

Р. Сільченко,
магістрант групи МЕН-16-1мд.
Запорізької державної інженерної академії
науковий керівник - В. Воронкова,
д. філос.н., професор, завідувач кафедрою менеджменту організацій та управління
проектами
Запорізької державної інженерної академії,
м. Запоріжжя
e-mail: valentina-voronkova@yandex.ru

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ В ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЕКТАХ

Концепція управління комунікаціями інформаційно-комунікаційних та соціокомунікаційних проектів нерозривно пов'язано з підвищенням ролі у суспільстві інформаційних технологій. Інформативно-комунікативні процеси, що об'єднують суспільство на всіх рівнях, пронизують Інтернет-середовище, транслюють соціально значиму інформацію, здійснюють істотний вплив на розвиток інформаційно-комунікаційних та соціокомунікаційних проектів, постільки процес глобалізації розширює сучасні уявлення про суть і моделі комунікації в суспільстві; Інтернет як нову нелінійну комунікативну систему; дозволяє глибоко пізнати соціальні наслідки комунікаційного процесу. Належить визнати, що інтелектуально-технологічні схеми ведуть до принципово нового стану широкомасштабного доступу до Інтернет – до глобального гіперінтелекту (індустрії даних і знань) [1].

Комунікація - це обмін інформацією, на основі якого керівник отримує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень і доводить прийняті рішення до працівників організації. Якщо комунікації налагоджені погано, рішення можуть надаватися помилковими, люди можуть так розуміти, чого ж хоче від них керівництво, або, нарешті, від цього можуть страждати міжособистісні відносини. Ефективністю комунікацій часто визначають якість рішень і те, як вони насправді будуть реалізовані. Інформація - це лише зовнішній прояв комунікації, її результат. Інформація грає центральну роль у комунікаційному існуванні людини і виступає як засіб комунікації. Керівник від 50 до 90% усього часу витрачає на комунікації. Це здається неймовірним, але стає зрозумілим, якщо врахувати, що керівник займається цим, щоб реалізувати свої ролі в міжособистісних відносинах, інформаційному обміні і процесах прийняття рішень, не кажучи про управлінські функції планування, організації, мотивації і контролю. Саме тому, що обмін інформацією вбудований у всі основні види управлінської діяльності, ми називаємо комунікації процесом. Оскільки керівник виконує три свої ролі і здійснює чотири основні функції, з тим, щоб сформулювати цілі організації і досягти їх, якість обміну інформацією може прямо впливати на ступінь реалізації цілей. Це означає, що для успіху індивідів і організацій необхідні ефективні комунікації. Хоча загально визнано, що комунікації мають величезне значення для успіху організацій, опитування показали, що 73% американських, 63% англійських і 85% японських керівників вважають комунікації головною перешкодою на шляху досягнення ефективності їхніми організаціями. Згідно ще одному опитуванню приблизно 250 тис. працівників 2000 найрізноманітніших компаній, обмін інформацією представляє одну з найскладніших проблем в організаціях [2]. Ці опитування показують, що неефективні комунікації - одна з головних сфер виникнення проблем. Глибоко осмислюючи комунікації на рівні особи і організації, ми повинні вчитися знижувати частоту випадків неефективних комунікацій і ставати кращими, більш ефективними менеджерами. Ефективно працюючі керівники - це ті, які ефективні в комунікаціях, Вони

представляють суть комунікаційного процесу, мають добре розвиненим умінням усного та письмового спілкування і розуміють, як середовище впливає на обмін інформацією. Комунікація - це процес передавання інформації від однієї особи до іншої. Отже, ефективні комунікації – це такий процес передавання повідомлення, коли отримане повідомлення, наскільки можливо близьке за значенням до первинного. Ключовим елементом ефективних комунікацій є відмінності між даними та інформацією. Інформація - це дані, представлені у вигляді або формі, які мають сенсові навантаження. Зокрема, менеджер такого заводу може використати інформацію і продати чотири верстати (тримаючи один на запас), перевівши п'ять робітників на іншу роботу.

Характеристики цінної інформації. Інформація є цінною, якщо вона достовірна, своєчасна, повна і доречна. Достовірність. Щоб інформація становила реальну цінність для менеджера, вона повинна бути достовірною. Це означає, що інформація покликана реально і надійно відображати дійсність. Своєчасність. Інформація повинна бути вчасною. Це не обов'язково означає поспішність. Своєчасність є функцією ситуації, яка виникла у менеджера. Повнота. Інформація повинна бути повною, щоб стати корисною для менеджера. Якщо вона часткова, то картина стану справ може виявитися недостовірною або викривленою. Доречність. Нарешті, інформація цінна, якщо вона доречна. Доречність, як своєчасність, залежить від потреб і обставин для конкретного менеджера. Наприклад, операційним менеджерам потрібна інформація про витрати та продуктивність; менеджерам людських ресурсів - про потреби приймання нових працівників та рівень плінності кадрів; менеджерам з маркетингу – про плани продажу та рівень реклами.

Комунікативний процес. Процес комунікацій розпочинається, коли одна особа (відправник) хоче передати факт, ідею, думку або іншу інформацію комусь іншому (одержувачу). Ця інформація має значення для відправника незалежно від того, чи вона проста і конкретна, чи складна й абстрактна. Після того, як повідомлення закодовано, його передають відповідними засобами зв'язку. Засіб, за допомогою якого наше закодоване повідомлення вам передається – надрукована сторінка. Звичайні засоби зв'язку в організаціях - це наради, електронна пошта, записки, листи, звіти та телефонні розмови. Далі відбувається розкодування у форму, яка має значення для одержувача. Комунікації можуть бути перервані перешкодою – шумом від чийогось кашляння, від автомобіля, що проїжджає, або розмови двох людей поблизу. Перешкодами також є загублений на пошті лист, пошкодження телефонної лінії, неправильна адреса електронної пошти тощо.

Форми комунікацій в організаціях. Сьогодні поширені такі типи комунікацій: міжособові комунікації; комунікації у системах зв'язку та командах; комунікації в організаціях та електронні засоби комунікацій. Міжособові комунікації. Загалом міжособові комунікації бувають усними та письмовими. Кожен з цих різновидів має переваги та недоліки. Усні комунікації. Усні комунікації відбуваються під час розмови вічна-віч, групових дискусій, телефонних розмов тощо, за яких розмовну мову використовують для передавання змісту. Дослідженнями виявлено, що більшість менеджерів витрачають на розмови з людьми 50-90% свого часу. Це зумовлено кількома причинами. Головна перевага усних комунікацій полягає в тому, що вони забезпечують негайний зворотний зв'язок та взаємний обмін у формі словесних запитань або усних домовленостей, виразу обличчя та жестів. Однак усні комунікації також мають вади. Вони можуть бути недостовірними, якщо співбесідник добирає неправильних слів для вираження суті або пропускає важливі деталі чи якісь перешкоди переривають процес, або ж слухач (одержувач) забуває частину чи все повідомлення. Письмові комунікації. Письмові комунікації - це записки, листи, звіти, записи тощо. За їхньою допомогою можна вирішити багато проблем, пов'язаних з усними комунікаціями. Проте письмові комунікації не такі поширені, як може виглядати. Група менеджерів під час опитування зазначила, що лише 13% пошти, яку вони отримують, відразу їм потрібна. Понад 80% менеджерів, яких опитували в іншому дослідженні, вважають, що письмові комунікації, які вони отримували, мали посередній або низький рівень.

Вибір потрібної форми. Яку форму міжособових комунікацій повинен обрати менеджер? Це залежить від ситуації. Усні комунікації часто ліпші, коли повідомлення особисте, нерегулярне і коротке. Письмові комунікації звичайно надійніші, коли повідомлення офіційне, постійне і довше. Комунікативні схеми та робочі групи. Комунікативна схема – це спосіб, за допомогою якого члени групи або команди спілкуються між собою. Вчені, досліджуючи динаміку груп, виявили кілька типових схем у групах або командах, які складаються з трьох, чотирьох та п'яти осіб. У схемі колесо усі комунікативні потоки проходять через одну центральну особу, яка, очевидно, є груповим лідером. По суті, колесо - найбільш централізована схема, оскільки одна особа отримує і поширює всю інформацію. Дослідженнями у цій сфері виявлено деякі зв'язки між типом схеми та груповим виконанням. Наприклад, коли завдання групи порівняно просте і рутинне, то централізовані схеми діють з більшою ефективністю та достовірністю. Лідер прискорює виконання, координуючи потік інформації. Наприклад, коли група бухгалтерів виписує рахунки-фактури і розподіляє їх для оплати, то ці дії може ефективно координувати один централізований лідер. Коли ж завдання складне, наприклад, ухвалення головного рішення про стратегію організації, то ефективнішими є децентралізовані схеми, оскільки відкриті канали комунікацій забезпечують більше взаємодії й ефективніше поширення відповідної інформації. Менеджери повинні визначати вплив комунікаційних схем на діяльність груп та організацій і намагатися правильно їх структурувати. Дослідження комунікацій виявили п'ять головних схем для груп з п'яти осіб. Вони відрізняються потоками інформації, позицією лідера, ефективністю різних типів завдань. Менеджери можуть намагатися створити централізовану схему, коли завдання групи прості й рутинні, і, навпаки, сприяти де-централізації групи, якщо групові завдання складні. Комунікації в організаціях. Іншими формами комунікацій в організаціях є потоки інформації між організаційними ланками або групами. Кожна з цих форм охоплює як усні, так і письмові комунікації, однак, відповідно, поширюється на моделі комунікацій по всій організації [3].

Для розвитку інформаційно-комунікаційних та соціокомунікаційних проектів важливим є комп'ютеризація, яка створює сучасну технологічну основу становлення і розвитку інформаційно-комунікативного процесу в складній відкритій системі, у якій інформатика і володіння ЕОМ. В контексті постнекласичної методології істотною проблемою удосконалення управління комунікаціями інформаційно-комунікаційних та соціокомунікаційних проектів є вирішення проблем комунікаційної ентропії [1]. Стрімке розповсюдження інформації, глобалізація комунікативного простору, перехід до нової електронної культури впливають на специфіку спілкування, форми зв'язку, характер ціннісно-світоглядних установок. Сформулюємо основні особливості та принципи цієї концепції. Для розвитку інформаційно-комунікаційних та соціокомунікаційних проектів важливе значення має: 1) пояснення природи соціальної комунікації; 2) аналіз особливостей суб'єкт-об'єктних відносин в комунікативному процесі; 3) визначення комунікації як процесу передачі соціально та індивідуально значущої інформації за допомогою різних комунікативних засобів; 4) дослідження характеру трансформації комунікативних відносин під впливом процесу глобалізації і розвитку інформаційних технологій; 5) розширення змісту понять «простір», «час», «реальність» під впливом нових комп'ютерних технологій та Інтернет; 6) виявлення розуміння сприйняття часу і реальності («віртуальна реальність»); 7) обґрунтування специфіки функціонування моделей комунікації, смислоутворення, інтерпретації і розуміння текстів; 8) ускладнення як тексту, так і контексту комунікації під впливом глобалізації і появи нових комунікативних технологій; 9) виявлення етапів становлення і розвитку комунікативних медіа-засобів, причин появи нових якісно нових форм комунікації і способів взаємодії; 10) врахування нелінійності передачі смислів, сценаріїв, інтерпретації і тлумачення інформації, що передається у процесі комунікативної взаємодії. Інформаційно-комунікаційні та соціокомунікаційні проекти радикально змінюють суспільні зв'язки,

інформаційний обмін, ступінь відкритості, якість і кількість діалогових форм спілкування людей, соціальних груп, структур, якість нашого життя. Комунікації самого різного роду, набуваючи мережний характер, істотно видозмінюють зворотний зв'язок між населенням, місцевими спільнотами, громадами, о в цілому сприяє формуванню глобального інформаційного суспільства [4]. Удосконалення управління комунікаціями в інформаційно-комунікаційних та соціокомунікаційних проектах спирається на найвагоміші організаційні принципи: 1) єдність всіх ланок управлінської вертикалі незалежно від їх інституційної належності; 2) субординацію і координацію компетенцій суб'єктів управлінського партнерства; 3) паритет інтересів центральних, регіональних і територіальних органів влади; 4) баланс управлінських сил в умовах координаційної міжорганізаційної взаємодії; 4) єдність інформаційного простору у рамках управлінського партнерства. Коли мова заходить про комунікаційну діяльність в контексті інформаційно-комунікативного процесу, то остання являє собою не тільки ланцюг послідовних комунікаційних дій (операцій), а єдність комунікаційних і некомунікаційних актів, і, навпаки, будь-яка не комунікаційна діяльність включає себе структуру комунікаційної дії.

Отже, управління проектами - це один з найбільш ефективних напрямів сприяння розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах ринку, підвищення якості життя, надання нової якості послуг населенню та його залучення до трудової участі у розбудові інформаційного суспільства, а саме формування розумного, інтелектуального, технологічного суспільства, що базується на інформаційно-комунікативних технологіях, геокультурних цінностях [4].

Список використаних джерел

1. Тесленко П.А. *Эволюционно-синергетическая парадигма управления проектами* / П.А...Тесленко // *Технологический аудит и резервы производства* / Спецвыпуск, Материалы МНК «Наукова періодика слов'янських країн в умовах глобалізації». Частина 1. – Харків.- «Технологический центр», 2012.-№4/2 (6).- С. 9-10.
2. *Управление проектами: вітчизняний і зарубіжний досвід* / Під ред. Сергія Чернова, Валентини Воронкової, Алли Двігун, Олександра Сосніна, Alfredas Chmieliauskas, Erika Vaiginiene, Austėja Pilkaite, Vaidotas Viliunas : [монографія]. - Миколаїв 2015.- 354 с.
3. Максименюк М. Ю., Нікітенко В. О. *Інформаційно-комунікативне суспільство як різновид складної соціальної системи і взаємодії* / М. Ю.Максименюк, В. О. Нікітенко // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* : [зб.наук.пр.] – Запоріжжя : Вид-во ЗДІА, 2016. - випуск №66. - С.266 - 278.
4. Нікітенко В. О. *Геокультурні цінності в умовах сучасного світового розвитку : соціально-філософський вимір* / В. О. Нікітенко // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії* : [зб. наук. пр.] – Запоріжжя : Вид-во ЗДІА, 2013. - № 54. - С. 266 - 280