

УДК 316.46

**РОЛЬ КОММУНИКАЦИЙ В НЕФОРМАЛЬНОМ ЛИДЕРСТВЕ
В СОВРЕМЕННЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ****Е.В. ФАНДОРКО***(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

Проведен анализ феномена коммуникации в условиях неформального лидерства в современных бизнес-процессах. Отмечены особенности неформальной коммуникации в организациях, а также указаны ее основные результаты: усиление межличностных связей между сотрудниками в форме диалога, преодоление иерархических и функциональных границ.

Данная статья направлена на анализ феномена коммуникации в контексте функционирования неформального лидерства в современных бизнес-процессах. Процесс коммуникаций совершается ежесекундно и участвует в нём абсолютно каждый. Роль коммуникаций в современном бизнесе переоценить невозможно: она огромна и значительна. Большая часть всех действий и мероприятий, которые совершаются ради достижения той или иной организационной цели, требует наличия эффективных коммуникаций. В случае невозможности обмена информацией современные бизнес-единицы прекратят своё существование и функционирование ввиду банального отсутствия информации о внешней и внутренней среде. Соответственно, возможность формулировать цели и задачи, сотрудничать и заключать взаимовыгодные контракты исчезает.

С каждым годом роль неформальных коммуникаций и каналов их распространения осознаётся всё в большей мере. На сегодняшний день, как сами коммуникации, так и каналы их распространения значительны в равной степени. Причина этому – стремительное увеличение количества как производимой, так и потребляемой информации, а также сокращение необходимого времени для её продуктивного использования. Неформальное общение, как по горизонтали, так и по вертикали, ускоряет поступление информации в те места, где в ней есть необходимость. Неофициальные коммуникации способствуют налаживанию внутриорганизационных контактов, что благоприятно влияет на ускорение темпов работы и общую эффективность.

На сегодняшний день коммуникации – это сложный процесс, состоящий из множества взаимосвязанных этапов, каждый из которых важен и необходим для правильного восприятия и правильной интерпретации той или иной информации. Поскольку обмен информацией встроен во все основные виды управленческой деятельности, коммуникации выступают как связующий элемент между ними [1, с. 120].

Процесс неформальных коммуникаций представляет собой процесс открытого взаимодействия между индивидами, не обременённый официальными и формальными требованиями и условиями обмена информацией [1, с. 122]. Ярким примером таких коммуникаций являются слухи. Они «витают возле автоматов с охлажденной водой, по коридорам, в столовых и в любом другом месте, где люди собираются группами» [1, с. 122].

Как было сказано выше, коммуникации являются неотъемлемым и важнейшим элементом функционирования бизнеса и осуществления лидерства. Доказательством этого может служить то, что человек, владеющий навыками сплочения, вдохновения и направления усилий других людей на достижение общих целей, становится «специалистом» коммуникаций, причём как в формальной, так и неформальной сфере. Осуществление процесса таких коммуникаций позволяет преодолевать как иерархические, так и функциональные границы. Благодаря открытой коммуникации возникает своеобразная атмосфера доверия, способствующая как расширению возможностей общения с коллегами, так и раскрытию их потенциала.

В современном бизнесе для того, чтобы иметь и уметь налаживать эффективные взаимоотношения с коллегами, а также при этом содействовать процветанию и развитию компании, фирмы, предприятия или организации, необходимо учитывать и стремиться реализовать как можно в полной мере следующие условия.

Во-первых, это обстановка, способствующая открытому общению. По данной тематике написано уже огромное количество книг и статей. Например, статья И.С. Большой о роли картин в офисе [2] или Е.В. Богомоловой о том, как озеленить офис и сделать его запоминающимся для всех, кто в него входит [3]. Практически все психологи и специалисты дизайна, а также схожих и пересекающихся сфер и областей со всего мира говорят о важности и роли освещения, цветового оформления, ароматов, звуков и тому подобных факторов, влияющих на человеческое подсознание.

Во-вторых, умение активно слушать и слышать окружающих. Причём разница в «слушать» и «слышать» здесь принципиальна. Это позволит не только воспринимать получаемую информацию, но и

неким образом осознавать и понимать скрытые проблемы и желания других людей, в т.ч. это могут быть коллеги, вышестоящие лица и даже конкуренты.

В-третьих, это проницательность. В данном случае понятие «проницательность» схоже по своему смыслу с таким понятием как дальновидность.

Наконец, четвёртый элемент – диалог. Он тесно связан с умением активно слушать и слышать, ведь именно при наличии этих условий и возникает диалог. В случае, когда диалог уже непосредственно осуществляется, то в этом процессе могут возникать некие общие концепты, способствующие обретению взаимопонимания, что, в свою очередь, будет способствовать убеждению окружающих в перспективности той или иной корпоративной концепции.

Обретению взаимопонимания также могут способствовать такие факторы как: стремление приобрести доверие подчиненных, сопоставление корпоративных целей с интересами сотрудников, разъяснение своей позиции окружающим и установление с ними эмоциональной связи [4, с. 272].

В своей деятельности неформальные лидеры зачастую используют емкие коммуникативные каналы. Например, для разъяснения какой-либо ситуации или положения может применяться метод, связанный с использованием поучительных историй и метафор, предполагающих как отправку, так и получение большего и наглядного количества информации. Также могут использоваться и современные электронные средства связи и коммуникации, однако их эффективность напрямую будет зависеть от правильности их использования. Использование таких средств позволяет осуществлять неформальную коммуникацию на новом уровне, избегая личностного общения, но при этом существует высокая вероятность возникновения коммуникативных ошибок и неправильного понимания и истолкования полученной информации. Своеобразным недостатком электронных средств общения является то, что они неэффективны при обсуждении сложных или конфиденциальных вопросов.

Ещё одним подтверждением роли коммуникационных процессов может служить следующее. По сообщению журнала Executive Female (май 1991 г.), среди предпринимателей был произведен опрос. Их попросили указать три главные черты своих сотрудников. На первом месте оказалась способность поддерживать отношения с людьми: 84% ответили, что их интересует высокая коммуникабельность и умение ладить с окружающими. И только 40% респондентов включили в состав трех самых важных для них качеств образование и опыт [5, с. 93].

В качестве основных выводов проведенного анализа можно выделить следующее.

- На сегодняшний день коммуникации в бизнес-процессах – это сложный процесс, состоящий из множества взаимосвязанных этапов, каждый из которых важен и необходим для правильного восприятия и правильной интерпретации той или иной информации.

- Процесс неформальных коммуникаций представляет собой процесс открытого взаимодействия между индивидами, не обременённый официальными и формальными требованиями и условиями обмена информацией. Ярким примером таких коммуникаций являются слухи.

- Неформальные коммуникации способствуют преодолению как иерархических, так и функциональных границ.

- Важными условиями для налаживания эффективных взаимоотношений с коллегами, а также факторами, содействующими процветанию и развитию компании, фирмы, предприятия или организации являются обстановка, способствующая открытому общению; умение активно слушать и слышать; проницательность; диалог и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мескон, М. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1997. – 704 с.
2. Большова, С.И. Картины в офисе [Электронный ресурс] / С.И. Большова. – 2009. – Режим доступа: <http://www.lady.ru/career/Дизайн-офиса/Картины-в-офисе>.
3. Богомолова, Е.В. Как озеленить и оздоровить офис? [Электронный ресурс] / Е. Богомолова. – 2009. – Режим доступа: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-18310/>.
4. Дафт, Р.Л. Уроки лидерства / Р.Л. Дафт. – М. : Эксмо, 2006. – 480 с.
5. Беляцкий, Н.П. Бизнес: качества лидера / Н.П. Беляцкий // Белорус. экон. журн. – 2004. – № 4. – С. 88–99.