

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Использование интернет-технологий в корпоративных коммуникациях

Безик Анна Васильевна

Студент

Российская академия народного хозяйства и государственной службы, Волгоградский филиал, Государственного и муниципального управления, Волгоград, Россия

E-mail: anny-first@yandex.ru

Как известно, понятие «организация» может рассматриваться в двух разных ракурсах: как система, явление и как процесс. Организация как система – это совокупность взаимосвязанных, взаимодополняющих и взаимозависимых элементов, расположенных в определенной закономерности в пространстве и времени, направленных на достижение единой и общезначимой цели. Организация как процесс – совокупность действий, операций, движений, выполняющихся в определенной последовательности, характеризующихся наличием этапов выполнения, оказывающих целенаправленное воздействие на объект организации для достижения определенного результата [1].

В осуществлении процесса организации и создании целостной системы огромную роль играют информационные каналы, посредством которых и происходит взаимодействие элементов. Иными словами, организация и создается в процессе коммуникаций. Правильно организованная и эффективная система коммуникаций является важнейшим элементом культуры организации, определяющим условия, ресурсы и гарантии достижения намеченных результатов.

О.С. Виханский определяет коммуникацию как передачу не просто информации, а ее смысла и значения с помощью символов [2]. По мнению Г.Р. Латфуллиной, коммуникация – это обмен идеями, мнениями, информацией в устном и письменном виде посредством символов [3]. Н.Ю. Чаусов дает определение коммуникации как обмена информацией, на основе которой руководитель принимает решения и доводит их до своих подчиненных [4].

В определении всех авторов прослеживается единая концепция – посредством коммуникаций передается не просто информация, а ее суть, смысловое, идейное наполнение, значимость для участников коммуникационного процесса, которые кодируются в виде символов.

Традиционно происходит деление коммуникаций на внутренние (осуществляющиеся в границах одной конкретной организации, между ее элементами) и внешние (осуществляющиеся между организацией как целостной системой и ее внешним окружением – клиенты, поставщики, заказчики, государственные органы и т.д.) Также, коммуникации могут быть как групповыми, массовыми (здесь уместно использование технических средств), так и межличностными, в зависимости от количества участников коммуникации. Коммуникации также могут быть вербальными, реализующимися с помощью устных (диалог, переговоры, совещание) и письменных сообщений (инструкции, приказы, распоряжения) или невербальными, осуществляющимися с помощью языка тела (движения, жесты, позы, мимика) или характеристик речи (интонация, тембр, темп, стиль) [5].

С развитием современного общества, информационных технологий и сети Интернет, значительно увеличивается разнообразие коммуникационных каналов, их содержание,

наполнение, способ и скорость передачи информации, статус самого канала для участников процесса (официальный, неофициальный).

Принципиально новыми каналами коммуникации являются: интернет-сайты, программные обеспечения и программы-клиенты, программные продукты и компоненты. Следует рассмотреть наиболее распространенные из них.

Корпоративные сайты. На данный момент в России зарегистрировано более 3, 5 миллионов имен сайтов в домене «.ru». Сайты становятся визитной карточкой всех крупных компаний, порталом связи с внешней средой. Более того, если компания достаточно масштабная, имеет свои филиалы по всей России или за рубежом, то здесь сайт становится и внутренним каналом связи, с помощью которого информация транслируется и для осведомления своих сотрудников, к примеру с помощью раздела «Новости». Преимуществами данного канала коммуникации являются: интерактивность взаимодействия; скорость передачи информации; добровольный характер усвоения информации получателем; обширный круг потенциальных получателей; разнообразие и комплексность передаваемой информации; создание имиджа, корпоративного стиля компании. Минусами можно назвать дорогостоящее создание и обслуживание сайта, низкие защищенность канала и конфиденциальность информации. Тем не менее, интернет-сайты на данный момент являются одним из самых прибыльных каналов для коммерческих структур [6].

Программные обеспечения и программы-клиенты. Наиболее часто используемыми в организациях каналами коммуникации этого направления являются Microsoft Lync, Microsoft Outlook, ICQ и Skype и многие другие. Далеко не каждая организация осмеливается использовать данные каналы, так как высока вероятность отвлечения от рабочего процесса, использования каналов в личных целях, также спорным остается вопрос о конфиденциальности передаваемой информации. Но, как показывает опыт крупных компаний, внедрение подобных программ в организации оказывает положительный эффект на процесс передачи информации. Самым большим плюсом является скорость передачи. Используя данные программы, отправитель может передать всю необходимую информацию получателю за считанные секунды, и так же мгновенно получить обратную связь. Это особенно важно, когда вопрос оперативности в принятии какого-либо решения является ключевым. Также, данные каналы жизненно важны для организаций, нуждающихся в эффективном взаимодействии с удаленными подразделениями. Здесь добавляется возможность организации видео- и аудиоконференций, согласования и планирования встреч. Дополнительно, компания экономит большие суммы на телефонных переговорах. Более того, удобно планировать не только встречи с внутренними или внешними клиентами, но и личное время и распределение сил, расставлять приоритеты в выполнении задач [7]. Самым эффективным инструментом в решении этих проблем является почтовая система Microsoft Outlook 2007, позволяющая создать свой личный календарь, перечень задач и предстоящих встреч, доступный для просмотра другим пользователям в компании. Также, значительно сокращает временные затраты автоматическая группировка и сортировка входящих писем. Таким образом, с помощью одной системы возможно детально спланировать свой рабочий график, получить сведения о доступности для коммуникации своего коллеги, самостоятельно упорядочить систему взаимодействия с другими сотрудниками организации.

Рассмотрев различные каналы коммуникаций, можно сделать вывод, что возмож-

ности использования технических средств создания системы коммуникаций в организации в современном мире становятся поистине безграничными, что позволяет достигать целей организации все в более короткие сроки.

Литература

1. Кафидов В.В., Скипетрова Т.В. Теория организации: Учебное пособие для вузов. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. – 129 с.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2006. – 670 с.
3. Латфуллина Г.Р. Организационное поведение: Учебник для вузов. 2-е изд., доп. и перераб./ Под ред. Г.Р.Латфуллина, О.Н.Громовой. – СПб.: Питер, 2008. – 464 с.
4. Чаусов Н.Ю. Менеджмент: Учебное пособие/под. ред. Чаусов Н.Ю., Калугин О.А., Чаусова Л.А. – Калуга: АНО «КЦДО», 2008. – 440 с.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1999. – 361 с.
6. Все для студента, Твирпкс: <http://www.twirpx.com/file/130426/>
7. NetworkSoftwareSolutions: <http://www.nsoft-s.com/mychatarticles/743-corporate-messenger.h>