

## МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ

**Апажихова Н.В.**

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,  
г. Тамбов, Российская Федерация, доцент кафедры культуроведения и  
социокультурных проектов, кандидат педагогических наук*

*e-mail: [n\\_apazhikhova@mail.ru](mailto:n_apazhikhova@mail.ru)*

**Милованова Н.П.**

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,  
г. Тамбов, Российская Федерация, студентка 4 курса, кафедры культуроведения и  
социокультурных проектов*

*e-mail: [id140478323-f2fabdcd7@vkmessenger.com](mailto:id140478323-f2fabdcd7@vkmessenger.com)*

Человеческое общество иначе бы и не было человеческим, если бы в нем отсутствовал такой важный компонент как коммуникация. Общение выручала человека от одиночества и накликала проблемы. Тем не менее, без общения, особенно межличностного, сегодня уже трудно обойтись. Например, или же по-другому, человеку приходится контактировать и вести взаимодействие с другими людьми, будь то деловое общение или же общение по заинтересованностям. Мы разговариваем дома с семьей, на работе с сослуживцами, в том числе и с незнакомыми людьми нам нередко приходится отыскивать общие точки в разговоре.

В обыденном, ежедневном употреблении понятие «общение» имеет широкий смысл, обозначая все формы конкретных контактов между людьми. По определению толкового словаря: «Общение – это взаимные сношения, деловая, дружеская связь». С тех пор как в русский язык проникло иноземное слово «коммуникация» (от латинского *communicatio* – связь), термин этот стал употребляться как синоним «общения» (по свидетельству того же словаря, коммуникация – это «общение, связь»), и предпочтительно используется в научном лексиконе. [1]

Итак, коммуникация (лат. *communicatio* от *communicare* – делать общим, связывать; путь сообщения, форма связи) считается объектом исследования множества наук: семиотики, социологии, этнографии, психологии, риторики, а еще кибернетики, информатиологии и ряда иных естественно-научных дисциплин. Сейчас данное понятие используется в двух значениях: 1) путь сообщения, связь одного места с другим (например, транспортная коммуникация, подземные коммуникации); 2) общение, предоставление информации от человека (группы) к человеку (группе);

специфическая форма их взаимодействия в процессе жизнедеятельности с помощью языка и других сигнальных форм связи. [2]

Коммуникация – социально обусловленный процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения по разным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и других), а так же в условиях межличностных конфликтов. [3]

Для данной работы огромное внимание представляет коммуникация, осуществляемая по каналам межличностного общения. Межличностные коммуникации – процесс обмена информацией между индивидами, в которой одна сторона является отправителем информации, а другая – получателем.

Межличностные коммуникации подразделяются на формальные или же официальные и неофициальные, то есть неформальные. В социокультурной организации формальные коммуникации определяются ее политикой, правилами, должностными инструкциями и исполняются по формальным каналам, к которым относятся приказы, директивы, письменные и устные постановления, совместные собрания организации, совещания, видеоконференции. Неформальные коммуникации в социокультурной организации не следуют ее общим правилам, они исполняются согласно установившейся системе личных отношений между сотрудниками организации. К неформальным коммуникациям можно отнести обычную информацию, передаваемую по неформальным каналам: новые меры по санкциям за опоздание, изменение структуры организации, кто кому назначает свидание после работы и т. д. Часто каналами неформальной коммуникации являются самые обыкновенные слухи, распространяемые, иногда, быстрее, чем информация из официальных источников организации.

Межличностные коммуникации возможно еще поделить на:

1. вербальные (словесные);
2. невербальные, призванные осуществить обмен информацией без применения слов, например, с помощью жестов, интонаций голоса, мимики и т.д.

Эффективная коммуникация в силу нескольких немаловажных моментов необходима для достижения успеха в управлении как организационной системой в целом, например, ее личными подсистемами. Во-первых, разрешение многих управленческих проблемных моментов основывается на непосредственном взаимодействии людей (начальник с подчиненным, подчиненные друг с другом) в рамках всевозможных событий. Во-вторых, межличностная коммуникация, вероятно,

является наилучшим способом обсуждения и разрешения проблемных моментов характеризующихся неопределенностью и двусмысленностью.

Эффективность управления человеческим ресурсом, как оказывается на практике в большей степени зависит от навыков достигать взаимопонимания при общении. А так же, есть такая необходимость в настоящее время, при общении, работать с информацией крайне компетентно и культурно.

Стратегическое управление – это система целенаправленных действий организации, ведущих к долгосрочному превышению уровня результативности работы организации над уровнем результативности конкурентов.

Задача стратегического управления заключается в том, чтобы подготовить социокультурную организацию к возможным организационным изменениям ситуации, противостоять неблагоприятным воздействиям внешней среды в долгосрочной перспективе. [4]

Известный американский специалист в области стратегического управления Г. Минцберг утверждает, что понятие стратегия требует пяти определений:

- стратегия как план – это система поочередных действий, направление развития, дорога из настоящего в будущее, следовательно, мы имеем дело с действиями лидера по управлению развитием организации. В социокультурной организации начальник для рационального планирования работы должен применить наиболее подходящие для подобной деятельности коммуникации: совещание с администрацией организации для доведения планов развития организации и согласование с сотрудниками различных направлений и пунктов плана;

- стратегия как позиция – это расположение определенных товаров или услуг на определенных рынках, определение положения организации во внешней среде и относительно своих главных конкурентов. В этом случае организацию необходимо рассматривать в ее реальной среде с учетом конкурентных процессов (как защитить позицию организации от конкурентов, при каких условиях вступить в конкурентную борьбу или уклониться от нее). Руководство социокультурной организации при сегодняшнем развитии информационных технологий просто должна знать в случае если не все, то почти все о своих конкурентах;

- стратегия как перспектива, основной метод действий организации, когда взгляд стратега обращен одновременно и внутрь организации и в будущее предприятия. Происходит формирование коллективных норм и ценностей, коллективных намерений и поступков, направленных на осуществление общей цели. Формирование

коллективных норм и ценностей и выработка совокупных целей уже предполагает наличие коммуникативных аспектов внутри социокультурной организации;

- стратегия как ловкий способ, предпринимаемый с целью обмануть соперника или же противника (например, активная маркетинговая фирма ведется для одного рынка, а на самом деле, проводится работа по укреплению собственных позиций абсолютно на ином рынке). Для достижения победы над соперником используются всевозможные финты, опасности и маневры, где одно движение порождает другое. В случае с социокультурной организацией речь идет уже о разновидностях внешнего коммуницирования;

- стратегия как принцип поведения – это следование избранной модели поведения, внимание фокусируется на действии, так как любая концепция мертва вне ее осуществления. [5]

В межличностном общении для социокультурной организации типична такая обстановка, когда участники общения, вступая в коммуникационные процессы, преследуют по отношению друг к другу более или менее значимые для них цели, которые могут совпадать по собственному содержанию, а могут и отличаться друг от друга. В организации эти цели могут быть различные управленческие задачи.

Руководитель социокультурной организации для построения эффективного стратегического управления обязан владеть надлежащими способностями:

- эффективно создавать коммуникативную стратегию;
- умело пользоваться различными тактическими способностями коммуникации;
- адекватно представлять себя как члена коммуникативного процесса.

Стратегическое управление считается основой управления всякой организацией, в том числе, и социокультурной, и призвано отыскать подходящие ответы на три весомых вопроса управленческого характера:

1. В каком положении социокультурная организация располагается в данное время сравнительно внешней среды?
2. В каком положении она желала бы прибывать через три, пять, десять лет?
3. Каким методом вполне вероятно достичь желаемого положения?

Можно представить следующие виды стратегического управления в зависимости от присутствия конкретного коммуникативного компонента:

- доминирование – отношение к подчиненному как к вещи или же средству достижения своих личных целей, абсолютное игнорирование его интересов и целей, стремление обладать, давать указания, получить неограниченное одностороннее преимущество.

- манипуляция – появляется на том этапе, когда открыто переиграть оппонента в лице подчиненного уже не получается, а полностью подавить не представляется возможным. При этом сохраняется тенденция игнорирования его интересов и целей, впрочем влечение достичь собственного с оглядкой на производимое впечатление.

- соперничество – подчиненный представляется небезопасным и сумасбродным, с силой которого приходится считаться, но главная задача – выиграть его. В случае если манипуляция основывается на маскировке как цели влияния, так и самого факта воздействия, то конкуренция допускает признание прецедента влияния, но цели ещё исчезают.

- партнерство – отношение к подчиненному, как к равному, с кем надобно являться, но, в то же время, влечение не допустить нанесения ущерба себе, раскрывая цели собственной деятельности. Отношения равноправные, но осторожные, основанные на согласовании интересов и целей.

- содружество – отношение к подчиненному, как к самоценности. Стремление к объединению в совместной деятельности организации для достижения близких или совпадающих целей. Основным инструментом воздействия уже договор, а согласие.

- содружество – отношение к подчиненному, как к самоценности. Стремление к объединению в совместной деятельности организации для достижения близких или совпадающих целей. Основным инструментом воздействия уже не договор, а согласие (консенсус). [6]

Каждая стратегия построена на использовании конкретных поведенческих моделей. Стратегия партнерского взаимодействия предполагает владение такими механизмами взаимопонимания, как децентрация, эмпатия, точность и ясность в выражении потребностей, чувств, эмоций; искренности.

Таким образом, при выстраивании стратегии в управлении социокультурной организацией руководителю следует активным образом использовать все свои коммуникативные навыки как наиболее эффективное средство для достижения поставленных целей и задач, и получения конечного результата, отражающего высокую степень эффективной деятельности организации.

Литература:

1. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. Первое издание. – СПб.: Норинт, 1998.
2. Шарков Ф.И. Теория коммуникации. – М., 2004. – С. 9.
3. Конечкая В.П. Социология коммуникации. – М., 1997. – С. 9.

4. Дорофеева Л.И. Менеджмент: конспект лекций Режим удаленного доступа: [http://www.nnre.ru/delovaja literatura/ menedzhment\\_konspekt\\_lekcii/index.php](http://www.nnre.ru/delovaja_literatura/menedzhment_konspekt_lekcii/index.php). – Вход свободный.

5. Петров В.В. Стратегическое управление – Режим удаленного доступа: PDF created with FinePrint pdfFactory Pro trial version <http://www.pdffactory.com>. – Вход свободный.

6. Ижаева Д.С. Виды общения и их влияние на развитие различных сторон психологии и поведения человека // [Science Time](#) № 4 (16) / 2015. – С. 330.