

Практичне заняття 15

ТЕМА: «Комунікаційна культура в управлінні персоналом»

Мета роботи: Опанувати та засвоїти види комунікаційної культури в управлінні персоналом.

Матеріали та обладнання: підручники, електронні інформаційні ресурси, довідники.

ТЕОРЕТИЧНІ ВІДОМОСТІ

В умовах розвитку інформаційного суспільства комунікація є важливим елементом всієї системи управління, зокрема, управління персоналом.

Для ефективних комунікаційних процесів сьогодні недостатньо тільки мати в наявності розвинену технічну інфраструктуру, володіти відповідними комунікаційними компетенціями, але вкрай необхідні культурні норми взаємодії. Зростання масштабів інформаційних потоків, поява нових форм комунікацій під впливом сучасних викликів та інтеграційних процесів посилюють увагу до концепції культурної комунікації, що окреслює проблематику в теоретичному плані.

Розширення інформаційного простору і наповнення його значними масивами інформації викристалізували проблематику комунікаційної культури.

Глобалізаційні тенденції впливають на комунікаційні процеси.

Сучасні реалії, пов'язані із війною, зумовили необхідність вивчати нові аспекти комунікування у цих складних умовах, що висвітлює професійну комунікацію державних службовців у контексті війни.

Комунікаційна культура є синтезом особистісної культури людини, професійної культури, корпоративної культури, соціальної культури, тобто, вона увібрала у свій зміст основні елементи перелічених видів культур.

Поява комунікаційної культури історично обумовлена багатьма чинниками, серед яких глобалізація і розширення інтеграційних процесів, що зумовили специфіку крос-культурної взаємодії; інформатизацію суспільства, яка якісно змінила процеси комунікацій; побудову суспільства знань, що стимулювало взаємотрансляцію знань, обмін знаннями; віртуалізацію усіх сфер буття, який суттєво розширює комунікаційний простір взаємодії.

Розширення поля міжособистих, групових та міжгрупових відносин на основі перелічених чинників спричинило до необхідності впорядкування та узгодження дій окремої особи із нормами середовища, в якому людина перебуває і реалізовує свої професійні обов'язки. Таке впорядкування уможлиблюється завдяки фактору культури. Оскільки комунікація є соціокультурним процесом взаємодії людей, відповідно, комунікаційна культура відображає якість процесів взаємодії в організації, яка є похідною від рівня розвитку корпоративної культури. Культура і комунікації належать до категорій взаємодоповнювальних.

Комунікаційна культура визначається панівними в суспільстві нормами та способами фіксації, збереження і поширення культурних змістів, а суспільна комунікаційна система є упередженою комунікаційною культурою. В інформаційному суспільстві комунікація займає домінуючі позиції, а віртуальна реальність сприймається як особливий культурний простір.

У системі координат інформаційного простору комунікація відіграє роль трансляційного інструменту, здатного набувати різних форм залежно від рівня розвитку інновацій у комунікаційному середовищі, а культурні норми актуалізуються через поведінку людини.

Комунікаційна культура має свої особливості, які проявляються в її багатоаспектному змісті. Відповідно до культурологічного аспекту комунікаційна культура є питомою складовою культури загалом, а стосовно організації, вона є частиною корпоративної культури, її цінностей. Інформаційний аспект в умовах цифрової економіки відображає взаємозв'язок комунікаційної культури із інформаційним менеджментом, демонструє еволюційну трансформацію культурних форм і нормативів адекватних до інформаційних викликів. Проявом іміджевого аспекту є створення іміджу організації, що впливає на репутаційний капітал. Соціальний аспект – комунікаційна культура є засобом соціалізації, особливим механізмом збереження і передачі історичної пам'яті. Відповідно до технологічного аспекту формуються нові поведінкові норми, співзвучні до інноваційних комунікаційних процесів в умовах цифрової економіки і масштабування віртуального простору.

Беручи до уваги багатоаспектність сутнісно-змістового наповнення поняття «комунікаційна культура», розуміємо її як сукупність норм, правил, поведінкових установок, встановлених на основі корпоративних цінностей і спрямованих на упорядкування всіх видів взаємодії в організації з метою забезпечення ефективного її функціонування та реалізації її місії.

Комунікаційна культура проявляється через систему корпоративних цінностей та принципів корпоративної діяльності, етичні норми та офіційну політику організації (зокрема, у ставленні до персоналу, партнерів та інших суб'єктів зовнішнього середовища), через традиції організації, міжособистісні відносини, чіткі поведінкові настанови комунікаційного процесу і візію організації. Комунікаційна культура пронизує усі рівні взаємодії у горизонтальному й вертикальному розрізах зовнішнього та внутрішнього середовища. У технологічному плані комунікаційна культура тісно пов'язана із підсистемою інформаційного забезпечення системи управління персоналом, тому в цьому контексті вона перебуває на одній паралелі із комунікаційним менеджментом.

Налагодження чітких інформаційних потоків, які забезпечують прямий і зворотній зв'язок, забезпечення оперативності й прозорості інформації сприяє ефективній роботі всього колективу, швидкому прийняттю управлінських рішень, запобігає виникненню конфліктних ситуацій, формує

позитивний імідж у зовнішньому середовищі, який трансформується у репутаційний капітал організації.

Для аграрних підприємств, які здійснюють активну економічну діяльність на глобалізованих ринках актуальними є крос культурні комунікації, налагодження культурного діалогу на етичних засадах і розуміння специфіки культурних особливостей. У цьому зв'язку звертається увага на важливість комунікаційної компетенції, яка «у крос-культурному аспекті створює основу для професійної мобільності, залучає підприємців і менеджерів до стандартів світових досягнень, збільшує можливості професійної самореалізації на основі комунікативності і толерантності, що дає їм змогу успішно керувати бізнесом в умовах різних ділових культур, правильно вибудовуючи міжкультурну взаємодію, визначати причини між-культурних конфліктів і запобігати їм у цілях підвищення ефективності підприємств в умовах глобалізації економіки».

Комунікаційна культура проявляється в усіх напрямках управління персоналом: під час прийняття працівника на роботу, оцінювання ефективності персоналу, мотиваційній політиці, адаптації, розвитку персоналу, налагодженні командної співпраці тощо.

У процесі відбору працівників роль комунікаційної культури проявляється через цінності, оскільки претендент на посаду одержує повну інформацію про організацію, її цінності та місію. А, підприємство – на основі інформації про претендента має можливість перевірити, чи працівник приймає цінності і буде відданим організації.

Ефективна система розвитку персоналу безпосередньо залежить від комунікаційної культури, оскільки культура впливає на формування світогляду працівників, мотивує до набуття нових знань, зміцнює бажання розвиватися та реалізовуватися в професійному та особистісному плані. Комунікаційна культура дає розуміння корпоративної ідентичності завдяки активному впливу ціннісних установок, розвиває почуття організаційної причетності завдяки традиціям, ритуально-церемоніальним процесам, історії та іншим символам культурного змісту. Комунікаційна культура передбачає наявність нових комунікаційних ролей, які забезпечують прямий і зворотній зв'язок, що значно полегшує як управлінські дії, так і процеси виконання професійних завдань.

На основі розвитку комунікацій, як інструменту трансляції культури, уможлиблюється одержання інформації про нові методики, технології управління персоналом, вибір яких залежатиме від базових цінностей конкретної організації. Тобто, завдяки комунікаціям набуваються нові знання із світової практики, а завдяки адаптивній функції культури полегшується опір до нововведень. Нові способи взаємодії у форматі інноваційних комунікаційних моделей вимагають також свого впорядкування на етичній основі. Змінюються обставини, змінюються комунікаційні форми і це впливає на зміну поведінкових норм, які завдяки культурному фактору повинні відповідати цінностям і нормам доброчесності.

У концептуальному плані комунікаційна культура тісно пов'язана із соціальною концепцією управління персоналом, яка відображає соціо-гуманістичну філософію і ціннісно-орієнтовану кадрову політику. Ефективність кадрової політики містить, крім соціально-економічної і організаційної, репутаційну складову, тому у кадрову політику закладаються цілі, які поєднують взаємовідносини із персоналом та взаємозв'язки із зовнішнім середовищем.

Активна та відкрита кадрова політика, сформована на основі культурологічних принципів і норм добросовісної поведінки, сприяє гармонізації інтересів усіх суб'єктів взаємодії. Розширення комунікаційного поля у зв'язку із появою цифрових технологій приводить до змін у взаємовідносинах і також сприяє появі нових норм і правил взаємодії. Таким чином у комунікаційній культурі появляється нова етична норма – цифровий етикет, який науковці визначають як «цифровий етикет – це новий тип етикету, що визначає правила культури спілкування щодо реальності нової інформації». «Актуальність володіння цифровим етикетом частково пояснюється тим, що цифрова ера визнає важливість елементів репутації поведінкової культури в Інтернеті. При цьому мова йде про особисту репутацію та трансляцію у вигляді електронної версії цієї репутації, а також про повсякденну практику – оскільки така інформація публікується і публікується сьогодні, інтернет-профіль для кожної теми».

Комунікаційна культура у системі управління персоналом свої завдання виконує завдяки функціям, які підкреслюють її важливу роль та особливість. У таблиці представлено сутнісно-змістове наповнення функції комунікаційної культури.

Функції комунікаційної культури та їхнє сутнісне наповнення

Функції комунікаційної культури	Сутнісне наповнення
Адаптаційна	Сприяє адаптації до появи нових форм і способів комунікації завдяки цінності довіра і комунікаційній прозорості
Селективна функція	Забезпечує психологічну комфортність в організації шляхом ефективною кадровою політики (фаховий добір працівників, які сприймають цінності корпоративної культури)
Мотиваційна	Стимулює до професійного збагачення завдяки комунікаційному обміну та обміну знаннями
Освітня	Спрямована на розвиток комунікаційної компетентності і поширення інновацій у сфері сучасної комунікації

Інтеграційна	Спрямована на зусилля ефективної командної співпраці
Оптимізаційна	Завдяки упорядкуванню комунікаційних процесів мінімізує ризик настання хаосу в умовах непередбачуваності, коригує управлінські процеси до вимог культури організації
Просвітницько-виховна	Є інструментом виховання етичних норм взаємодії, розвитку персоналу, засобом соціалізації.
Економічна	Спрощуючи правила взаємодії в організації на основі чітких приписів, тобто, нормативної складової культури, досягається економія часу, скорочуються витрати на обмін інформацією, що своєю чергою, сприяє ефективному прийнятті колективних рішень в умовах невизначеності.
Семантична	Є засобом трансляції смислів через культурні норми: мову, ритуали, обряди, церемонії, правила корпоративних святкувань, тощо

Нові виклики, зумовлені повномасштабним вторгненням росії на територію України, привели до змін у внутрішніх і зовнішніх комунікаціях кожної організації і окреслили нові завдання стосовно комунікаційної культури.

У зовнішніх комунікаціях важливим став посыл щодо громадянської позиції організації, її участі у допомозі ЗСУ, волонтерській діяльності, допомозі внутрішньо переміщеним особам тощо. У цих умовах завданням культурних норм є акцентування на позитивних і конструктивних комунікаціях, а також правильне тематичне наповнення та підбір каналів для комунікування.

Для внутрішніх комунікацій постало завдання не тільки технічного характеру (поєднання онлайн та офлайн роботи, зміна режиму праці залежно від умов безпеки, тощо), але й морально-етичного – підтримання сенсу як мотиваційного чинника, зокрема, через корпоративні волонтерські проекти, які демонструють причетність до важливої справи, прояв турботи про здоров'я і безпеку персоналу, підвищення рівня емпатії.

Швидкі і якісні комунікації уможливились завдяки появі нових комунікаційних ситуативних структур, зокрема, створення внутрішніх штабів оперативного реагування, які оперативно надавали інформацію про зміни в організації під час війни.

Завдяки комунікаційній культурі в цих складних умовах багатьом організаціям вдалося зберегти працездатний колектив, оскільки цінність довіри лягла в основу нормативного врегулювання проблемних питань трудових відносин та прозорості нових умов комунікування.

ХІД РОБОТИ

Завдання:

1. Засвоїти види комунікаційної культури в управлінні персоналом.
2. Ознайомитися з формами види комунікаційної культури.

Зміст звіту: результати виконання завдання.

Контрольні питання

1. У чому полягає поняття комунікаційної культури?
2. Суть комунікації?
3. У чому полягає висвітлення комунікаційної культури?
4. Висвітлення результатів комунікаційної культури?
5. Суть комунікаційної культури?

Література

1. Захарчин Г. М. Роль комунікаційної культури в управлінні персоналом. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 56 С.
2. Амро Т. Професійна комунікація державних службовців у контексті війни: аналіз викликів та перешкод. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління.* 2023. Випуск 5 (65). С. 104–107.
3. Близнюк Т. П., Майстренко О. В., Андрійченко Ж. О. Бізнес-етика та ділові комунікації в контексті теорії поколінь. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2022. № 1 (77). С. 44–50.
4. Кошелєва О. Б., Кравчук О. А., Цисельська О. В. Комунікаційна культура в умовах глобалізації та її вплив на формування іміджу країни. *Питання культурології.* 2021. Випуск 38. С. 287–300.
5. Вигера С., Ключевич М., Ковальчук Р. Методологія освітніх програм школи філософії їжі та природокористування: навч.-метод. посібник / за наук. редакцією С. Вигери. Київ: ЦП «Компринт», 2024. 137 с.
6. Стандарт вищої освіти України другого (магістерського) рівня освіти ступеня вищої освіти – магістр галузі знань – 20 Аграрні науки та продовольство спеціальності – 202 Захист і карантин рослин. / М. М. Доля, М. М. Ключевич, І. В. Забродіна та ін. Київ : МОН України, 2020. 13 с. Тверезовська Н.Т., Нелепова А.В. Інформаційні технології в агрономії. Київ. Центр навчальної літератури. 2019. 282 с.
7. Вовкодав О. В., Лип'яніна Х. В. Сучасні інформаційні технології: навч. посібник. Тернопіль, 2017. 500 с.
8. Сучасні інформаційні технології в науці та освіті : конспект лекцій. Вінниця: ВНТУ, 2016. 71 с. URL: <http://sukhorukov.vk.vntu.edu.ua/file/SITNO/0adb2500d2f4abff939d80a7f4f5c11b.Pdf>