

На правах рукописи

Коротицкая Мария Викторовна

Коммуникативная культура организации

Специальность 22 00 04 – социальная структура,
социальные институты и процессы

Автореферат

диссертационной работы на соискание
ученой степени кандидата социологических наук

Москва, 2007



Работа выполнена на кафедре социальной и педагогической информатики факультета информационных технологий Российского государственного социального университета

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор Соколова Ирина Викторовна

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор Шарков Феликс Изосимович

кандидат философских наук
Сахарова Мария Викторовна

Ведущая организация – Российская Академия государственной службы при Президенте РФ, кафедра социологии

Защита диссертации состоится 20 июня 2007 года в 16 час на заседании Диссертационного совета Д 212 341 01 в Российском государственном социальном университете по адресу 129226, г Москва, ул Вильгельма Пика, д 4, корп 2, зал диссертационных советов

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского государственного социального университета по адресу 129226, г Москва, ул Вильгельма Пика, д 4, корп 3

Автореферат разослан 20 мая 2007г

Ученый секретарь диссертационного совета

Орлова И В



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Среди цивилизационных факторов жизнедеятельности и развития как человечества в целом, так и отдельной личности особо выделяется умение людей жить вместе. В процессе своей трудовой или учебной деятельности люди вступают во взаимодействие, которое является неотъемлемым атрибутом любого социального процесса. Результат взаимодействия людей проявляется в их взаимоотношениях друг с другом, социально-психологическом климате, удовлетворенности в общении, эффективности деятельности и культуре организаций, общества в целом.

Представление об общественной жизни как о коммуникационном и информационном процессах сформировалось достаточно давно. Современные социальные теории рассматривают коммуникацию как важнейшее условие формирования и существования организаций, как основу развития социальных систем. Коммуникационное взаимодействие, взаимное принятие ролей, достижение согласия и понимания формируют организационную структуру, обеспечивают возможность кооперации и управления. Эффективные коммуникации способствуют повышению показателей ее деятельности и уровня удовлетворенности работников трудом.

Одним из важнейших аспектов организационной коммуникации выступает формирование и развитие коммуникативной культуры организаций. Насущную необходиму в настоящее время дальнейшая углубленная разработка структуры, а также основных критериев коммуникативной культуры организаций.

Изучение культуры коммуникации и коммуникационных отношений важно на всех уровнях развития современного российского общества - на личностном, организационном, национальном и международном. Именно нерешенность проблем взаимопонимания, согласованности в информационных и коммуникационных взаимоотношениях приводит, в конечном счете, к конфликтным ситуациям. Напротив, высокая коммуникативная культура способствует достижению эффективного взаимодействия людей в организации и обществе в целом. Повышение коммуникативной культуры является фактором адаптации, устойчивости,

самоорганизации социальной системы, ее прогрессивного развития

Актуальность диссертационного исследования, таким образом, связана с объективной необходимостью повышения эффективности деятельности современной организации посредством совершенствования информационных и коммуникационных процессов, разрешению не только экономических, связанных с разделением труда, но и социальных проблем, направленных на полное раскрытие способностей, интеллектуального и культурно-духовного потенциала всех ее сотрудников

Степень научной разработанности темы исследования.

Теоретические основы изучения организаций и коммуникативных отношений исследованы в работах М Вебера, Г Зиммеля, Г Саймона, А Пригожина, Ф Хакена, А И Пригожина, Б З Мильнера, Ю Хабермаса, А Д Урсула, а также Т З Адамьянц, Т М Дридзе, И А Ильяевой, В Н Костюка, С В Лещева, Ю Подгурецкого, А В Соколова, В И Франчука, Ф И Шаркова и др ученых

Место и роль коммуникации в современном обществе, проблемы ее совершенствования освещаются в трудах М Арджайла, Д П Гавры, Н С Данакина, В Н Иванова, М С Кагана, В И Патрушева и др Значителен объем научных источников по вопросам организационной коммуникации (М Х Мескон, Ф Хедоури, М Альберт, Дж В Ньюстром, К Дэвис, Э Роджерс, Р Агарвала-Рождерс, Д У Смитбург, В А Томпсон, А П Панфилова, А В Карпов и др)

Исследованию межличностной коммуникации посвящены работы Г М Андреевой, А А. Бодалева, В В Бойко, А Н Занковского, В В Смоляковой, Л Гласса, В Зигерта, Л Ланга, Д Карнеги, Н В Казариновой, Ф А Кузина, А Х Маслоу, И А Стернина и др

Ряд трудов освещает проблемы деловой коммуникации (А Б Крутин, А А Лапшин, В И Левашов, В Лефевр, В Ю Романова, А З Фахруддина, М И Станкин, Ю. Л Старенченко, В М Шепель), коммуникативной деятельности органов власти (В Н Антошкин, В Э Бойков, О А Давыдова, М Е Васильев, К В Ветров, Р С Галимов, И А Соболев, С А Юсупов и др)

В условиях информатизации общества возрос научный интерес к информационной и коммуникативной культуре в целом, в т ч с точки зрения социологии (Л Я Аверьянов, С С Андреев, С А Барков, С А Беззубцев, Г Г Воробьев, В Р Гаспарян, А В Дмитриев, В И Жуков, Е Н Комаров,

В П Конецкая, Г И Осадчая, В В Прохоров, И В Соколова, С С Фролов, Ю Л Ханин, Б Ю Шалотин, Ю И Шемакин, В В Щербина и др)

Однако специальных социологических исследований по коммуникативной культуре организации нет, что и определило выбор автором темы исследования

Противоречие между существующей потребностью повышения коммуникативной культуры в современных организациях, с одной стороны, и недостаточной социологической разработанностью феномена "коммуникативная культура организации" и путей ее повышения, с другой стороны обусловливает проблему диссертационного исследования

Актуальность темы диссертационной работы, степень ее научной разработанности, сформулированная научная проблема определяют выбор объекта и предмета исследования, его цели и задач

Объект исследования – организация как система

Предмет исследования – коммуникативная культура организации

Цель диссертационного исследования – теоретическая и эмпирическая характеристика коммуникативной культуры организации, выявление условий и путей ее повышения

Задачи исследования:

- определение понятия "коммуникативная культура организации", выделение и описание ее переменных,
- разработка критериев коммуникативной культуры организации,
- выявление и описание факторов формирования и развития коммуникативной культуры организации,
- эмпирический анализ уровня информационного обеспечения деятельности организации как основы повышения ее коммуникативной культуры,
- анализ реального состояния и факторов служебного взаимопонимания сотрудников как элемента коммуникативной культуры организации,
- анализ и систематизация коммуникативных барьеров как факторов, препятствующих повышению коммуникативной культуры организации,
- выявление условий и путей повышения коммуникативной культуры организации,
- разработка практических рекомендаций по повышению

коммуникативной культуры организации.

Теоретико-методологическую основу исследования составили труды ведущих отечественных и зарубежных ученых по философии, социологии, теории организации, классической теории информации, теории социальной коммуникации, социальной психологии, методологии и методике социологических исследований

Информационная база исследования включает данные статистики по Белгородской государственной универсальной научной библиотеке об организации единого информационного пространства, коммуникативных тренингах и посещаемости библиотеки студентами БелГУ В диссертации использованы результаты вторичного анализа материалов исследований «Инновационная готовность персонала организации диагностика и пути повышения» (руководитель – И В Конев, май-июнь 2001г), «Социальные ресурсы организации и условия их эффективного использования» (руководитель – С В Дорин, март 2003г).

Эмпирическая база исследования основывается на результатах социологических исследований, проведенных в период май – июнь 2003 г (руководители – Н С. Данакин, М В Коротицкая)

• социологических исследований на тему «Коммуникативная культура организации и пути ее повышения» –

○ в ОАО «Белэнергомаш» Метод – анкетный опрос (выборка – многоступенчатая квотная) Количество респондентов (рабочие и служащие) N=800 (июнь 2003);

○ в Белгородском государственном университете Метод – анкетный опрос (выборка – многоступенчатая квотная) Количество респондентов (студенты) N=200 (май 2003 г),

○ в ОАО «Торговый дом Шемякиных» и ОАО «Автомагазин» г Белгорода Метод – анкетный опрос (выборка многоступенчатая квотная) Количество респондентов (менеджеры среднего звена) N=95 (июнь 2003 г),

• экспертного опроса по теме «Оценка уровня коммуникативной культуры и пути ее повышения» Количество экспертов (руководители подразделений предприятий и организаций г Белгорода) n=45 (май 2003 г.)

• экспертного опроса по теме «Оценка уровня коммуникативной культуры и пути ее повышения» (эксперты представители власти, а также

менеджеры среднего звена и руководители предприятий, входящих в группу компаний «БАСК» (г Белгород) Количество экспертов n=254 (май-июнь 2006 г)

Научная новизна диссертационного исследования

- дано определение коммуникативной культуры организации, выделены и рассмотрены ее переменные

- разработаны критерии коммуникативной культуры организации,

- выявлены факторы, с учетом которых возможно целенаправленное формирование и развитие коммуникативной культуры организации,

- выявлено состояние информационного обеспечения деятельности организаций как основы повышения ее коммуникативной культуры,

- дана характеристика служебного взаимопонимания сотрудников и его факторов,

- выделены и систематизированы коммуникативные барьеры организации как факторы, препятствующие повышению коммуникативной культуры организации,

- определены пути и разработаны практические рекомендации повышения коммуникативной культуры организации

Основные положения, выносимые на защиту:

1 Коммуникативная культура определяется как комплекс мер по закреплению и воспроизведству организационных коммуникаций посредством генерализации их одобряемых форм и результатов. Переменными коммуникативной культуры организации как объекта социологического исследования являются структурные, динамические, типологические, функциональные и факторные

2 В коммуникативной культуре организации могут быть выделены информационный, перцептивный, интерактивный, эмоциональный и процессуальный уровни, для каждого из которых соответственно разработаны информационные, перцептивные, интерактивные, эмоциональные и процессуальные

3 Состояние и развитие коммуникативной культуры организации зависят от следующих групп факторов личностных, гендерных, социально-психологических, информационных, управлеченческих, социоэкологических, социокультурных и ситуационных.

4. Эмпирический анализ уровня информационного обеспечения

деятельности организации выявил, что показатели чувствительности и оценки качества служебной информации в целом зависят от ее размера и не зависят от профиля деятельности организации

5 Повышение коммуникативной культуры организации требует диагностики и преодоления коммуникативных барьеров посредством использования социокоммуникативных технологий

Научно-практическая значимость диссертационной работы состоит в том, что ее результаты могут быть использованы при разработке и осуществлении целевых программ повышения коммуникативной культуры в организации, а разработанный инструментарий социологического анализа позволит расширить возможности исследователя, работающего в соответствующем проблемном поле

Материалы диссертации используются при разработке учебных курсов для студентов вузов по социологии коммуникации, социологии организации и др, а также в системе повышения квалификации

Апробация исследования Основные положения диссертации обсуждены на кафедре социологии Белгородского государственного технологического университета им В Г Шухова, на кафедре социальной и педагогической информатики РГСУ, на междунар научно-практ конференциях «Коммуникация в современном мире проблемы, перспективы, состояние» (русско-польский симпозиум, Белгород, 2001), «Информация-коммуникация–общество» (Санкт-Петербург, 2001), «Диагностика и прогнозирование социальных процессов» (Белгород, 2005), «Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений» (Минск, 2006)

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих семь параграфов, заключения, списка литературы и приложений

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, определяются проблема исследования, его объект и предмет, цель и задачи, степень научной разработанности проблемы исследования, указываются теоретико-методологические основы и эмпирическая база, а также раскрываются научная новизна и научно-практическое значение

исследования.

В первой главе – «**Коммуникативная культура организации как объект социологического исследования**» – раскрываются возможность и особенности социологического изучения коммуникативной культуры организации. Выделяются ее основные признаки, обосновываются критерии, рассматриваются факторы, влияющие на ее формирование и развитие. Подробно рассматриваются понятия «коммуникативное» и «коммуникационное».

В первом параграфе «**Содержание коммуникативной культуры организации**» рассматриваются основные теоретико-методологические подходы к изучению коммуникативных процессов в организациях.

Особо важно для понимания сущности организации с позиции действия закона синергии то, что организация обладает некоторыми качествами, в полной мере не свойственными ни одному из ее составляющих в отдельности. В этом основном качественном эффекте объединения и заключается наиболее важная для понимания и использования цель или миссия организации как системы, которые выражают основной эффект организации, ее результирующую сторону в виде комплекса наиболее существенных характеристик, определяющих важные проявления ее сущности, в том числе коммуникативной культуры организации.

Дается определение коммуникативной культуры организации. Коммуникативная культура организации выступает комплексом мер по закреплению и воспроизведству организационной коммуникации посредством генерализации ее форм и результатов, т.е. закрепления отдельных форм (проявлений) организационной коммуникации и коммуникативного поведения в виде определенного эталона. Коммуникативная культура организации включает совокупность (систему) ценностей, норм, правил и санкций, регулирующих коммуникативные процессы в организации и организационное поведение сотрудников.

В работе выделяются и рассматриваются переменные коммуникативных процессов, выступающие «точками приложения» действий, направленных на повышение коммуникативной культуры организации: структурные, динамические, типологические, функциональные и факторные.

Особое внимание уделяется рассмотрению структурных и

типологических переменных, описываются знаки, посредством которых осуществляется коммуникация, классифицируются и рассматриваются коммуникативные потоки по направлениям движения вертикальные сверху вниз, вертикальные снизу вверх, горизонтальные, латеральные (во всех направлениях), маркетинговые и внешние коммуникации – PR, по выполняемым функциям (формальные и неформальные)

В диссертационной работе выделяются такие формы коммуникации в организации, как открытая и ограниченная, непосредственная и опосредованная, управляемая и неуправляемая, формальная и неформальная. Предложена и классификация по особенностям содержания директивные, контрольные, оценочные и аналитические. Выделяется также непосредственный информационный поток и результат его воздействия, существующий в виде общих представлений, норм и правил поведения, формирующихся вследствие обмена мнениями и в значительной степени определяющих характер взаимодействия в группе.

Делается вывод о том, что существующая упорядоченность внутри- и внеорганизационных коммуникаций позволяет проводить исследование уровней и критериев коммуникативной культуры организации

Во втором параграфе первой главы – «Уровни и критерии коммуникативной культуры организации» – раскрываются критерии коммуникативной культуры организации

Анализируются уровни коммуникативной культуры организации, выделенные по выполняемым ею функциям информационный (обмен информацией между участниками коммуникативного взаимодействия), перцептивный (восприятие и взаимопонимание участников коммуникативного взаимодействия), интерактивный (влияние, оказываемое участниками коммуникативного взаимодействия), эмоциональный (обмен эмоциями между участниками коммуникативного взаимодействия); процессуальный (передача сообщений между участниками коммуникативного взаимодействия). Для каждого из них выделен и обоснован ряд критериев

Информационный – достаточность, достоверность, новизна информации, полнота, своевременность, надежность, непротиворечивость и полезность информации

Перцептивный личностная идентификация, рефлексия,

самокритичность, ориентация на адресата, готовность к непониманию, контроль невербальных сигналов

Интерактивный трансгрессивность умеренная суггестивность, уровень убеждающего воздействия, подражательный потенциал организации, подражательная активность, личный пример руководителей, уровень компаративных отношений, уровень состязательных отношений

Эмоциональный регламентирование, лимитирование экспрессии, эмоциональная восприимчивость, эмпатия, эмоциональная адекватность, коммуникабельность, интеграция, толерантность

Процессуальный активный и конструктивный прием информации, активное и конструктивное слушание, состояние обратной связи, оперативность информационных потоков, сочетание формальной и неформальной информации, сочетание вербальных и невербальных сообщений

В третьем параграфе первой главы «**Факторы коммуникативной культуры организации**» – выделяются и рассматриваются факторы, влияющие на формирование и развитие коммуникативной культуры организации личностные, гендерные, социально-психологические, информационные, управленческие, социоэкологические, социокультурные и ситуационные

Взаимосвязь черт личности и успешной коммуникации проявляется в том, что черты личности, имеющие существенное значение в контексте данной культуры, положительно коррелируют с коммуникативной эффективностью, моральным климатом и сплоченностью. К этим чертам относятся, прежде всего, общительность, уверенность в себе и независимость

Делаются следующие выводы относительно гендерных факторов, влияющих на коммуникативную культуру. Во-первых, у представителей разных полов свой коммуникативный «мир» женщины и мужчины склонны к различным образцам общения. Во-вторых, для женщин характеристики, в которых проявляется отношение человека к другим людям, субъективно более значимы и по шкале ценностей занимают более высокое место, чем у мужчин. Для мужчин относительно более значимы объекты, связанные с их работой

Довольно разнородна по характеру и воздействию на

коммуникативную культуру группы социально-психологических факторов, в которой выделены размер группы, неоднородность группы, коммуникативное давление, психологическая дистанция, социальные ожидания

Влияние на коммуникативную культуру организаций (отдельных ее членов и групп) таково оно является различным для разных индивидов и социально-демографических групп, как с точки зрения формы, так и с точки зрения времени восприятия сообщений, от схожести тезаурусов. Если принять во внимание информативность сообщений, передаваемых по каналам коммуникации, то исследования показывают ее сложную структуру, которая бывает различной по своей сути, по времени восприятия, для разных людей и социально-демографических групп. Многое зависит при этом от сходства или различия тезаурусов самого сообщения и его получателя (реципиента), т.е. кодировки и декодирования сообщения. Влияние информационного фактора на коммуникативную культуру организаций таково от формы, времени передачи, сходства тезаурусов

Действие управлеченческих факторов связано, прежде всего, с типом руководителя, стилем руководства. При этом различают две группы руководителей ориентированных на требования вышестоящих уровней организации и ориентированных на управляемую группу (подчиненных). Второй тип характеризуется большей точностью перцепции и более сильным ее влиянием на эффективность деятельности. Выделяются следующие особенности восприятия руководителем подчиненных: перенесение общего впечатления о подчиненном на оценку его отдельных характеристик – как деловых, так и личностных («эффект генерализации»), завышение оценок подчиненных, которые поддерживают руководителя, завышение оценок подчиненных, которые высказывают сходные с руководителем мнения, занижение оценок подчиненных, которые не поддерживают руководителя и высказывают противоречащие его мнению суждения, блокирование руководителем информации, поступающей от лиц, получивших с его стороны негативную оценку.

Социоэкологические факторы (факторы социальной среды) также оказывают заметное влияние на коммуникативную культуру организации. В эту группу факторов включаются психологический комфорт, эмоциональные состояния участников общения. Эмоциональная среда играет большую роль

при создании благоприятного социально-психологического климата в организации

Активно исследуются социокультурные факторы, влияющие на уровень коммуникативной культуры организации. Особенность межличностной коммуникации связана с воспроизведяющимся в российском обществе иерархическим неравенством партнеров, действующих лиц. Любое социальное взаимодействие имеет вектором зависимость, давление, обязанности, принудительность, воплощаясь в соответствующих отношениях Правилами, устанавливающими и регулирующими порядок отношений между участниками взаимодействия, оказываются правила игры во власть-подчинение.

Вторая глава диссертации – «Социологическая оценка состояния коммуникативной культуры организации» – посвящена эмпирическому анализу коммуникативной культуры организаций, различающихся по размерам и сферам деятельности

Эмпирическое исследование посвящено анализу основных уровней коммуникативной культуры – информационного и перцептивного

Уровни	Критерии	Показатели
Информационный	<ul style="list-style-type: none">- достаточность информации,- достоверность информации,- новизна информации,- полнота информации,- своевременность информации,- надежность информации,- непротиворечивость информации,- потенциность информации	<ul style="list-style-type: none">1 качество служебной информации необходимость (потенциальность) информации, ее достаточность, достоверность и своевременность,2 удовлетворенность качеством служебной информации,3 уровень информационного обеспечения,4 уровень общей служебной информированности персонала,5 степень исправности информационных каналов6 качество информационное обеспечение деятельности организации по критерию достаточности информации для выполнения служебных заданий и текущего планирования работы сотрудников7 отсутствие перебоев, анализ причин, их порождающих,8 общая информированность об организации, ее финансово-экономическом положении, перспективах развития
Перцептивный	<ul style="list-style-type: none">- тиличностная	<ul style="list-style-type: none">1 способность к адекватному восприятию и

	идентификация, - рефлексия, - самокритичность, - ориентация на адресата, - готовность к непониманию, контроль неверbalных сигналов	2 пониманию необходимой информации, понимание стимулов и мотивов поведения руководителей и коллег, 3 причины неадекватного понимания и восприятия 4 установка к источнику информации, 5 адекватность восприятия
--	---	---

В первом параграфе второй главы – «**Информационное обеспечение как основа повышения коммуникативной культуры организации**» – представлены результаты анализа информационного обеспечения деятельности организации, коммуникативных «фильтров», через которые проходит информация

Как свидетельствуют данные исследования, руководители всех обследованных организаций и их структурных подразделений проявляют высокую чувствительность к качеству служебной информации. Что касается сотрудников организаций, то обнаруживается такая зависимость: чем меньше по размеру организация, тем выше показатель чувствительности ее персонала к качеству служебной информации. Причем, профиль деятельности организации – производственный, коммерческий или учебно-образовательный – не влияет на чувствительность ее персонала к качеству служебной информации. В оценках служебной информации со стороны персонала организаций проявляются такие зависимости: Качество служебной информации оценивается несколько выше в организациях производственного, нежели коммерческого профиля, а также в крупных, нежели в средних и малых организациях.

В диссертации рассматриваются фильтры, через которые проходит информация в процессе коммуникации

- физический фильтр, т.е. фильтр принятия информации, связанный с тем или иным каналом ее передачи и возможными при этом искажениями,
- семантический фильтр, т.е. фильтр интерпретации информации, связанный с ее «пониманием-недопониманием-непониманием»,
- аксиологический фильтр, т.е. фильтр оценки информации, связанный с адекватной/неадекватной оценкой ее ценности,

– прагматический фильтр, т.е. фильтр использования информации, связанный с искаженным/неискаженным ее применением

В диссертации представлены данные мониторинга этих «фильтров» и причин, их порождающих. Отмечается, что степень влияния возникающих в процессе передачи информации фильтров отличается в разных организациях. Руководители и сотрудники организаций по-разному оценивают сравнительную роль отдельных причин, что мешает ослаблению их действия и, в конечном счете, повышению коммуникативной культуры организации.

Во втором параграфе второй главы – «Служебное взаимопонимание сотрудников как элемент коммуникативной культуры организации» рассматривается служебный компонент организационного взаимопонимания – служебное взаимопонимание сотрудников. В структуре организационного взаимопонимания в целом автором выделяются четыре компонента: служебный, целевой, мотивационный и эмоциональный.

В работе делаются следующие выводы: во-первых, сотрудники организаций сравнительно лучше понимают побуждения и действия товарищ по работе, нежели непосредственных руководителей. Во-вторых, показатель понимания побуждений и действий сотрудников (сослуживцев) сравнительно выше в производственных организациях, нежели в коммерческих. В-третьих, размер организации существенно не влияет на уровень взаимопонимания ее сотрудников, скорее – производственный профиль деятельности. Полученные данные свидетельствуют о заметных различиях в служебном взаимопонимании в разрезе его направленности – вертикальной и горизонтальной.

При сопоставлении ответов руководителей и сотрудников организаций обращают также на себя внимание значительные расхождения в оценках, мешающих служебному взаимопониманию, а также сравнительно широкий спектр причин, указываемых сотрудниками организаций, и довольно ограниченный, используемый руководителями.

При анализе взаимопонимания в организации по вертикали, учитывалось и то, как руководители понимают своих подчиненных, и как подчиненные понимают своих руководителей (распоряжения, инструкции, мнения и оценки, предложения, рекомендации), автор делает вывод, что сотрудники обследованных организаций достаточно правильно понимают

сотрудники обследованных организаций достаточно правильно понимают распоряжения, мнения и оценки своих руководителей и исходящую от них информацию. Практически во всех организациях проявляется такая зависимость: чем более строги по форме формулировки информационных сообщений, тем меньше расхождений в интерпретации и оценке их адекватности.

В данной главе дается также описание распространенных причин, мешающих адекватному пониманию информации, исходящей от руководителей: форма изложения информации, недостаточность и неопределенность информации. Немаловажную роль играют также негативные и излишне формальные отношения в коллективе.

В третьей главе – «Методы и направления повышения коммуникативной культуры организации» – выявляются коммуникативные барьеры как источники ухудшения коммуникативного взаимодействия, а также условия и пути повышения коммуникативной культуры организации.

В первом параграфе третьей главы «Коммуникативные барьеры как факторы, препятствующие повышению коммуникативной культуры организации» автором раскрывается сущность такого явления, как «коммуникативные барьеры», дается сравнительный анализ известных классификаций коммуникативных барьеров (МХ Мескон, Ф Хедоури и М Альберт, АП Панфилова, АВ Соколов, Э Роджерс и Р Агарвала-Рождерс, Дж Ньюстром, НС Данакин, АВ Карпов, ФИ Шарков), на базе которых в диссертации выделены и рассмотрены пять групп коммуникативных барьеров. Перцептивно-интерпретационные, семантические, инструментальные, эмоциональные, процессуальные.

Перцептивно-интерпретационные барьеры, обусловленные социальным восприятием, связаны с такими механизмами социальной перцепции, как физиognомическая редукция, социальная категоризация, стереотипизация, групповая идентификация, межгрупповая дискриминация и каузальная атрибуция.

К семантическим барьерам относятся: плохо сформулированное сообщение, различия в интерпретации символов. Такие барьеры возникают на базе ограничений используемых в коммуникациях символов (слов, рисунков и действий, несущих в себе определенные значения).

Следовательно, допускают возможность неоднозначного понимания содержания говорящим и слушающим, что усиливается при различиях в их установках, целях, статусе, а также зависит от общего контекста коммуникаций. Разновидностью семантических барьеров (помех) выступают *фальсификационные ошибки*.

К инструментальным барьерам коммуникативного взаимодействия в организации, относятся, прежде всего, невербальные препятствия, режимные барьеры и физические барьеры.

Невербальные препятствия играют значимую роль во взаимодействии сотрудников. Их многозначность обуславливает различия в их интерпретации, ведет к ошибкам коммуникации. Поскольку вербальные и невербальные средства используются, как правило, совместно, то неправильная интерпретация невербальных знаков может приводить к ошибкам в понимании словесных сообщений.

Режимные барьеры создаются, как правило, специально для сохранения конфиденциальности информации. Неразглашение же информации ведет в свою очередь к возникновению новых режимных барьеров.

Физические барьеры Физические барьеры представляют собой коммуникативные помехи, возникающие в материальной среде коммуникаций (неожиданный отвлекающий шум, который временно заглушает голос, передающий сообщение, расстояния между людьми, стены или статические помехи, возникающие во время приема радиопередач и т.д.)

Значительное влияние на успешность коммуникативного взаимодействия оказывает *эмоциональный эффект*. В рамках организации проявление эмоций зависит не только от генетического и ранее приобретенного опыта, но и от ряда социальных аспектов условий, социальной роли, роли личности в коммуникационной сети организации, стиля поведения, норм и традиций, принятых в организации. С эмоциональным фактором коммуникативного взаимодействия связаны непосредственно барьеры *преждевременной оценки* и *эмоциональной несовместимости*. В ходе рассмотрения эмоциональных барьеров коммуникативного взаимодействия, автором обращается внимание также и на феномены эмоциональной ригидности и толерантности. В числе

процессуальных барьеров отмечается чаще всего *неумение слушать*, т.е. невыполнение правила активного слушания

В диссертации отмечается, что сам факт наличия многочисленных барьеров, препятствующих качественной коммуникации в организации, вызывает и актуализирует задачу *совершенствования коммуникативных процессов*

Во втором параграфе третьей главы – «**Условия и пути повышения коммуникативной культуры организации**» – рассмотрены условия и пути повышения коммуникативной культуры современной организации

Повышение коммуникативной культуры организации может быть проведено при наличии следующих условий определенной степени сложности объекта, известности элементов его структуры, особенностей их строения и закономерностей функционирования, способности субъекта управления формировать реальные процессы и представить их в виде показателей и процедур, создать инновационную среду для воспроизведения операций и обеспечить необходимый уровень управления. Автор выделяет в структуре повышения коммуникативной культуры организации нормативный, инструментальный/процедурный и критериальный компоненты

Совершенствование коммуникативных процессов возможно благодаря учету закономерностей коммуникационных процессов. Анализ научных источников по информационному взаимодействию позволяет автору выделить и сформулировать законы пропорциональных потерь и двустороннего барьера, а также законы авторитета, установки, социальной дистанции, массы. Знание закономерностей коммуникационных процессов является основой формирования принципов коммуникативного действия и взаимодействия. В теории управления сформулированы три наиболее общих принципа эффективной коммуникации: принцип ясности, принцип целостности и принцип стратегического использования неформальной коммуникации

Задача совершенствования формальных коммуникаций заключается в организации информационной сети, обеспечивающей двустороннюю связь участников коммуникации с минимальными искажениями. Это возможно при реализации принципов эффективных коммуникаций Ч. Барнарда

Повышение уровня информационного обеспечения возможно за счет

использования современных информационных технологий, позволяющих решать задачи доставки, управления, хранения, анализа и представления информации

В параграфе обосновываются и рассматриваются также инструментальные (фильтрация информации, установление очередности сообщений, регулирование потоков информации, уменьшение избыточности сообщений, их верификация, выпрямление связей), процессуальные (построение коммуникативной сети, использование неформальных каналов, современных информационных технологий, создание коммуникативного пространства), а также социокоммуникативные (гласное управление, исключение коммуникативных перегрузок, стимулирование и интенсификация контактов) методы улучшения коммуникативных процессов как основы повышения коммуникативной культуры организации

Автор делает вывод о целесообразности не ожидать очередного сбоя в коммуникации, а проводить систематическую и всестороннюю оценку ее эффективности в организации. Необходимо выделение и использование трех критериев эффективной коммуникации: адекватности общения по содержанию, по направленности и по интенсивности (объему)

В Заключении подводятся итоги диссертационного исследования, формулируются выводы и практические предложения, определяются направления дальнейших исследований. В частности, предлагается регулирование информационных потоков по скорости, объему, направлению и содержанию с целью избежания потерь и искажений информации, учет при интерпретации верbalных сообщений типичных форм проявления эмоций· мимики, жестов, телодвижений, интонаций речи, налаживание системы обратной связи с целью улучшения информационного обмена, достижения психологической безопасности и эмоционального комфорта, учет особенностей восприятия информации субъектами коммуникативной деятельности

По мнению автора, необходимо развивать социологию коммуникаций, включающую структурные элементы смежных дисциплин и их взаимодействие. Одним из перспективных направлений исследований является изучение процессуального аспекта коммуникативной культуры организации. Целесообразно дальнейшее изучение действия семантических,

прагматических и аксиологических фильтров в процессе передачи информации с целью выявления возможностей ослабления их действия при создании структурированного и эффективно действующего коммуникативного пространства организации.

По теме диссертационного исследования автором опубликованы следующие работы общим объем 5,65 п л

- 1 Коротицкая, М В Особенности обратной связи в организационной коммуникации / М В Коротицкая // Сб. научн трудов «Социальная коммуникация в современных условиях состояние, проблемы, перспективы». – Мат междунар российско-польского симпозиума (Белгород, 2000) – Белгород Изд-во БелГУ – 2000 – Ч 2 – 0,1 п л
- 2 Коротицкая, М В. Организационная коммуникация в синергетическом аспекте / М В Коротицкая // Сб науч трудов «Синергетика в современном мире» – Белгород Изд-во БелГТАСМ – № 2 – 2001. – 0,1 п л
- 3 Коротицкая, М В К вопросу об организации информационного пространства (тезисы) / М В. Коротицкая // Мат междунар науч конф "Информация – коммуникация – общество" (С-Петербург, 2001) – СПб – 2001 – 0,1 п л
- 4 Коротицкая, М В. Многокритериальная модель коммуникативной культуры / М В Коротицкая // Мат науч конф "Современная социально-философская культура проблема рационального и внеационального" (Белгород, 2002) – Белгород Изд-во БелГУ – 2002 – 0,2 п л
- 5 Коротицкая, М В Коммуникативная культура организации как фактор повышения эффективности взаимодействия персонала / М В Коротицкая // Перспективы синергетики в XXI веке – Сб ст междунар науч конф – Белгород БГТУ им В Г Шухова – Т 2 – 2003 – 0,3 п л
- 6 Коротицкая, М В Средства экспрессии в коммуникации / М В Коротицкая // Теоретическая и прикладная социальная технология – Сб науч ст – Белгород Изд центр ООО "Логия", 2003 – Вып 1. – 0,2 п л
- 7 Коротицкая, М.В Эффективность межличностной коммуникации и коммуникационные барьеры / М В Коротицкая // Теоретическая и прикладная социальная технология – Сб науч ст – Белгород Изд центр ООО "Логия", 2003 – Вып 3 – 0,2 п л
- 8 Коротицкая, М В Самопрезентация в контексте межличностной

коммуникации / М В Коротицкая // Теоретическая и прикладная социальная технология – Сб науч ст – Белгород Изд центр ООО "Логия", 2003 – Вып 5 – 0,2 п л

9 Коротицкая, М В Эмоциональный уровень коммуникативной культуры персонала организации / М.В. Коротицкая // Психологическая культура личности: сущность, механизмы, технологии развития – Мат всеросс науч -практ конф (Белгород, 2003) – Белгород: Изд-во БелГУ, 2003 – 0,3 п л

10 Коротицкая, М В Пути и методы повышения коммуникативной культуры государственных и муниципальных служащих / М В Коротицкая // Мат междунар науч -практ конф «Государственное управление и местное самоуправление в реформируемом обществе» (Белгород, 2004) – Белгород Изд-во БелГУ, 2004 – 0,3 п л

11. Коротицкая, М В. Коммуникативная культура организации / М В Коротицкая // Качество жизни населения показатели и пути повышения Сб науч работ – Вып 1 – Белгород Белгородское областное изд-во, 2004 – 0,5 п.л

12. Коротицкая, М В Факторы коммуникативной культуры организации // Качество жизни населения показатели и пути повышения Сб. науч работ – Вып 2 – Белгород Белгородское областное изд-во, 2004 – 0,5 п л

13 Коротицкая, М В Роль релевантной информации в организации коммуникативного пространства / М В Коротицкая // Духовное возрождение Сб науч и науч -практ трудов – Вып XVIII – Белгород Изд-во БГТУ, 2004 – 0,3 п л

14. Коротицкая, М.В Концептуальные подходы к исследованию межличностной коммуникации / М В Коротицкая // Социокультурная динамика региона Сб науч трудов IV межрегион научн -практ конф. (Белгород,2004). – Белгород Изд-во БелГИК, 2004 – 0,5 п л

15 Коротицкая, М В Коммуникативная культура организации понятие и подходы к изучению / М В Коротицкая // Диагностика и прогнозирование социальных процессов Мат междунар науч -практ конф (Белгород, 2004) – Т 1 – Белгород Изд-во БелГТУ, 2005 – 0,4 п л.

16 Коротицкая, М В Использование современных информационных технологий как условие информационной оптимизации деятельности организации / М В Коротицкая // Коммуникативные технологии в системе современных экономических отношений Мат междунар науч -практ конф

(Минск, 2006) – Минск БГЭУ, 2006 – 0,1 п л

17 Коротицкая, М В Диагностика коммуникативных барьеров в организации / М В Коротицкая // Теоретическая и прикладная социальная технология Сб науч ст – Вып 8 – Белгород Изд-во «Планета-Полиграф», 2006. – 0,6 п л,

18 Коротицкая, М.В Технология оптимизации коммуникативных процессов в организации инструментальный аспект / М В Коротицкая // Теоретическая и прикладная социальная технология Сб науч ст – Вып 9 – Белгород Изд-во «Планета-Полиграф», 2006 – 0,6 п л

19 Коротицкая, М В Неформальная коммуникация в организациях / М В Коротицкая // Социокультурная динамика региона Сб науч трудов участников VI межрегиональн. науч.-практ конф (Белгород, 2006) – Белгород: БГИКИ, 2006 – 0,3 п л

20 Коротицкая, М В Социологический анализ информационных фильтров в организации / М В Коротицкая // Вестник БУПК – 2006 – № 4 (19) – 0,3 п л

21. Коротицкая, М В Социологическая оценка качества служебной информации в организации / М В Коротицкая // Ученые записки РГСУ – 2007. – № 3 – 0,25 п л