому получателю в заданной ситуации. Отметим, что понятие коммуникативного акта более широкое, т.к. предполагает не только действие, но и взаимодействие с другими объектами коммуникаций.

Речевые акты формируют речевые события. По словам О.А. Леонтович, речевое событие – аспект речевой ситуации, который «напрямую определяется правилами и нормами использования речи; может состоять из одного или нескольких речевых актов». Например, в речевой ситуации встречи знакомых речевыми событиями являются приветствие, вопрос, прощание [6]. Не менее важным в данном контексте является понятие «дискурс».

Дискурс – социально и культурно обусловленная речемыслительная деятельность, в ходе которой создаются смыслы и тексты (понятия, высказывания, образы, сообщения) определённого содержания и жанра. Дискурс – многозначное понятие, которое часто использовалось философами. В большинстве своём философы разного времени противопоставляли дискурсивное мышление интуитивному. В теории коммуникаций дискурс рассматривается как процесс осмысления информации через призму определённой исторической, социальной и культурной среды. Иными словами, это особый режим создания сообщений, являющийся «нормальным», принятым в данной историко-идеологической социокультурной действительности. Это то, что связывает коммуникативно-речевые практики с социальными нормами («параметрами») общества.

В связи с этим особый интерес у ученых вызывают разновидности институционального дискурса – политический, религиозный, административно-бюрократический, медицинский, педагогический, юридический и т.п.

Одни и те же коммуникативные ситуации могут встречаться в разных видах дискурса. Например, формальные встречи (ситуация) могут встречаться как в бытовой сфере, так и в административно-бюрократической; вопрос как речевое событие можно встретить почти во всех видах институционального дискурса и т.д. Эти коммуникативные ситуации в каждом дискурсе отличаются смысловыми и модальными структурами, с помощью которых и строится взаимодействие.

Можно сказать, что дискурс – особый аспект общения, который значительно влияет на условие производства знания. Знания о мире представлены в разных дискурсах по-разному. Например, знания о здоровье и теле человека разительно отличаются в медицинской и религиозной сферах, или представления о государстве отличаются в политическом и юридическом дискурсах и т.д. В каждом дискурсе знания фиксируются разными способами: в художественном дискурсе – посред-

вом образов, в юридическом – это постулаты, принципы и пр. [4].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что коммуникация – это обмен информацией между двумя и более субъектами. Цель этого процесса состоит в том, что один субъект стремится передать сообщение, а получатель должен принять и понять информацию, которая является предметом коммуникации.

Основной причиной, заставляющей нас вступать в коммуникации, называют потребность в общении.

В пирамиде А. Маслоу эта потребность стоит следующей после потребности в безопасности и физиологических потребностей. Если физиологические потребности и потребности в безопасности удовлетворены, появляются потребности в привязанности и принадлежности. Следовательно, цели коммуникации, приведенные выше, удовлетворяют определенные потребности человека.

Для оценки эффективности коммуникационного процесса целесообразно выделить объекты и субъекты самой коммуникации.

Коммуникатор, источник – субъект коммуникации, который занимается сбором информации и затем передает ее получателю. Он ответственен за грамотное кодирование информации для того, чтобы адресат понял смысл сообщения. Также он ответственен за формирование целевой аудитории и выделения важной информации из ее общего потока.

Получатель, адресат – объект/субъект коммуникации, получатель информации, сообщения, обладает некими коммуникативными ожиданиями, а также декодирует полученные сообщения, пропуская их через призму собственного восприятия.

В различных ситуациях субъектами коммуникации могут выступать отдельные индивиды, социальные группы, а также спонтанные социальные массы.

Сообщение – некоторое количество уже закодированной информации, которая имеет смысл для отправителя и получателя. Сообщения могут содержать любые сведения, носить эмоциональную окраску, доносить какое-либо побуждение, содер-

жать в себе мнение отправителя, его размышления по какому-либо поводу и др. Сообщения могут быть переданы при помощи речи, в этом случае они носят вербальный характер. А также смысл сообщения может быть донесен до получателя при помощи жестов, мимики, интонации. Такую форму передачи сообщения в литературе обозначили как невербальную. Сообщения могут носить вербальный и невербальный характер; могут быть подвержены кодированию и декодированию.

Под кодированием понимается процесс преобразования информации, полученной отправителем, его мыслей, чувств в форму, удобную для дальнейшего декодирования сообщения получателем. При этом учитывается канал передачи связи и то, как получатель может декодировать это сообщение, понять его исходный смысл. Декодирование – это механизм, с помощью которого получатель может восстановить смысл передаваемого ему сообщения, уловить исходную идею отправителя.

В процессе кодирования и декодирования субъекты используют системы кодов. Они представляют собой принятую субъектами связь между явлением и его обозначением. Для одной социальной группы система кодов обычно едина, иначе субъекты данной группы не могли бы установить коммуникацию. Система кодов любой культуры включает в себя знаки – сигналы, которые могут выступать в качестве обозначения какого-либо объекта, и правила/традиции, которые задают условия, при которых эти знаки можно использовать.

Код – совокупность однозначных правил, при помощи которых сообщение можно составить в различных формах.

Сообщения передаются от отправителя к получателю при помощи каналов связи – физические средства, которые позволяют передать сообщения от отправителя к адресату. Это понятие появилось во времена развития телефонной и телеграфной связи и в современном понимании все еще носит инженерную окраску.

Коммуникационные каналы ученые разделяют на два вида: естественные и

искусственные.

Естественные каналы коммуникации – каналы, которые не требуют присутствия какого-либо предметного посредника, который мог бы повлиять на течение и завершение взаимодействия. Т.е. это те каналы, которые помогают человеку при непосредственном контакте с другим субъектом коммуникации.

В качестве искусственных (технических) каналов выступают какие-либо материальные предметы, например, бумажные или электронные носители информации, различная техника, в том числе кабели связи.

Раз уж речь пошла о каналах связи, стоит отметить, что в литературе выделяют устную и письменную формы коммуникации.

При устной коммуникации не используются технические средства передачи информации, т.е. она производится только посредством речевых звуковых коммуникаций. Однако в современном мире для такой коммуникации все-таки можно использовать технику, например, разговор по телефону тоже относится к устной коммуникации. В устной коммуникации задействованы одновременно вербальная и невербальная формы передачи сообщения. При устной коммуникации участники могут находиться в одном помещении, а также в одном временном промежутке. Плюсом устной коммуникации является возможность в большинстве случаев получения незамедлительной обратной связи. Так, отправитель может понять, понял ли его сообщение адресат, а также выяснить его дальнейшие действия. Минусом устной коммуникации является возможное дальнейшее искажение информации, например, когда информацию передают «из уст в уста».

Письменные коммуникации являются разновидностью личных коммуникаций. Письменная коммуникация может быть представлена элементарной схемой коммуникационной деятельности только в случае непосредственной переписки отправителя и получателя. Часто в деловой сфере используют именно этот вид коммуникации. Деловая письменная комму-

никация может влиять на имидж всей организации, т.к. является важным инструментом в поддержании внешних связей.

Для деловой переписки важно грамотно оформленное письмо, потому что адресат по полученному письму делает вывод об организационной культуре и уровне управления в организации. По сути, любой документ, созданный в организации, является элементом ее имиджа.

Для эффективного ведения деловой переписки необходимо знать и уметь применять нормы служебной переписки, правила создания, оформления и организации работы с документами.

Сильными сторонами письменной коммуникации можно назвать следующие аспекты:

- в письменном виде информация может храниться длительное время;

- при формировании сообщения у отправителя есть время на тщательное обдумывание деталей, грамотное оформление, а также на создание более убедительных аргументов, если это требуется;

- формальная письменная коммуникация обычно не имеет эмоциональной окраски, поскольку больше направлена на понимание информации.

Письменная коммуникация имеет и свои недостатки:

- письменное сообщение не всегда может быть понятно получателю ввиду отсутствия каких-то деталей, которые можно было бы узнать в ходе устных коммуникаций, либо при неграмотном составлении этого сообщения; большое число дополнений также делают сообщение путанным и сбивают с толку получателя;

- невербальные средства могут помочь в раскрытии реального содержания сообщения – письменные же сообщения лишены такой возможности;

- затраты на письменные сообщения должны быть тщательно продуманы. И речь не только о финансовой стороне вопроса, зачастую важны именно временные затраты [1].

Подводя итог исследованию коммуникативных процессов в организации, можно сказать об эффективности правильного использования различных со-

ставляющих коммуникационного процесса, от которого зависит и имидж организации, и повышение конкурентоспособности организации на рынке в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базовые понятия теории коммуникации. URL: https://studref.com/362140/marketing/bazovye_ponyatiya_teorii_kommunikatsii#653 (дата обращения: 12.04.2020).

2. Внутренние коммуникации в компании: общий язык для рабочего пространства // Комсомольская правда: [сайт]. URL: <https://www.kp.ru/guide/vnutrennie-kommunikatsii-v-kompanii.html> (дата обращения: 12.04.2020).

3. *Гавра Д.П.* Основы теории коммуникации. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2018. 231с.

4. *Можейко М.А., Гутнер Г.Б., Огурцов А.П., Керимов Т.Х.* Подготовка электронной публикации и общая редакция // Центр гуманитарных технологий: [сайт]. URL: <https://gtmarket.ru/concepts/6987> (дата обращения: 12.04.2020).

5. Понятие коммуникации. URL: <https://studfiles.net/preview/3220199/> (дата обращения: 12.04.2020).

6. Предмет и базовые понятия коммуникации. URL: https://studref.com/362139/marketing/predmet_bazovye_ponyatiya_teorii_kommunikatsii (дата обращения: 12.04.2020).

7. Словарь Ожегова // Gufo.me: [сайт]. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov/%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F> (дата обращения: 12.04.2020).