

ДЕЛОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ФАКТОР ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Н.Ю. Буряк, канд. культурологии, доцент
Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-6-3-127-131

Аннотация. В данной статье исследованы вопросы деловых коммуникаций как управленческой функции, а именно рассматриваются вопросы эффективности публичного управления на общенациональном, региональном, местном уровнях. Актуальность статьи заключается в том, что сегодня эффективность публичного управления в значительной степени зависит от овладения всеми чиновниками, руководителями и народными избранниками действенными формами и методами управления человеческими ресурсами, что предполагает тщательное исследование деловых коммуникаций в публичном управлении. Делается попытка доказать, что деловая коммуникация приобретает в наши дни значимость одного из важнейших видов управленческой деятельности.

Ключевые слова: коммуникация, публичное управление, деловые коммуникации, диалогическая речь, управление, управленец, информация, культура коммуникативной деятельности.

Актуальность исследования: Процесс модернизации, реформ, перехода в управленческой деятельности к современным стандартам актуализирует необходимость преобразования публичной службы России в сервисную службу, которая прежде всего обеспечивает потребности и интересы граждан, стоит на страже общеевропейских принципов демократии по соблюдению верховенства права и прав человека. В этом контексте неотложным приоритетом предстает ныне формирование новой, современной культуры публичной службы.

Практическая значимость данной статьи заключается в том, чтобы исследовать вопросы эффективности публичного управления. Полученные данные могут быть полезны для оценки эффективности деятельности органов власти и госаппарата.

Современный управленец – это высококвалифицированный профессионал, сочетающий эрудицию со знанием конкретной деятельности, умеющий наладить взаимопонимание и взаимодействие с общественностью, конкретной социальной группой, отдельными людьми, т.е. обладающий высокой культурой коммуникативной деятельности.

Эффективная деловая коммуникация – это то, как сотрудники и руководство взаимодействуют для достижения организационных целей. Ее цель – улучшить организационную практику и уменьшить количество ошибок.

Как известно, коммуникация (лат. communicatio, от communico – «делаю общим, связываю, общаюсь») – общение, обмен мыслями, сведениями, идеями – предполагает обмен информацией между двумя или более сторонами, в отличие от информирования, где поток информации однонаправленный.

Система общения существенно влияет на климат в коллективе, делая его теплым и доброжелательным, или же холодным и равнодушным. Понятно, что от координации информационного, коммуникативного взаимодействия зависят не только результаты профессиональной деятельности, но и удовлетворение потребностей и интересов сотрудников [2, с. 59].

Общеизвестно, что управленец – это профессионал, который, умея общаться с другими, максимально использует деловое общение на пользу делу. Именно поэтому управленческое общение целесообразно понимать как такое взаимодействие руководителя с людьми, в процессе которого

он информирует сам, получает информацию от других, корректирует действия подчиненных, оценивает не только их работу, но и профессионально значимые качества личности.

Видами делового общения, определяющими «качество» этой межличностной коммуникативной деятельности, признаны следующие: устное и письменное общение, язык жестов. Несомненно, что все они важны, однако, все же, для представителя публичной власти важнейшими выступают навыки непосредственного межличностного общения, поскольку, как справедливо отмечает Торнтон, основную проблему руководителей можно выразить одним лишь словом – коммуникации.

В любом коллективе существует два основных пути распространения формальной информации, а именно: вертикальный (вверх / вниз по иерархическим уровням) и горизонтальный (между сотрудниками одного уровня). Причем эффективность общения по этим направлениям разная. Так, по данным исследований, эффективность общений на горизонтальном уровне профессиональных отношений достигает 90%.

Такая высокая эффективность объясняется, очевидно, тем, что сотрудники одного уровня управления хорошо понимают своих коллег, знают их проблемы, а значит способны максимально эффективно и результативно использовать потенциал делового общения.

Общение, происходящее по вертикали иерархических отношений, менее эффективно. Объяснение этому можно найти в статусных различиях, оказывающих значительное фильтрационное влияние на общение как снизу вверх, так и сверху вниз. Вспомним историю Халифа Аль-Рашида, который переделся бедняком и пошел в народ, чтобы узнать о его истинных мыслях. Он-типичный пример изоляции вышестоящего руководителя.

Деловые коммуникации – это процесс обмена информацией между людьми внутри компании и за ее пределами.

Присущая человеку способность к общению, то есть к восприятию своим внутренним миром «внешних» для нее ценностей других «Я», с которыми она общает-

ся, и готовность к перестройке своей собственной субъективности, вызванной коммуникативными процессами, называется открытостью личности.

Отсутствие же такой способности к общению, то есть сосредоточенность человека исключительно на внутренних ценностях и проблемах собственного жизненного пространства соответственно называется замкнутостью личности. Открытость / замкнутость личности дополняется еще одной характеристикой субъекта речи – диалогичностью.

Эта характеристика привносит в готовность к общению, учитывая существенные смысловые и культурно-речевые нюансы. Диалогичность можно определить, как способность адресанта, то есть отправителя сообщения, воспринимать и учитывать правомерность и внутреннюю обоснованность не только собственного мнения, но и других способов рассуждения, которые воплощаются в высказываниях адресата (получателя сообщения).

Именно через эту диалогическую речь (от гр. *dialogos* – «беседа, разговор двух») выступает его форма, которая состоит из обмена высказываниями – репликами. На их языковой состав влияет непосредственное восприятие адресатом адресанта. Именно оно и активизирует роль адресата в речевой деятельности адресанта.

Прозрачный поток информации является очевидной главной целью процесса делового общения. Но каковы некоторые более глубокие проблемы, которые решает успешное деловое общение?

Давайте сначала выделим основные типы коммуникаций в типичной организации. Во-первых, у нас есть внутреннее деловое общение.

Внутренняя деловая коммуникация может быть:

1. Восходящая коммуникация: любая коммуникация, исходящая от подчиненного руководителя. Или от другого человека, стоящего выше по организационной иерархии.

2. Нисходящая коммуникация/управленческая коммуникация: все, что исходит от начальника к подчиненному.

3. Двусторонняя коммуникация/техническая коммуникация: внутренняя или межведомственная коммуникация между коллегами. Затем идет внешняя деловая коммуникация [1, с. 308].

Внешняя деловая коммуникация – это любое сообщение, которое покидает ваш

офис и внутренний персонал. Это включает в себя взаимодействие с клиентами, поставщиками или с чем-либо, что влияет на ваш бренд. Можно разделить все коммуникации в этом спектре на четыре типа делового общения (табл. 1).

Таблица 1. Внешние деловые коммуникации

Название	Поставленные цели
Получение инструкций и заданий как вверх, так и вниз.	Данный процесс включает в себя эффективное делегирование полномочий от одного лица другому. Большинство проблем в бизнесе начинаются с неясных коммуникаций в этой области.
Обмен и обсуждение информации, включая обмен информацией, которая происходит на совещаниях.	Когда связь в этой области нарушается, это приводит к тому, что задачи выполняются неправильно или вообще не выполняются.
Давать обратную связь, корректировать и дисциплинировать людей, которые отчитываются перед вами	Необходимо, чтобы у людей были знания и инструменты, необходимые им для лучшего выполнения своей работы.
Предоставление отличной, действенной обратной связи	Ключевой навык для любого, кто занимает руководящую должность. Невербальная коммуникация и язык тела, также играют здесь определенную роль.

Также стоит выделить различные типы коммуникации (рис. 1)

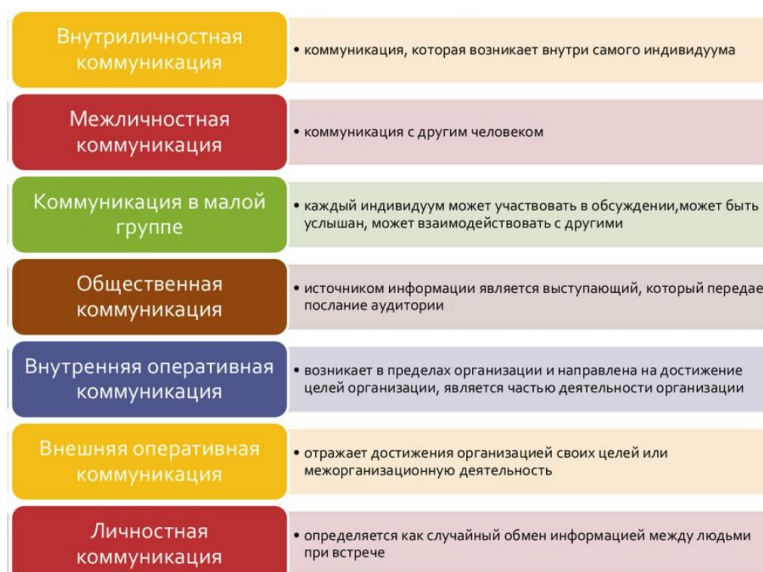


Рис. 1. Типы коммуникации

Исследование общения по вертикали показали, что лишь 20-25% информации, которая исходит от руководителя, достигает уровня служащих-исполнителей и правильно ими понимается. Даже трудно поверить, хотя исследования подтверждают эту информацию, что служащие способны эффективно выполнять работу, реально владея лишь 20-25% предназначенной для них информации. Иначе говоря, в четырех из пяти случаев информация до них просто

не доходит или же, доходя, значительно искажается. При этом руководитель среднего звена управления, исходя из кабинета вышестоящего руководителя, выносит, как правило, не более чем 30-40 % информации.

Обратный поток информации – от подчиненных к руководителю – еще менее эффективен, поскольку начальником воспринимается лишь 10% информации. Этот факт можно объяснить несколькими при-

чинами. Общение снизу вверх, во-первых, затрудняется из-за желания подчиненных снискать расположение руководителя, а потому сообщают скорее приятную ему информацию, а неприятную – проблемы и ошибки нет. Замалчивая ее, сотрудники не хотят привлекать к себе внимания руководства и боятся показаться в его глазах бессильными в решении сложных вопросов. Поэтому состояние дел в коллективе видится начальству благополучнее, чем есть на самом деле.

По большей части информация направляется снизу-вверх, воспринимается не так внимательно и серьезно, как та, что спускается вниз. Главная причина такого игнорирования заключается в психологической незрелости представителей руководящего звена. Испытывая безграничное утешение от своего статуса, являющегося источником немалого самодовольства, они считают своим правом не слушать других, а особенно подчиненных. Вследствие этого информацию, поступающую снизу, они рассматривают, сознательно ли и подсознательно, как вызов своему должностному статусу и своей «абсолютной правоте во всем» [4, с.211].

Виновны в искажении информации именно руководители высшего звена управления, поскольку они часто придерживаются ошибочного мнения, якобы служащим-исполнителям, и даже управленцам низшего и среднего уровня не обязательно знать о положении дел коллектива в целом.

Они уверены в том, что подчиненные обязаны лишь выполнять работу, не ставя лишних вопросов. Исследования свидетельствуют, однако, об обратном, ведь такую общую осведомленность публичные служащие ставят на второе или третье место в списке десяти важнейших моральных факторов, влияющих на качество выполняемой ими работы. В то же время, как правило, такой осведомленности сами руководители отводят последнее место в перечне факторов, определяющих моральное состояние работников.

Те управленцы, которые оперативно информируют сотрудников о текущих и стратегических целях организации и о том,

каким образом вклад каждого из них будет способствовать их достижению, скорее всего будут наименее склонны к «парализующему эгоизму», который вызывается узким пониманием руководителем своих коммуникативных функций.

Само собой разумеется, что деловое общение по вертикали должно осуществляться как сверху вниз, так и снизу вверх. При этом оно должно происходить с как можно большим количеством контактов-разветвлений на горизонтальном уровне коммуникации и базироваться на четких, однозначных высказываниях и адекватной реакции на них.

Специалист по обмену информацией профессор Ф. Льюис справедливо отмечает: «Обратная связь – это опорная реакция на услышанное или увиденное; информация (в вербальном или невербальном оформлении) отсылается назад отправителю, свидетельствуя о мере понимания, доверия к сообщению, согласования с ним. Эффективный обмен информацией должен быть двусторонне направленным: обратная связь необходима, чтобы понять, насколько сообщение было воспринято. Руководитель, который не наладит обратную связь для получателя информации, обнаружит, что эффективность его управленческих действий резко снижена. Аналогичным образом, если обратная связь с работниками заблокирована, руководитель окажется изолированным или его будут обманывать».

Обратная связь может способствовать значительному повышению эффективности обмена управленческой информацией. По сравнению с односторонним, двусторонний обмен информацией проходит медленнее, но тем не менее эффективнее снимает напряжение в коллективе, более точен и повышает уверенность в правильности интерпретации сообщений. Обмен информацией между участниками коммуникативных отношений можно улучшить, создав системы обратной связи, регулируя информационные потоки, внедряя управленческие действия для формирования различных ветвей информационного обмена, развертывая системы сбора предложений, печатая материалы информацион-

ного характера для использования внутри субъекта или объекта таких отношений, применяя современные информационные технологии.

Таким образом, деловая коммуникация приобретает в наши дни значимость одного из важнейших видов управленческой деятельности. Имеющиеся различия в стилях такого общения между коллегами,

подчиненными, другими людьми становятся причиной недоразумений, конфликтов, разочарований и упущенных возможностей. Поэтому каждому руководителю, публичному служащему и представителю местного самоуправления стоит помнить, что главная цель делового общения заключается в достижении взаимопонимания.

Библиографический список

1. Выборнов П.П. Роль деловых коммуникаций в государственном управлении // Молодые ученые. – 2015. – №6. – С. 308-310.
2. Пивоваров А.М. Деловые коммуникации: социально-психологические аспекты: Учебное пособие. – М.: Риор, 2019. – 128 с.
3. Полякова Р.И., Баландина Л.А., Малюгина Н.М. Актуальность дисциплины «Основы деловой и публичной коммуникации» для специалистов в сфере государственного управления // Самоуправление. – 2020. – Т. 2. №1 (118). – С. 326-328
4. Филимянова М.Г., Янченко Д.Р., Куликова Е.А. Управление деловыми коммуникациями в государственном управлении на современном этапе // В сборнике: Молодежь в современной экономической науке. Материалы V Всероссийской научно-практической заочной конференции. – 2017. – С. 211-212.

BUSINESS COMMUNICATION AS AN EFFECTIVE FACTOR IN PUBLIC ADMINISTRATION

N.Yu. Buryak, *Candidate of Cultural Studies, Associate Professor*
Academy of Marketing and Social Information Technologies – IMSIT
 (Russia, Krasnodar)

Abstract. *This article examines the issues of business communications as a managerial function, namely, the issues of the effectiveness of public administration at the national, regional, and local levels. The relevance of the article lies in the fact that today the effectiveness of public administration largely depends on the mastery of effective forms and methods of human resource management by all officials, leaders and people's deputies, which implies a thorough study of business communications in public administration. An attempt is made to prove that business communication is acquiring the importance of one of the most important types of managerial activity nowadays.*

Keywords: *communication, public administration, business communications, dialogic speech, management, manager, information, culture of communicative activity.*