

Коммуникация. Общаться значит ухаживать. Виды коммуникации. Проблемы коммуникации. Риски недооценки коммуникации.

Корни основного понятия восходят к латинскому слову «communication», которое появилось благодаря другому слову – «communicare». Первое означает «сообщение, связь», а второе – «сообщать, связывать, делать общим».

Общий смысл, казалось бы, понятен, однако вот это первоначальное значение по ходу времени и развития общественного взаимодействия неизбежно изменилось. Изменилось и приобрело несколько иную окраску, послужившую базой для дополнительных толкований.

Так, в частности, исходя из определения «communicare» (сообщать, связывать), коммуникация подразумевает процесс передачи сообщений и иных сигналов, а в современном понимании – передачу информации либо обмен знаниями и сведениями между объектами любой природы (как естественной, так и искусственной).

С другой стороны, есть этимология «communication», восходящая к понятиям сообщества, объединения, занимающим особое место в системе социально-философских теорий и [гуманитарных дискурсов \(это как?\)](#). В этом ракурсе объединения, общества и сообщества рассматриваются либо как цель, либо как условие для удавшейся коммуникации.

Что касается философии, то вопросы коммуникации становятся особо актуальными лишь в начале XX века. Такая «запоздавшая, но последовавшая» реакция общества на эту тему объясняется резким обострением социальных проблем и необходимостью их решения. И как раз в этот период происходит конкретизация смысла рассматриваемого термина.

В сухом остатке получаем простой и понятный тезис:

коммуникация – это конструктивный процесс взаимодействия между людьми или их группами с целью передачи информации либо обмена сведениями.

Такое определение наиболее точно отражает суть коммуникации и считается официальным, однако с учетом различных ракурсов существуют и другие формулировки, среди которых самыми распространенными являются только две.



В первой коммуникация трактуется как основной механизм, позволяющий создавать общественные связи и совершенствовать социальную культуру, а во второй – как законы межличностного взаимодействия, управляющие отношениями людей.

Основная модель коммуникации

Специфика обмена информацией традиционно зависит от особенностей социума, что и обуславливает содержание в этом понятии широкого спектра социокультурных смыслов. Но в любом случае термин «коммуникация» характеризуется наличием **пяти компонентов**, необходимых для успешного процесса взаимодействия:

1. **источник** (тот, кто желает донести свою мысль до другого человека) – по сути это адресант, выступающий в роли генератора сообщения для передачи;
2. **проводник** или преобразователь (то, что преобразует информацию в сигналы) – то есть обычный передатчик, посылающий сообщения по какому-либо каналу связи;
3. непосредственно **канал связи** (средство, путь передачи информации);
4. **приемник** информации (то, что адаптирует и расшифровывает сигнал источника) – то же самое, что декодировщик, переводящий сигналы в «удобоваримое» сообщение;
5. **получатель** (тот, до кого должна была дойти информация) – конечный адресат, для которого предназначалось сообщение.

Согласно этой модели коммуникационного акта, адресант генерирует и кодирует определенную информацию, используя знаковые средства, применяемые в знаковой системе соответствующего канала связи.

Адресат же, чтобы усвоить полученную информацию, проделывает то же самое, только в обратном порядке (результат его усилий – декодирование).

Коммуникация

- * **Коммуникация** в широком смысле – опосредованное и целесообразное взаимодействие двух и более субъектов.
- * **Коммуникация** в узком смысле – процесс передачи информации
- * **Социальная коммуникация** – процесс передачи информации от одного человека к другому



KtoNaNovenkogo.ru

Целостный процесс коммуникации (адекватной передачи информации) имеет, как правило, многослойную структуру, состоящую из множества последовательных актов.

При этом основной единицей коммуникации может быть только сообщение (сигнал, посыл), выполняющее какую-либо одну или одновременно **несколько функций**, как то:

1. **информативно-коммуникативные (обмен информацией);**
2. **интерактивные (общение);**
3. **гносеологические (познание);**
4. **аксиологические (обмен духовными и культурными ценностями);**
5. **нормативные (закрепление или передача норм);**
6. **социально-практические (передача знаний, умений, навыков).**

От этих функций зависит в основном и содержательность коммуникации, и ее направленность, что одновременно служит предпосылками для процесса взаимообмена информацией.

При этом соблюдаются и необходимые условия для успешной коммуникации, начиная с наличия каналов передачи и механизмов восприятия и заканчивая минимумом **структурных компонентов**, в который непременно входят:

1. **участники коммуникационного акта;**
2. **ситуация или случай, требующие обсуждения;**
3. **содержание сообщения (текст, сигнал);**

4. **мотивы и цели что-то донести до собеседника посредством сообщения;**
5. **материальная передача информации.**

Для осуществления любой коммуникации необходимы адекватные целям знаковые системы (в каждой культуре они различные).

Чаще всего такой системой служит язык, который используется как в форме устной речи, так и в форме письменной.

Виды коммуникации

Первое, что здесь важно отметить: **общение и коммуникация** – не одно и то же. По крайней мере, эти понятия не могут быть тождественными и не должны использоваться как синонимы.

Если общение – это неглубокое, легкое и чаще всего бытовое взаимодействие, то коммуникация – это взаимодействие профессиональное, интерактивное, с осознанными целями и предварительно подготовленными скриптами.

Участниками общения могут стать абсолютно любые собеседники, а участниками коммуникации – лишь те, кто ставит перед собой задачу оказать влияние на партнера, те, кто осознает, что перед его собеседником стоит точно такая же задача.

В отличие от общения, коммуникациям совершенно не свойственны ни чувства, ни эмоции (что это?), а если таковые и проявляются, то непременно с прагматичной целью – то есть с пониманием того, что сейчас это необходимо, чтобы решить ту или иную ситуативную задачу.

Существуют самые разные классификации относительно видов коммуникации. Представим лишь несколько из них:

1. **познавательная** – преследует цель расширить круг познаний партнера, его информационный фонд. Ожидаемый результат – освоение новообретенной информации и последующее применение новых знаний в своей практической деятельности;
2. **убеждающая**, основная цель которой – вызвать у собеседника определенные чувства, необходимые для формирования ценностных ориентаций и нужных инициатору установок. Ожидаемый результат – сделать собеседника единомышленником, привлечь его на свою позицию, изменить его личностные ориентиры и затем использовать его интеллектуальные возможности;
3. **экспрессивная** – преследует цель сформировать у собеседника особый психоэмоциональный настрой, чтобы затем побудить его к совершению необходимого вам действия. Ожидаемый результат – изменение эмоционального фона партнера, его вовлечение в конкретные акции и выгодные инициатору действия.

Таким образом, каждый из участников коммуникации – это своего рода манипулятор, обладающий способностью оказывать влияние на партнеров с определенной целью либо же имеющий перед собой такую задачу.

Понятие эффективной коммуникации

Так же, как и с определением общения, здесь важно усвоить один основополагающий тезис: успешная коммуникация и эффективная коммуникация – это разные вещи.

Упрощенно говоря, успешная – это состоявшаяся (независимо от того, чем закончилось общение), а эффективная – это свершившийся коммуникационный акт, когда в результате взаимодействия достигаются определенные цели.



Для эффективной коммуникации крайне необходим специальный набор навыков эффективного общения. И речь идет не только о легкости установления контакта и умении поддерживать любой разговор, в какие трущобы он ни завел, – здесь нужны специфические способности, которые обычно относят к **навыкам синтонного общения**.

Синтоны – это психологически позитивные элементы общения, своеобразные эмоциональные поглаживания, помогающие установить контакт и способствующие взаимопониманию.

С этой точки зрения эффективная коммуникация – высший уровень общения, в процессе которого не передаются сухие факты. Здесь главным образом задействуются чувства и эмоции человека, чтобы добиться от него ожидаемого результата. От коммуникатора же требуется не только способность понимать цели и мотивы собеседника, но и умение играть на его волнениях.



Есть еще такое понятие, как **неэффективная коммуникация** – это крайне неприятное общение, несущее непонимание, противостояние и разногласия, что может привести не только к обычным ссорам, но и к глубоким (непримиримым) конфликтам с некомпенсируемыми последствиями.

Как научиться эффективной коммуникации

Но оставим эти нюансы таким сферам, как психология и **менеджмент (что это такое?)**, для нас же с вами более насущен другой вопрос: можем ли мы что-то сделать, чтобы стать приятным собеседником? Можем!

Научиться эффективной коммуникации не так уж сложно – достаточно придерживаться хотя бы этих **нескольких правил**:

1. **Молчи и слушай.** Не стоит постоянно доминировать в разговоре. Собеседник ждет от партнера не только высказываний по поводу его точек зрения «на все», но и банального понимания (то есть умения выслушать);
2. **Эмпатия.** Психологи говорят, что при разговоре нужно не просто воспринимать сухие факты, но и пытаться разобраться в чувствах и эмоциях собеседника. Отзывчивость, сочувствие, доброжелательность и понимание – залог успеха;
3. **Оптимизм.** Если говорить только об отрицательных моментах и постоянно жаловаться, собеседник быстро от вас отвернется. Нужно нести позитив, зарожать надежду, морально вдохновлять и поддерживать, и тогда общения с вами будут искать даже те, кому вы

раньше не были интересны;

Правила эффективного общения

Используйте метод утвердительных ответов. Не начинайте разговор с тех вопросов, по которым вы расходитесь

Будьте хорошим слушателем

Обращайтесь в собеседнику по имени

Сообщение должно быть простым и понятным

Подчеркивайте общность интересов

Будьте доброжелательны, приветливы, улыбайтесь

Избегайте иронии, сарказма

Вместо того, чтобы осуждать людей постарайтесь понять почему они поступили так, а не иначе

Используйте местоимение «Я», а не «Вы», чтобы избежать защитных реакций



4. **Уважение.** Во время беседы нельзя откровенно критиковать, осуждать или жестоко шутить. Проявить уважение и понимание к чувствам другого – этого требует не только вежливость, но и элементарная воспитанность;
5. **Щепетильность.** Касательно того, когда нужно уступить, у каждого есть свое мнение. Заметив какие-то несовпадения с собственной версией, не спешите сразу об этом заявлять. Шутки и насмешки в этом случае категорически не приемлемы. Даже если мнение собеседника очевидно неправильно, лучше тактично промолчать или просто уступить.

Как видите, коммуникация – важный аспект жизни любого человека. Помня нехитрые правила (и тем паче – имея научную подкованность), легко можно стать желанным и интересным собеседником.

На сегодняшний день, наиболее значимой и актуальной проблемой современного общества является проблема коммуникации и понимания. Коммуникация-общение, с помощью которого производится обмен информации. Бурное развитие средств массовой коммуникации оказывает все возрастающее воздействие на социальные процессы во всем мире. Существует огромное множество мнений и споров о том, положительное или отрицательное влияние несут СМИ в жизни людей. С одной стороны, изобретение электронных СМИ воспринимается как решительный прорыв к построению целостного, прозрачного и разумного мира. С другой стороны, в центре его внимания находятся негативные последствия СМИ: виртуализация реальности, манипуляция сознанием, разрушающее воздействие на человека, который превращается в частичного, разорванного субъекта. Таким образом, важнейшим фактором, влияющим на актуальность

проблемы, является огромная, но в то же время противоречивая роль, которую играет массовая коммуникация в современном мире. Очевидно, что современные средства массовой коммуникации способствуют ослаблению активности межличностного общения, чувств социальной и моральной солидарности между людьми. Человек становится заложником СМК, порой, не осознавая этого. Можно сделать вывод о том, что СМК скорее несут негативное влияние на жизнь общества, но представить нашу жизнь без интернета, телевидения и других СМК невозможно. В чем же заключается проблема межкультурной коммуникации? Очевидно, что неэффективность коммуникации между носителями существенно различных культур и менталитетов, проживающих в непосредственной близости и контакте, чревата конфликтами и столкновениями. Во-первых, это выражается в массовом наплыве мигрантов, которые, в свою очередь, стали неотъемлемой частью новой для них среды. Во-вторых, важным является и то, что, став частью страны пребывания, мигранты не утратили тех качеств, которые связаны с культурой, менталитетом, традициями своей исторической родины. Реальное разрешение вопроса о возможности полноценной коммуникации, а также вопроса о предотвращении дезинтеграции и распада в глобальном масштабе лежит не на пути устранения различий, а на пути обретения общности при сохранении различий: «не только не важно, но и не нужно, чтобы отдельные части социального целого совпадали в своих стремлениях и идеях. Важно и нужно, чтобы каждая группа не забывала об остальных и в определенной мере разделяла их жизнь».

Внутренние коммуникационные процессы присущи любой компании, даже если она состоит из двух человек.

Внутренняя коммуникация существует в виде обмена информацией между сотрудниками и подразделениями. Она, в свою очередь, делится на вертикальную и горизонтальную. Вертикальная коммуникация идет как по нисходящей (сверху сообщается подчиненным о стратегических и тактических целях, задачах), так и по восходящей (информация передается в обратном направлении, с помощью нее сообщается о результатах выполнения принятых решений, возникающих препятствиях по их реализации, предложениях по их разрешению).

Две трети коммуникативной деятельности руководителя составляет нисходящая коммуникация, ориентированная на сообщение подчиненным цели и задачи их деятельности, выделение ее приоритетов; на передачу им распоряжений, установок, требований; доведение до них критериев эффективности работы и ее оценки; достижение признания и вознаграждения с целью мотивации эффективного труда и т.п.

Горизонтальная коммуникация в отличие от вертикальной устанавливается между равноуровневыми, равноправными сотрудниками и подразделениями организации. Как показывает практика, чем больше прав делегируется руководством на низшие уровни иерархии управления, тем выше эффективность горизонтальной коммуникации. Есть и другие классификации коммуникации. Выделяют формальные и неформальные коммуникации. Формальные коммуникации представляют собой однонаправленный акт передачи информации по иерархической вертикали формальной структуры.

Неформальные коммуникации в отличие от формальных возникают спонтанно; они

основаны на личных и нерегламентируемых взаимоотношениях.
Остановимся как раз на неформальных коммуникациях.

В данной статье мы рассмотрим как раз неформальные связи с той точки зрения, как они могут влиять на процесс обеспечения информационной безопасности на предприятии. У любого руководителя предприятия могут возникнуть проблемы именно из-за неформальных коммуникационных процессов.

Давайте представим себе ситуацию: из компании, без явных причин, увольняется команда разработчиков. Вряд ли их всех могли одновременно чем-то обидеть. Почему так произошло? Скорее всего, инициатором таких действий выступил один человек. Остальные же доверились ему, так как именно он является «руководителем» в их коллективе.

Подобные действия всегда лучше предвидеть, чем разбираться с последствиями, а значит, необходимо уметь выявлять тайных лидеров и использовать их во благо. Нельзя недооценивать проблему. Несовпадение назначенных и фактических руководителей редко заканчивается бесконфликтно.

Это может сказаться на эффективности начальника. Исходов ситуации в зависимости от опыта начальства три:

- уволиться самому;
- уволить недовольных и «закрутить гайки»;
- искать компромисс.

На мой взгляд, наиболее выигрышным является решение по поиску компромисса. И первым шагом здесь станет выявление тайных лидеров.

Существует два различных подхода для решения этой задачи: психологический и практический.

Рассмотрим психологический подход

Этот подход может использоваться еще на этапе принятия сотрудника в штат компании. Основная идея лежит в определении склонности человека к руководству другими. Начать можно с определения психотипа личности. Для определения психотипов используются различные опросники и методики.

Принадлежность к тому или иному психологическому типу достаточно тесно связана с профессиональными ролями.

Еще на этапе приема на работу можно выявлять сотрудников с «замашками начальника» и присматриваться к ним внимательнее.

Практический подход

Вооружившись соответствующим инструментом, возможно выявление тайных лидеров коллектива. В качестве инструмента можно использовать один из модулей DLP-системы «Контур информационной безопасности SearchInform – ReportCenter». В его арсенале имеется отчет, наглядно представляющий в виде графически изображенных

отношений карту связей сотрудников с внешним и внутренним миром. (Приложение 2).

Нас интересует внутренняя составляющая, ограничимся только связями между сотрудниками. У кого их больше, тот и представляет для нас интерес.

Стоит понимать, что из списка «тайных лидеров» потребуются исключать явно неподходящих кандидатов.

Чтобы не оперировать предположениями, можно проанализировать переписку сотрудников друг с другом (возможности DLP это позволяют) и сделать соответствующие выводы.

Неформальные лидеры выявлены. Далее стоит вопрос, как обратить энергию лидера на решение задач компании.

Можно использовать его как информатора

Неформальный лидер может стать отличным посредником между руководством предприятия и коллективом. Если правильно мотивировать лидера и объяснить ему преимущества тех или иных изменений, он сам будет заинтересован в том, чтобы идеи руководства воплотились в жизнь. Содействие такого человека гарантированно обеспечит 90% успеха в новых начинаниях, и даст возможность сэкономить драгоценное время.

К сожалению, неформальный лидер может использовать свой авторитет не для блага компании. Нельзя игнорировать «подрывную» деятельность неформального лидера. Молчание в такой ситуации может быть истолковано как страх перед трудностями и лично перед зачинщиком бунта. В этом случае возможно просто купить себе союзника. Т.е. замотивовать этого «серого кардинала». Универсальным мотиватором как для рядового сотрудника, так и для неформального лидера являются деньги. Нет ничего плохого в том, чтобы пойти на некоторые уступки, но они должны быть в пределах разумного. Помимо лояльности руководитель не должен забывать демонстрировать директивность. Главное - не торопиться с увольнением лидера.

Далее рассмотрим, какие риски несет компания, у которой существует большое количество коммуникационных барьеров. Риски могут быть финансового, социально-психологического, правового характера.

Какие последствия?

- ухудшение социально-психологического климата в коллективе (снижение эффективности социального аспекта системы управления);
- возникновение трудовых споров;
- повышение текучести кадров, увольнение ключевых сотрудников;
- утечка конфиденциальной информации;
- материальный ущерб (в том числе из-за упущенной выгоды);
- снижение показателей производительности труда;
- ухудшение качества производимого продукта (появление брака, увеличение числа рекламаций от клиентов) и т. д.

Как следствие, стратегические и тактические цели предприятия остаются

недостигнутыми.

Для того чтобы минимизировать риски и избежать негативных последствий в компании необходимо применить следующие методы.

Необходима психологическая поддержка работников, убеждение их в том, что каждый человек представляет для компании ценность.

Развивать корпоративную культуру

Необходима корректировка кадровой политики с учетом новых задач и требований внешней среды.

Особенно следует уделить внимание следующим элементам:

- поощрение нужного компании поведения в критических ситуациях посредством материальных или моральных вознаграждений (премии, грамоты, благодарность руководителя, представление на собраниях трудового коллектива и т. д.);
- проявление справедливости в вопросах оплаты труда;
- использование объективных критериев при подборе, продвижении, переводе и увольнении работников;
- создание организационных систем, процедур, внедрение в культуру компании обычаев и ритуалов (проведение совещаний, распределение ресурсов и т. д.) - это дает людям ощущение надежности, справедливости, помогает им сформировать правильные ожидания;
- применение сторителлинга (рассказ историй, легенд и мифов об определенных лицах и событиях) - позволяет работодателю создать среду, в которой сотрудники чувствуют себя частью команды, ощущают идентичность с организацией, лучше понимают, какие ценности в корпоративной культуре преобладают и поощряются;
- официальное провозглашение адаптированной к новым условиям организационной философии, корпоративных ценностей. С этой целью можно воспользоваться методами проведения стратегических совещаний и командообразующих тренингов;

- формирование позитивного имиджа компании как работодателя.

Формула корпоративной культуры:



- **«общие ценности + взаимовыгодные отношения и сотрудничество + добросовестное организационное поведение»**

