

УДК 316.77:005

РОЛЬ ПИСЬМОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Зленко А. М.

Комунікації – це складні процеси, що охоплюють кілька взаємозалежних етапів, кожен з яких є важливим для розуміння адресатом суті надісланого йому повідомлення. Якщо знехтувати певними правилами передавання інформації, її зміст може бути спотворено чи навіть втрачено. Тому слід обирати такий метод комунікації, що сприяв би забезпеченню найефективнішого і найбезпечнішого обміну інформацією в кожній конкретній управлінській ситуації.

Метою публікації є з'ясування ролі письмових комунікацій в процесі управління організацією, дослідження переваг і недоліків різних способів комунікацій.

Письмові комунікації – це записки, листи, звіти, записи тощо. З їх допомогою можна вирішити багато проблем, пов'язаних з усними комунікаціями. Проте письмові комунікації не такі поширені, як може здаватися, хоча і мають деякі переваги. Вони досить достовірні: постійно реєструють взаємні стосунки. Одержувач має змогу уважно прочитати, а потім використати її знову в разі потреби. З огляду на це письмові комунікації прийнятніші, коли йдеться про важливі деталі. Їм також надають перевагу, коли одній або двом сторонам потрібні письмові записи як свідчення того, що насправді відбувалося. У той же час, одна з найбільших вад письмових комунікацій та, що вони уповільнюють зворотний зв'язок та взаємообмін. Недоліком є і час, що витрачається на написання, друк, відправку, отримання, скеровування, прочитання. Якщо ж у листі буде незрозуміла інформація, то можна витратити декілька днів на її з'ясування і уточнення. Усна ж комунікація дає змогу вирішити управлінські завдання за декілька хвилин.

Комунікації пронизують всю діяльність організації і торкаються найрізноманітніших аспектів її функціонування. Важливість вибору того чи іншого різновиду комунікації залежить від конкретної управлінської ситуації.

Ключові слова: усна комунікація, невербальна комунікація, письмова комунікація, інформація, управління, організація.

РОЛЬ ПИСЬМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Зленко А. Н.

Коммуникации – это сложные процессы, охватывающие несколько взаимосвязанных этапов, каждый из которых является важным для понимания адресатом сути посланного ему сообщения. Если пренебречь определенными правилами передачи информации, ее содержание может быть искажено или даже утрачено. Поэтому следует выбирать такой метод коммуникации, что способствовало бы обеспечению эффективного и безопасного обмена информацией в каждой конкретной управленческой ситуации.

Целью публикации является выяснение роли письменных коммуникаций в процессе управления организацией, исследование преимуществ и недостатков различных видов коммуникаций.

Письменные коммуникации – это записки, письма, отчеты, записки и тому подобное. С их помощью можно решить много проблем, связанных с устными коммуникациями. Однако письменные коммуникации не такие распространенные, как может показаться, хотя и имеют некоторые преимущества. Они достаточно достоверны: постоянно регистрируют взаимные отношения. Получатель имеет возможность внимательно прочитать, а затем использовать ее вновь в случае необходимости. Учитывая это письменные коммуникации более приемлемы, когда речь идет о важных деталях. Им также отдают предпочтение, когда одной или двум сторонам нужны письменные записки как свидетельство того, что на самом деле происходило. В то же время, один из крупнейших недостатков письменных коммуникаций есть, то что они замедляют обратную связь и взаимообмен. Недостатком является и время, затрачиваемое на написание, печать, отправку, получение, управление, прочтения. Если же в письме будет непонятная информация, то можно потратить несколько дней на ее выяснения и уточнения. Устная же коммуникация дает возможность решить управленческие задачи за несколько минут.

Коммуникации пронизывают всю деятельность организации и затрагивают разнообразные аспекты ее функционирования. Важность выбора того или иного вида коммуникации зависит от конкретной управленческой ситуации.

Ключевые слова: *устная коммуникация, невербальная коммуникация, письменная коммуникация, информация, управление, организация.*

THE ROLE OF WRITTEN COMMUNICATION IN ORGANIZATION MANAGEMENT

Zlenko A. M.

Communications are complicated processes, that cover several interrelated stages, each of which is important for understanding of addressee the essence of the sent message. If one ignore some rules of submitting of the information, its content may be strained or even lost. So one should choose such method of communication, which can provide the most effective and the safest exchange of information in every management situation.

The aim of the publication is to find out the role of written communication in the process of organization management, to research the advantages and disadvantages of different kinds of communication.

Written communications are notes, letters, reports and others. With their help one can solve many problems, related to spoken communications. However, written communications are not so spread as it may seem, although they have some advantages. They are pretty authentic: notify constantly mutual relations. The receiver can read it attentively and then use it again, if it will be needed. Given this, written communications are more suitable when talking about important details. They are also preferred if one or another side needs written notes as a testimony of what really happened. At the same time, one of the biggest disadvantages of written communications is that, they slow feedback and interchange. The disadvantage is also a time, used for writing, typing, sending, receiving, directing, reading. If the letter contains unclear information, so several days for specification will be needed. Spoken communication allows to solve management tasks in few minutes.

Communications permeate all the organization's activity and affect different aspects of its functioning. The importance of choosing of one of the communication variety depends on specific management situation.

Key words: *spoken communication, nonverbal communication, written communication, information, management, organization.*

Постановка проблеми. Інтерес до проблем комунікації викликаний, насамперед, зміною місця й ролі комунікації й комунікативних технологій у різних сферах суспільного життя. Особливо пильну увагу проблема комунікації привертає в наші дні у зв'язку суперечливими тенденціями розвитку комунікативних процесів в управлінні організацією.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблема, що розглядається знайшла своє відображення у наукових працях вітчизняних вчених: Ф. С. Бацевича, В. М. Манакіна, Г. Г. Почепцова, Р. Шералієвої, О. В. Яшенкової та ін. Аналіз ступеня розробленості проблеми комунікації дозволяє зробити висновок, що, незважаючи на значний інтерес до вивчення феномена комунікації, дотепер відсутня єдина теорія комунікації.

Метою публікації є з'ясування ролі письмових комунікацій у процесі управління організацією, дослідження переваг і недоліків різних способів комунікацій.

Виклад основного матеріалу. Основою комунікацій є інформація. Це найважливіший ресурс, який дає змогу організаціям розвиватися, зміцнювати стратегічні позиції. Комунікація не обмежується простим передаванням. Вона має здійснюватися так, щоб надіслана інформація мотивувала дії того, кому вона адресована. А це можливо за умов, коли обидві сторони впевнені в тому, що рішення і відповідні дії на основі даної інформації змінять ситуацію на краще. Тому інформація повинна бути достовірною, своєчасною, повною і релевантною (тобто прямо чи опосередковано стосуватися об'єкта управління).

Вимоги до інформації неоднакові на різних стадіях процесу управління. Так, при визначенні цілей велике значення мають обсяг інформації, наукова і технічна її новизна, повнота. При оцінюванні ситуації – важлива структура інформації, що дає змогу використати системний підхід для аналізу ситуації. При розробленні управлінських рішень – її своєчасність, повнота, можливість автоматизованого оброблення тощо.

Створення ефективних комунікацій як усередині, так і за межами організації досягається шляхом добре організованого комунікаційного процесу.

Комунікаційний процес визначають як обмін інформацією між двома чи більше людьми. Основна мета такого процесу полягає в забезпеченні розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень.

У комунікаційному процесі вирізняють чотири базових елементи:

– відправник – особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію та передає її;

- повідомлення – інформація, закодована за допомогою символів;
- канал – засіб передачі інформації;
- одержувач – особа, котрій призначено інформацію й яка інтерпретує її [5].

Під час обміну інформацією завданням відправника та одержувача: є складання повідомлення та використання каналу зв'язку для його передачі таким чином, щоб обидві сторони зрозуміли і підтримали висхідну ідею.

Розрізняють такі етапи процесу комунікації:

- зародження ідеї;
- кодування і вибір каналу;
- передача;
- декодування.

Комунікації можуть відбуватися різними способами – усно, невербально, письмово. Кожен з них має свої переваги і недоліки, що і зумовлює сфери їх використання [1].

Усні комунікації передбачають спілкування за допомогою усного мовлення (бесіда зі співрозмовником наодинці, наради, виступи перед аудиторією, телефонні розмови). Перевагою таких комунікацій є економія часу, швидше порозуміння, яке забезпечується інтонацією, гучністю голосу, його емоційним забарвленням. Інтонація служить індикатором психологічного стану того, хто говорить. Якщо вона повчальна, то в співрозмовника виникає внутрішній протест щодо неї; якщо довірлива – співрозмовник відчуває власну винятковість, що налаштовує його на сприйняття інформації та довіру до неї. Гучність голосу впливає на увагу слухача. Зокрема, особливий наголос на певному слові означає важливість його для осмислення подальшої інформації. Емоційне забарвлення голосу свідчить про обурення чи невдоволення людини тим, що відбувається. До цього засобу нерідко вдаються керівники, вказуючи підлеглим на допущені помилки. Однак іноді це спричиняє протилежний бажаному ефект. У деяких випадках підвищення голосу негативно впливає на слухача, погіршуючи взаєморозуміння. На Сході, наприклад, взагалі не прийнято підвищувати голос. Про обурення тут сигналізує перехід на шепіт.

Усні комунікації є доцільними за необхідності швидкого прийняття рішень. Вони забезпечують оперативний зворотний зв'язок. Це зумовлено не лише тим, що усна мова є майже миттєвим перетворенням думок на зрозумілі сигнали, а й тим, що при такій розмові можна уникати зайвих подробиць, особливо коли співрозмовники добре знайомі. У такому разі існує «розуміння з півслова», яке, до того ж, підкріплюється невербальними сигналами [3].

Невербальні (несловесні) комунікації – комунікації через міміку, жести, вираз очей тощо, що свідчать про ставлення співрозмовників один до одного і до інформації, якою вони обмінюються. Вчені встановили, що 55% повідомлень сприймаються через вираз обличчя, пози, жести; 38% – через інтонації голосу і лише 7% – через слова. Невербальні сигнали («мова тіла») можуть багато чого розповісти про внутрішній стан навіть незнайомої людини. Вони посилюють сприйняття співрозмовником почутого, підтверджуючи його достовірність (у разі адекватних символів) або спростовуючи (коли невербальні знаки вказують на обман). Вміле їх використання дає змогу розуміти людей, вести переговори, вирішувати конфлікти, виступати перед аудиторією, викликати довіру тощо [3].

Так, якщо людина, з якою ви ведете переговори, відхилилась назад, це означає, що рішення її не на вашу користь. Слід терміново вводити в дію інші аргументи, які підвищили б зацікавленість партнера в позитивному вирішенні питання. Якщо в процесі розмови виникла пауза і співрозмовник кинув погляд на вас – він чекає вашої відповіді. Якщо ж після своєї паузи співрозмовник відвів погляд у бік – це прохання не перебивати його. Поглажування вуха, очей, брів – свідчення напруженого обмірковування отриманої інформації. Отже, знання «мови тіла» необхідне для успішних комунікацій.

Письмові комунікації – це передавання інформації на паперових, магнітних, лазерних носіях. Використовуються за необхідності передати або зафіксувати і зберегти інформацію точно. Найчастіше вдаються до них під час складання планів та звітів, написання доповідей та оформлення оголошень, інформування широкого загалу користувачів інформації, що

перебувають поза межами безпосередньої досяжності (довідники, рекламні проспекти, відомчі інформбюлетені, газети тощо). Їх перевагами є те, що вони дають змогу ґрунтовно підготувати повідомлення, привести його у відповідність до стандартних вимог (лаконічність, системність викладення, повнота, коректність) і зберігати інформацію протягом тривалого часу. Водночас вони мають суттєві вади: потребують ретельної підготовки і значних витрат часу для написання повідомлення, щоб викладену інформацію адресат сприймав однозначно, саме так, як того хотів відправник; зворотний зв'язок за таких комунікацій уповільнений (якщо в листі є незрозуміла інформація чи помилка, для її з'ясування необхідно кілька днів).

Професійний рівень управлінця проявляється у зовнішньому оформленню письмового спілкування. Закреслення, виправлення в тексті, друкарські помилки і т.п. псують враження від письмового повідомлення так само, як незграбні манери відволікають від усного мовлення. Крім того, необхідно дотримуватись граматичних правил – орфографічні, пунктуаційні помилки і безграмотний виклад змісту є ознаками неосвіченості автора.

Удосконалення письмових комунікацій можна забезпечити шляхом використання контрольного переліку «П'ять «С» комунікацій», який наводить Р. Фалмер [2]. Якщо повідомлення високо оцінюється за кожною з таких категорій, то воно успішно передасть ідеї від відправника до одержувача.

Розглянемо ці комунікації детальніше [2]:

1. Ясність (Clarity). Якщо використати стосовно комунікаційного процесу закон управління, сформульований Мерфі («Якщо що-небудь може зіпсуватися, то воно зіпсується»), то він матиме такий вигляд: «Якщо у вашому повідомленні що-небудь може бути неправильно сприйнятим, то воно і буде неправильно сприйняте». Повідомлення має бути настільки однозначним і логічно витриманим, наскільки це можливо.

2. Повнота (Completeness). Намагаючись спростити й уяснити ситуацію, можемо потрапити в «пастку» неповноти недостатньої поінформованості.

3. Лаконічність (Conciseness). Більшість комунікацій удосконалюється, коли кілька добре підібраних слів замінюють

багатослівні повідомлення з недбало підібраними словами. У разі формування довгих послань іноді проблема пов'язана з обширністю теми. Часто справа пов'язана з неспроможністю комунікатора сформулювати конкретне повідомлення, яке він хоче передати.

4. Конкретність (Concreteness). Комунікатори вдаються до абстракцій та узагальнень, якщо не зовсім впевнені в реальностях, конкретних фактах. Абстракція звичайно набуває цінності, коли справа пов'язана з абстрактними поняттями, а вибір конкретної термінології залежить від ситуації.

5. Коректність (Correctness). Уміле використання методів комунікації буде непотрібним, якщо повідомлення некоректне. Однак некоректні повідомлення не завжди спричинені намірами виявляти інформацію. Незначні перебільшення, а також необґрунтовані узагальнення та припущення можуть зумовити виникнення великих комунікаційних бар'єрів.

«П'ять «С» комунікацій» корисні під час оцінювання будь-якого повідомлення, і досвідчені менеджери вміло реалізують ці вимоги [2].

Висновки. Нині важко погодитись із твердженням, що письмова мова є другорядною по відношенню до усної, хоча з точки зору походження письмова мова дійсно виникла пізніше. Звукові образи у свідомості не завжди є необхідними для спілкування та формування понять, а написання, в свою чергу, цілком здатні слугувати знаряддям комунікації і без відповідного зв'язку зі звучанням. Сьогодні нові явища письмової мови усе частіше виникають незалежно від усної форми (наприклад, мова SMS-повідомлень), тут йдеться не лише про взаємозв'язок двох форм мови, а й про їх рівність, бо в окремих випадках проявляються особливості притаманні лише письмовій мові. Графічні знаки здатні позначати ті чи інші об'єкти дійсності та реалізувати поняття про них так само безпосередньо, як і звукові знаки [4].

Враховуючи те, що сьогодні письмова комунікація стає основним засобом спілкування в багатьох сферах, а також розширення або зміну комунікативних завдань та наявність у сучасному суспільстві специфічних можливостей для створення

і трансляції повідомлень, необхідно і в подальшому приділяти особливу увагу їх аналізу.

Список використаних джерел

1. Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність: Навч. посібник / В.М. Варенко – К.: Університет «Україна», 2013. – 416 с.
2. Дикань Н.В. Менеджмент: навч. посібник / Н.В. Дикань, І.І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 389 с.
3. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с.
4. Ситдикова І.В. Нові парадигми досліджень письмової комунікації – Електронний ресурс. Режим доступу: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/46-4/3.pdf
5. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. – К.: ВЦ «Академія», 2010. – 312 с.

References

1. Varenko V.M. Informatsiino-analytychna diialnist: Navch. posibnyk. / V.M. Varenko – K.: Universytet «Ukraina», 2013. – 416 s.
2. Dykan N.V. Menedzhment: navch. posibnyk / N.V. Dykan, I.I. Borysenko. – K.: Znannia, 2008. – 389 s.
3. Nechaiuk L.I., Telesh N.O. Hotelno-restorannyi biznes: menedzhment. Navchalnyi posibnyk. – K.: Tsentr navchalnoi literatury, 2003. – 348 s.
4. Sytdykova I.V. Novi paradyhmy doslidzhen pysmovoї komunikatsii – Elektronnyi resurs. Rezhym dostupu: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/46-4/3.pdf
5. Yashenkova O.V. Osnovy teorii movnoi komunikatsii: navch. posib. / O.V. Yashenkova. – K.: VTs «Akademiia», 2010. – 312 s.

ДАНІ ПРО АВТОРА

Зленко Алла Миколаївна, кандидат історичних наук, доцент кафедри документознавства

ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»

вул. Сухомлинського, 30, Переяслав-Хмельницький, Київська обл., Україна 08401

e-mail: zlenko.am@mail.ru

ДАнные ОБ АВТОРЕ

Зленко Алла Николаевна, кандидат исторических наук, доцент
кафедры документоведения

*ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический
университет имени Григория Сковороды»*

*ул. Сухомлинского, 30, г. Переяслав-Хмельницкий, Киевская обл., Украина
08401*

e-mail: zlenko.am@mail.ru

DATA ON AUTHOR

Zlenko Alla M., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of
Document Science Department

Pereyaslav-Khmenytskyi Hryhoriy Skovoroda State Pedagogical University

*30, Sukhomlynskyi Str., Pereyaslav-Khmelnytskyi, Kyiv region, Ukraine,
08401*

e-mail: zlenko.am@mail.ru
