

Мещерякова Александра Евгеньевна

студентка

Зотова Диана Олеговна

студентка

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева» г. Самара, Самарская область

КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКИ

Аннотация: в данной статье рассматриваются теоретические аспекты коммуникационного процесса, уделяется особое внимание его характеристике.

Ключевые слова: коммуникационный процесс, формы обращения, коммуникационный барьер.

Коммуникации можно представить как явление и как процесс. Как явление коммуникации подразумевают под собой правила, инструкции, положения, словом все установленные нормы взаимодействия между людьми в рамках организаций соответствующих организационных форм. Как процесс коммуникации обозначают принципы и закономерности отношений между субъектами. Эти отношения могут быть охарактеризованы либо полной поддержкой коллег, руководителей или подчиненных, либо наличием противоречий между ними [1].

Структура коммуникативного процесса обычно представляет собой набор четырех базовых элементов, к которым относятся:

- отправитель, лицо, которое генерирует идею, или собирающее и передает информацию;
- информация, сообщение, которое должно быть закодировано с помощью символов;
 - каналы передачи информации и средства передачи информации;
- получатель, т.е. лицо, для которого предназначается информация и которое интерпретирует ее.

При передаче стратегически важного сообщения разным группам получателей, следует соответствующим образом видоизменять формулировки. Для этой задачи наиболее удачным исполнителем является главный управленец, который способен выполнить задачу, непосредственно возложенную на ведущего работника.

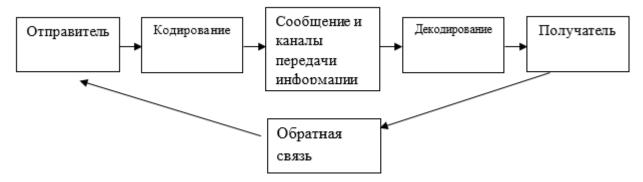


Рис. 1. Структура коммуникативного процесса

Формы обращения бывают разными — от энергичных лозунгов до обширных подробных документов. А чтобы сделать главную задачу, либо стратегию данной организации доступной, нужно всего лишь донести ее понятным работникам языком [2].

Если цель организации направлена на создание сильной, конкурентоспособной компании и улучшение продукции, то суть организационных перемен становится значительно яснее. Это относится и к осуществлению перемен в организационной структуре и инвестиционной политике. При приобретении и продаже предприятий, к изменению в структуре издержек и капиталовложений, а также к сдвигам в философии менеджмента и пересмотру рынков сбыта и целевых установок. Так, предоставив более или менее подробную информацию одной и той же группе адресатов в различные временные интервалы, можно повысить коммуникационную эффективность.

Но существуют коммуникационные барьеры, которые обязательно требуют тщательной проработки и способов их решения, таким барьером обмену информации могут служить проблемы технологического, психического и социального характера. Эти барьеры можно разделить на шумы, которые образуются естественным образом, а также помехи — создаваемые специально, например

цензура. С шумами приходится мириться, в то время как с помехами необходимо бороться.

Наиболее частой ошибкой являются чрезмерные коммуникации, осуществляемые в неподходящее для этого время. С другой стороны, в настоящее время коммуникация располагает обширным арсеналом средств, но, ни одно из них не может сравниться с непосредственным обращением личности, символизирующей процесс организационных перемен. Вот почему коммуникабельность является одним из основных качеств настоящего руководителя. Существуют два аспекта коммуникации: информационный – характеризующий процессы движения информации; личностный – характеризующий взаимодействие личностей.

Эти два аспекта очень тесно связаны друг с другом. Взаимодействие людей в основном осуществляется благодаря перемещению информации, но полностью к информационным процессам не сводится, потому что коммуникация подразумевает не только обмен информации, по и личностные ее оценки, и индивидуальные интерпретации.

Список литературы

- 1. Одинцов А.А. Менеджмент организации. Введение в специальность: учеб. пособие. – М.: Экзамен, 2004. – 318 с.
- 2. Петров А.Н. Менеджмент: учебник для бакалавров: учеб. пособие для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Юрайт, 2016. 645 с.