

Функциональные аспекты корпоративных коммуникаций

Озерова Маргарита Михайловна

Аспирант

*БелГУ - Белгородский государственный университет, Институт государственного
и муниципального управления, Белгород, Россия*

E-mail: ritapuzz@rambler.ru

Корпоративные коммуникации в рамках структурного функционализма трактуются нами как самоуправляющаяся и самокорректирующая подсистема, действующая в конкретных социально-общественных условиях. Социальную коммуникацию изучают как одно из средств поддержания функционирования общества в целом, а не как отдельный источник, способствующий социальным изменениям. Так как общество рассматривается как система, состоящая из взаимосвязанных частей или подсистем. Механизм реализации «социальной зависимости» представляет собой взаимодействие двух основных составляющих. Первой из них являются социальные потребности группы или личности; второй — реакция на соответствующие требования, предъявляемые обществу.

XXI век – время развития и освоения инновационных технологий, среди которых современные коммуникативные технологии являются средством формирования и становления новых общественных отношений, новой технологической культуры. Процесс общения одновременно становится процессом взаимодействия, взаимного влияния и взаимопонимания, а также информационным процессом. Именно это позволяет говорить не только о многофункциональности коммуникаций, но и о функциональных аспектах общения. Эффективная коммуникация всегда предполагает владение инновационными коммуникативными технологиями. Элементы функционального подхода всегда присутствуют, если концептуальные построения ориентированы на системное изучение явления или процесса. Структурно-функциональный анализ коммуникации был особенно популярен в зарубежной теории коммуникации в 1940—1960-х гг., в рамках этой традиции проводили свои исследования Р. Мертон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл [Кривокопа Е.И., 2010, 63]

Сущность функционирования корпоративных коммуникаций заключается в том, что при объяснении социального явления необходимо найти функцию, которая интерпретирует его в социальном или культурном контексте. Также необходимо рассматривать не только явные, но и скрытые причины функционирования, имеющие как положительную, так и отрицательную направленность.

Ключевым аспектом в проблеме понимания сущности современной коммуникации и получения её обобщенного образа является вопрос о содержании каналов при движении информации, которая обеспечивает функциональность коммуникации, проходя через кодирование и дешифровку, осуществление сложных действий в коммуникационном процессе.

Американский политолог Г. Лассуэлл выделил три основные функции коммуникации:

обозрение окружающего его мира (информационная функция);

корреляция с социальными структурами общества (воздействие на общество через обратную связь);

передача культурного начала (познавательная-культурологическая функция) [Николаева Ж.В., 2004, 38]

Таким образом, социально значимые функции корпоративных коммуникаций можно объединить в три группы: когнитивную, регулятивную и социокультурную. Когнитивная функция влияет на гармонизацию отношений как общества, так и индивида. Цель данной функции – предоставить необходимую актуальную информацию. Регулятивная функция трактуется нами как влияние коммуникаций на формирование корпоративного сознания, мнения и социальных норм. Социокультурная функция способствует развитию и формированию личности в сфере культуры и ценностного пространства, сохранения культурных традиций.

Рассматривая теоретические и практические аспекты разрешения конфликтов М.В. Меткин выделяет такую функцию, как аутокоммуникация. По мнению автора, аутокоммуникация – естественное условие психологической активности человека, постоянное общение с самим собой, механизм осуществления самосознания [Меткин М.В., 2001, 49]

Исследуя функциональные аспекты корпоративной коммуникации, мы считаем целесообразным добавить следующие функции:

Культурно-развивающая функция. Цель данной функции – формирование мировоззрения, сознания людей, с помощью данной функции обеспечивается достойный уровень культурной компетенции общества.

Функция выражения. Позволяет выявить соотношение эмоционального воздействия в коммуникативном акте. Данная функция является отражением синтеза вербальных и невербальных средств общения, таких как улыбка, рукопожатие, подмигивание, с помощью которых коммуниканты могут понять эмоциональный модус коммуникативной ситуации. Следует отметить особое значение функции выражения для творческих людей, так как результат их деятельности должен быть оценен субъектами, имеющими иное образное восприятие и эмоциональное отношение картины мира.

Регламентирующая функция. Эта функция позволяет регулировать поведение и действия участников корпоративных коммуникаций, согласовывать их совместную деятельность, а также контролировать и коррелировать процесс коммуникаций.

Объяснительная функция необходима для понимания намерений, установок, переживаний, состояний партнера по коммуникации. Человек не только отражает события окружающей действительности, но и интерпретирует их в соответствии со своей системой ценностей, норм и правил, то есть каждый субъект отбирает и объясняет какую-либо информацию с определенной эго-позиции.

Таким образом, коммуникация отражает не только процесс передачи и получения информации, но и ее восприятие, понимание и усвоение.

Отметим, что системное направление развития корпоративных коммуникаций задается следующими векторами:

- глобализация – создание мировых коммуникационных сетей и систем;
- персонализация – обеспечение каждого субъекта персональным номером и доступом к информационной сети в любой точке мира;
- мобильность – обеспечение связью и предоставление ему коммуникационных услуг в пространственном континууме;
- интеллектуальность – повышение интеллекта компьютерных технологий, информа-

ционных сетей, систем и терминалов (возрастание уровня функциональных и операционных возможностей, уровня управления и повышения качества);

Происходящие изменения в социальных коммуникациях формируются под воздействием следующих факторов:

рост масштабов применения коммуникационных технологий в системах управления;

увеличение уровня продуктивности информации и знаний;

преобладание умственного труда над физическим;

смещение центра тяжести в сферу творческой и интеллектуальной деятельности персонала;

объединение всех рабочих мест в организации посредством единой коммуникационной среды;

сетевой принцип взаимодействия работников.

Несмотря на детальное изучение функций корпоративных коммуникаций, существуют пробелы в изучении причинно-следственных связей между элементами, образующими процесс коммуникации, который заключается в последовательной смене этапов создания, трансляции, приема, дешифровки и использования информации при взаимодействии субъектов коммуникации. Следовательно, дальнейшее развитие и совершенствование научных исследований в данной сфере является современным и актуальным.

Таким образом, рассмотрение и выявление функциональных аспектов корпоративных коммуникаций характеризуется интенсивным средством влияния на общество с целью оптимизации деятельности организации, социализации и развития личности, а также способствует объединению коллектива.

Литература

1. Кривокоца, Е.И. Деловые коммуникации: учебное пособие. М.: Инфра-М. 2010
2. Николаева Ж.В. Основы теории коммуникации. Улан-Удэ: ВСГТУ. 2004.
3. <http://dvo.sut.ru/libr/soirl/i119metk/index.htm> (Меткин М.В. Теоретические и практические аспекты разрешения конфликтов)