

---

## ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

---

**Кучерова Кристина Андреевна**, асп.

Воронежский государственный университет, Университетская пл., 1, Воронеж, Россия, 394018; e-mail: KristinaKucherova1802@yandex.ru

*Цель:* в статье обоснована весомость и актуальность проблемы отлаженности коммуникативных процессов в сфере социально-трудовых отношений. *Обсуждение:* в статье рассматриваются социально-трудовые отношения как взаимосвязи, существующие среди индивидумов и их групп в процессе взаимодействия трудовой деятельности, тем самым раскрывая специфику коммуникаций в данной системе отношений в современном обществе. *Результаты:* определены базовые компоненты системы коммуникационного процесса. Приведен перечень характеристик, которыми должна обладать эффективная обратная связь. Рассмотрены функции коммуникаций. Представлена классификация, которая является одной из наиболее развернутых.

**Ключевые слова:** социально-трудовые отношения, функции коммуникационного процесса, элементы коммуникационного процесса, классификация коммуникаций.

**DOI:** 10.17308/meps.2017.7/1717

Социально-трудовые отношения на этапе развития постиндустриального социально-ориентированного социума в РФ значительно меняются, что связано с совершенствованием трудовой сферы, повышением занятости населения, появлением новых качеств наемных работников, преобразованиями в обстоятельствах их воспроизводства и эксплуатации. Увеличение значимости человека в существующей экономике, смена содержания и форм труда сегодня актуализирует анализ коммуникативных отношений, включая их воздействие на социально-трудовую сферу.

Социально-трудовые отношения рассматриваются нами как система, основными элементами которой являются: социально-трудовые отношения занятости; социально-трудовые отношения, связанные с организацией трудовой деятельности и с ее результатами. Входящие в систему социально-трудовых отношений элементы взаимосвязаны и взаимодействуют между собой. Социально-трудовые отношения представляют собой открытую сис-

тому с постоянно происходящими процессами обмена информацией с окружающей средой [12, с. 18]. Социально-трудовые отношения формируются и совершенствуются, чтобы регулировать качество трудовой деятельности и условий труда. Они обладают сложным устройством и изменяются под воздействием внешних перемен при становлении сетевых форм производственной деятельности, малого предпринимательства, смене отношений собственности (повышении доли частной и акционерской), реформах образовательной системы, из-за роста объемов различного типа информации, обращающейся между субъектами, и ходом их виртуализации.

Социально-трудовые отношения на нынешней стадии преобразования экономики представляют собой непростой процесс с множеством аспектов. В существующей сегодня информационной экономике повышается значимость творческой, умственной работы, креативности и интеллекта как одного из ключевых показателей благополучия государства. Увеличение значимости человека в нынешней экономике, смена содержания и формы трудовой деятельности и занятости населения на сегодняшний момент актуализирует анализ коммуникативных отношений, включая их воздействие на социально-трудовую сферу.

В государствах с хорошо сформировавшейся информационной экономикой фактически уже много десятков лет используется и совершенствуется система направленного регулирования социально-трудовых отношений. Это обуславливается появлением инновационной экономики, фундаментальными структурными преобразованиями, стремительно изменяющимися требованиями к качеству трудовых ресурсов.

Коммуникации между сотрудниками в ходе выполнения рабочих обязанностей тоже изменяются в согласовании с научно-техническими достижениями, усиленным применением прогрессивных информационных технологических решений и телекоммуникаций. Коммуникативную деятельность можно считать взаимодействием сотрудников, участвующих в выполнении рабочих действий, которые изменяются по причине повышения значимости творческой и умственной работы, фундаментальных экономических преобразований, влияющих на их формирование и перехода всё большего количества работоспособного населения в сферу услуг, где вопросы человеческого общения имеют огромное значение.

Сегодня наблюдается перегруппировка, в сущности, замена функциональных и ценностных ориентиров, целей, задач, а кроме того, роли и облика сотрудников. С установлением свободного рынка наблюдается стремительная замена ценностей и норм, сопряженных с трудовой сферой. Формируется новый источник их жизненных ориентиров, установок, мотивации, стандартов и форм поведения на рабочем месте, отношения к собственной работе. Данные ценности в значительной степени находятся в противоречии со спецификой исторически сформировавшейся отечественной ментальности и общепринятого типа мышления сотрудников, что при-

водит к неконструктивным трудовым отношениям между сотрудниками и зачастую лишает предсказуемости трудовую и производственную сферу.

Рыночное преобразование трудовых взаимоотношений сопровождается совершенствованием информационных технологий. Под влиянием последних наблюдается увеличение когнитивных и коммуникативных перспектив для всех участников трудовых отношений, понижается важность пространственных и возрастает важность временных параметров. В процессе быстро ускоряется процедура формирования территориально распределенных коллективов сотрудников и компаний (сетей), отличающихся просторанненностью неиерархических, то есть «горизонтальных» отношений. Формирование сетевой конфигурации компаний содействует повышению эффективности коммуникаций в трудовой области. Одновременно повышается интенсивность процедуры локализации трудовых взаимоотношений, сводясь к близкому профессиональному и социальному окружению, что формирует благоприятствующие обстоятельства для увеличения распространенности «нестандартных» (неформальных либо слегка формализованных) видов трудовых отношений.

Хорошо отлаженные коммуникативные процессы в сфере социально-трудовых отношений чаще всего дают возможность компании стабильно работать, предотвращать и разрешать противоречия, появляющиеся в социально-трудовой области, укреплять свою конкурентоспособность, увеличивать эффективность труда, что в итоге содействует повышению заработной платы наемных работников. Сотрудники, включая профессионалов, суть работы которых сопряжена с установлением коммуникативных отношений, обязаны иметь большие познания не только в экономической сфере, но и в сфере управления трудом, наемным персоналом, а также прекрасно разбираться в финансовых, социальных и психологических управленческих методиках.

Коммуникации называют связующим процессом между пятью основными функциями управления, выступающим основным средством обеспечения синтеза для социально-трудовых отношений. Коммуникация для экономической системы может рассматриваться как кровообращение для организма человека. «Коммуникации являются основным энергетическим вкладом, благодаря которому социальная система может существовать» [1, с. 138]. По мнению А. Орлова, процесс коммуникации не должен сводиться только к обмену информацией, т.е. коммуникации рассматриваются также как межличностные отношения, которые возникают между субъектами-контрагентами в ходе их взаимодействия (общения). При этом А. Орлов в понимание термина «отношения» привносит не только обмен информацией, эмоциональное, семантическое взаимодействие, но и вербальное и невербальное общение [9, с. 19].

Большинство авторов в классическом восприятии коммуникационного процесса акцентируют внимание на четырех базовых компонентах:

1. отправитель – субъект, который генерирует идеи, собирает необходимые сведения и представляет нужную информацию согласно последующей информативной цепочки;

2. сообщение – сведения, которые закодированы с помощью знаков;

3. канал – средство передачи данных;

4. получатель – субъект, которому предназначены определенные сведения или информация [8, с. 136].

В процессе обмена информацией происходит взаимодействие между отправителем и получателем на всех стадиях. Целью данного процесса будет являться правильное восприятие исходной мысли обеих сторон, поэтому для этого нужно правильно сформировать сообщение, подобрать наиболее продуктивный канал для передачи уведомления. Эффективная обратная связь должна обладать рядом характеристик:

1. Направленность. Эффективная обратная связь ориентирована на улучшение качества работы каждого отдельного работника, повышение его ценности. Она не должна унижать чувство собственного достоинства или затрагивать репутацию человека.

2. Конкретность, конструктивность. Эффективная обратная связь должна обеспечить получателей конкретной информацией о состоянии дел, благодаря которой они могут понять, как исправить сложившуюся ситуацию.

3. Описательный характер. Эффективная обратная связь должна не оценивать деятельность работника, а объективно описывать, что он реально сделал.

4. Полезность. Эффективная обратная связь предоставляет информацию, которую работник может использовать для улучшения качества своего труда.

5. Своевременность. Чем скорее осуществляется обратная связь, тем лучше для дела.

6. Желание и готовность работников к восприятию обратной связи. Если работникам навязывают обратную связь, она оказывается значительно менее эффективной.

7. Ясность, четкость выражения, понятность получателю. Получатель обратной связи должен ясно ее понимать, например, при визуальном контакте отправитель может следить за выражением лица получателя.

8. Надежность и достоверность. Результат взаимодействия зависит от того, насколько получатель доверяет полученной по обратной связи информации и насколько верно она отражает реальное состояние дел. Искажение при передаче может повлечь за собой как неверную реакцию руководителя, так и последующие ошибочные изменения в действиях подчиненного.

Важно отметить, что вследствие несовершенства системы знаков и символов, с помощью которых передается смысл сообщения, различий в интерпретации контекста и воздействия шумов на каждом этапе коммуни-

кативного процесса смысл воспринятого сообщения может (существенно) отличаться от начального, сформулированного отправителем.

Коммуникация любого типа рассматривается как процесс, определяемый социокультурными закономерностями, так как коммуникации являются сложным процессом, который предполагает определенные действия, важные для того, чтобы сделать мысли и идеи понятными для других.

Результативность коммуникационного процесса, объединяющего все социально-трудовые отношения, обеспечивает тем самым координацию задач.

Выделяют следующие цели межличностных коммуникаций:

- обеспечение обмена информацией;
- усовершенствование межличностных отношений;
- формирование информационных каналов для обмена информацией;
- регулирование и рационализация информационных потоков [7, с. 59].

В научной литературе отсутствует единый перечень функций коммуникаций, но значительная доля зарубежных и отечественных ученых придерживаются позиции, в соответствии с которой коммуникационному процессу свойственны стандартные функции, а именно:

- информационная функция;
- социальная функция;
- экспрессивная функция;
- прагматическая функция;
- интерпретативная функция.

**Информационная функция.** В современной науке термин «информация» обладает такой трактовкой, как обмен между людьми, которые владеют разного рода знаниями и информацией. В данном контексте коммуникация играет роль посредника. В нее включен обмен сообщениями, мнениями, решениями, точками зрения, идеями, который совершается между коммуникантами. Обмен информацией осуществляется не только ради достижения целей и решения проблем, но и ради самого коммуникационного процесса, чтобы оказать поддержку взаимоотношениям между людьми.

**Социальная функция.** Данная функция подразумевает формирование и развитие культурных способностей при взаимоотношении людей. Она создает представление о мировоззрении, реакции людей на те или иные события. Социальная функция формирует у индивидов общества определенный уровень компетенций, с помощью которых создаются условия для культурного комфортного существования в обществе и в любой организации.

**Экспрессивная функция.** Данная функция формирует желание людей сформулировать и осознать эмоциональные переживания друг друга в процессе коммуникаций. На примере межличностной коммуникации возможно выявить данную функцию. При встрече партнеров устанавливается некая связь в виде общей информации друг о друге, выбрав для этого вербальные

средства общения, а также невербальные, такие как улыбка, рукопожатие. Немаловажным фактором является выражение эмоций. Выбранные средства должны показать собеседнику ваше расположение к контакту. С целью реализации совместного проекта данная функция в коммуникационном процессе способна существенно усовершенствовать или ослабить информационный обмен.

**Прагматическая функция.** Данную функцию возможно использовать как на себе, так и на партнере, так как она дает координирование совместной деятельности и регламентирование поведения и деятельности субъектов коммуникационного процесса. Человек вступает в коммуникационный процесс ради достижения своих целей, а для этого нужно постоянное контролирование.

**Интерпретативная функция.** Данная функция необходима для осмысления намерений, установок, переживаний, эмоционального состояния другого человека в коммуникационном процессе. Некоторые зарубежные авторы называют это свойство коммуникации *interpretation function*, подчеркивая тем самым функцию передачи конкретных способов деятельности, оценок, мнений, суждений и т.д.

Все вышеуказанные функции непосредственно взаимосвязаны между собой и присутствуют в каждом виде коммуникаций. С практической точки зрения все без исключения функции проявляются на различных уровнях межличностной коммуникации: социально-ролевом, деловом и интимно-личностном.

На социально-ролевом уровне коммуникационный процесс сопряжен с исполнением конкретной роли человека. На данном уровне общение носит, как правило, анонимный характер и не находится в зависимости от того, совершается ли оно между близкими, знакомыми или незнакомыми людьми.

На уровне делового общения происходит коллективное сотрудничество. Целью данного коммуникационного процесса считается повышение эффективности совместной деятельности. Партнеры оцениваются, исходя из убеждений того, как хорошо они осуществляют личные функциональные обязанности и решают поставленные перед ними задачи [3, с. 96-100]. Классификация коммуникаций во многом предопределяется их характерными особенностями.

Межличностные коммуникации подразумевают непосредственный информационный обмен между индивидами, в котором в основном применяется устная речь. Исследование межличностных коммуникаций играет важную роль для их регулирования. В межличностных коммуникациях основной представляется передача информации от одного индивида к другому. Межличностное общение обладает множеством специфических черт: оно почти всегда отличается высокой оперативностью и способностью доходить до адресата при минимальном количестве препятствий. Межличностная коммуникация носит селективный характер, поскольку канал связи быстро соз-

дается в самый пригодный для информационного обмена момент и может достигать необходимого респондента. Межличностная коммуникация не связана формализованными рамками, предопределяющими форму и стилистику общения, что повышает ее доступность и доходчивость. Помимо этого, при прямом общении эффект восприятия способен стать сильнее благодаря обаятельности говорящего, приятности его голоса, использованию особой интонации, мимики и жестикуляции, подобранной с учетом особенностей собеседника. Наравне с формальной структурой имеется и неформальная, которая базируется на индивидуальных, неофициальных, нерегламентированных взаимоотношениях, поэтому помимо информации, отправляемой по официальным, формализованным каналам, передаются и неофициальные сведения, другими словами, слухи и сплетни, отправляемые посредством неформальных коммуникаций. Этот канал коммуникации зачастую использует руководство, чтобы узнать мнение работников о запланированных изменениях. Характерные черты неофициальных коммуникаций – значительно более высокий темп передачи сообщений, увеличенный размер аудитории, относительно малая достоверность. Присутствие в компании неофициальных коммуникаций является рядовым событием, но только до определенного уровня. Нельзя забывать, что сплетни являются свидетельством дефицита информации. Поэтому огромный объем информации, распространяемый посредством сплетен, говорит о неполадках в системе коммуникаций и ее малой эффективности.

Организационные коммуникации сопровождают весь производственный и управленческий процесс. В плане масштабности все коммуникации можно поделить на две крупные категории: между компанией и ее средой и между управленческими уровнями и подразделениями компании. Внешние коммуникации представляют собой информационные обмены между компанией и ее наружной средой. Каждая компания существует не отдельно, а взаимодействует с внешним миром. В зависимости от того, какие условия данной среды (покупатели, конкуренты, аппарат госрегулирования, позиция общества и пр.) сильнее всего влияют на функционирование компании и итоги ее рабочей деятельности, выбираются определенные методы и каналы коммуникаций. Компании обладают различными средствами для информационного обмена с ключевыми компонентами собственного внешнего окружения.

Под внутренними коммуникациями подразумеваются обмены информацией, выполняемые между структурными компонентами компании. Внутри компании информационные обмены происходят между руководителями (вертикальные коммуникации) и отделениями компании (горизонтальные коммуникации). Посредством вертикальных коммуникаций сведения отправляются с верхних управленческих уровней на нижние, другими словами, по нисходящей. Подобным способом сотрудников компании оповещают о новейших стратегических и тактических целях, смене приоритетов, определенных поручениях, которые нужно выполнить за заданный срок, модификации правил, руководств, стандартов работы и прочих моментах. Одновременно



с данными потоками информации в каждой компании происходит передача сообщений в обратном направлении – от нижних иерархических уровней на верхние, то есть по восходящей. Благодаря этому руководители всегда в курсе того, как в действительности обстоят дела в компании, каковы итоги принятых ими решений, также они осведомляются о появляющихся затруднениях и препятствиях, и предложениях работников относительно их устранения.

Горизонтальные коммуникации. Поскольку в состав компании всегда входит много подразделений, которые обязаны согласовывать исполнение собственных задач, они вынуждены обмениваться друг с другом сведениями. Отсюда следует, что компаниям необходимы не только вертикальные, но и горизонтальные коммуникации. Их ключевое отличие состоит не в направлении отправки информации, а в том, что в сравнении с вертикальными обменами информацией, базирующимися на отношениях типа руководитель – подчиненный, горизонтальные объединяют равноправные компоненты компании, устанавливая между ними кооперативно-координационные отношения. Коммуникации между руководством и работниками относятся к категории внутренних. На них приходится подавляющее большинство всех обменов информацией в компании, поэтому им отводится специальное место в области межличностных взаимоотношений. Вот почему, несмотря на то, что коммуникации разновидности начальник – подчиненный официально относятся к подвиду вертикальных коммуникаций, их ввиду огромной важности обычно изучают отдельно [6].

Мы разделяем мнение Спивака В.А., представляющего одну из наиболее развернутых классификаций [10, с. 83].

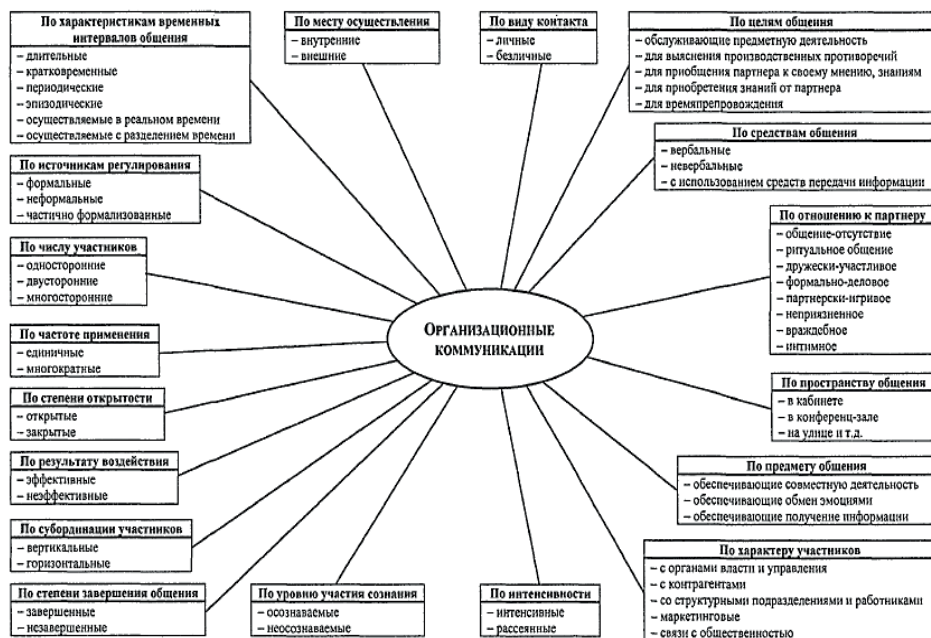


Рис. 1. Классификация организационных коммуникаций субъектов хозяйствования



Представленная классификация коммуникаций не может претендовать на идеальную и единую классификацию, так как для разного контекста нужна разная классификация.

### **Заключение**

Настоящий коммуникационный процесс содержит в себе множество выделяемых типов, включая свойства разных видов, при этом выбор средств, каналов, стиля коммуникации находится в зависимости от эрудиции и от индивидуальных отличительных черт субъектов коммуникации. Личностные особенности оказывают влияние и на восприятие, и на оценку условий и ситуации коммуникации.

Все типы коммуникаций в любой системе представляют собой комплексы, которые взаимодействуют между собой и влияют друг на друга. Все вышесказанное показывает, что коммуникации можно рассматривать с точки зрения стратегического ресурса социально-трудовых отношений, обладающего высокой значимостью для эффективного функционирования организации и общества.

### **Список источников**

1. Koontz H., Weihrich H. *Essentials of Management: An International Perspective*. 8th ed. New Delhi, Tata McGraw Hill, 2010.
2. Веллем Л.А. Гендерные аспекты в социально-трудовой коммуникации // *Коммуникология*, 2014, т. 6, no. 4, с. 69-76.
3. Грушевицкая Т.Г., Попков В. Д., Садохин А.П. *Основы межкультурной коммуникации*. Москва, Юнити-Дана, 2003.
4. Зайцева Н.А. Неформальные формы коммуникаций в трудовом коллективе // *Российские регионы: взгляд в будущее*, 2017, т. 4, no. 3, с. 102-113.
5. Карасева К.С., Петров А.В. Социокультурные коммуникации и инновационный потенциал трудовых ресурсов в условиях экономической глобализации // *Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры*, 2015, т. 208, с. 130-138.
6. Классификация коммуникаций. До-ступно: <https://studfiles.net/> (дата обращения: 10.09.17).
7. Лафта Дж.К. *Менеджмент*. 2-е изд. Москва, ТК Велби, 2005.
8. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. *Основы менеджмента*. Москва, Дело, 2004.
9. Орлов А.С. *Введение в коммуникационный менеджмент*. Москва, Гардарики, 2005.
10. Спивак В.А. *Современные бизнес-коммуникации*. Санкт-Петербург, Питер, 2002.
11. Строганова И.В. Способы управления неформальными коммуникациями и их значение для малого и среднего бизнеса // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология*, 2010, т. 10, no. 3, с. 44-46.
12. Федченко А.А. *Экономика труда: теоретический и практический анализ*. Москва, Изд-во «Экзамен», 2007.

---

# FEATURES OF COMMUNICATIONS IN THE SYSTEM OF SOCIAL-LABOR RELATIONS

---

**Kucherova Kristina Andreevna**, graduate student

Voronezh State University, University sq., 1, Voronezh, Russia, 394018;

e-mail: KucherovaKristina1802@yandex.ru

*Purpose:* the article substantiates the weight and relevance of the problem of the smoothness of communicative processes in the sphere of social and labor relations. *Discussion:* the article deals with social and labor relations, as the interrelationships existing among individuals and their groups in the process of interaction with labor activity, thereby revealing the specifics of communications in this system of relations in modern society. The author considers the possibility of scalability of communications and considers in detail the basic functions of communications. All types of communications in any system are complexes that interact with each other and affect one another. *Results:* the author defined the basic components of the communication process system. The article contains a list of characteristics that effective feedback should have. The author presented a classification, which is one of the most developed at the moment.

**Keywords:** social and labor relations, functions of the communication process, elements of the communication process, classification of communications.

## References

1. Koontz H., Weihrich H. *Essentials of Management: An International Perspective*. 8th ed. New Delhi, Tata McGraw Hill, 2010. (In Russ.)
2. Vellem L.A. Gendernye aspekty v social'no-trudovoj kommunikacii. *Kommunikologija*, 2014, vol. 6, no. 4, pp. 69-76. (In Russ.)
3. Grushevickaja T.G., Popkov V.D., Sadohin A.P. *Osnovy mezhkul'turnoj kommunikacii*. Moscow, Juniti-Dana, 2003. (In Russ.)
4. Zajceva N.A. Neformal'nye formy kommunikacij v trudovom kollektive. *Rossijskie regiony: vzgljad v budushhee*, 2017, vol. 4, no. 3, pp. 102-113. (In Russ.)
5. Karaseva K.S., Petrov A.V. Sociokul'turnye kommunikacii i innovacionnyj potencial trudovyh resursov v uslovijah jekonomicheskoi globalizacii. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 2015, vol. 208, pp. 130-138. (In Russ.)
6. Klassifikacija kommunikacij. Available at: <https://studfiles.net/> (accessed: 10.09.17). (In Russ.)
7. Lafta Dzh.K. *Menedzhment*. 2-e izd. Moscow, TK Velbi, 2005. (In Russ.)
8. Meskon M., Al'bert. M., Hedouri F. *Osnovy menedzhmenta*. Moscow, Delo, 2004. (In Russ.)
9. Orlov A.S. *Vedenie v kommunikacionnyj menedzhment*. Moscow, Gardariki, 2005. (In Russ.)
10. Spivak V.A. *Sovremennye biznes – kommunikacii*. Saint-Petersburg, Piter, 2002. (In Russ.)
11. Stroganova I.V. Sposoby upravlenija neformal'nymi kommunikacijami i ih znachenie dlja malogo i srednego biznesa. *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija. Serija: Sociologija. Politologija*, 2010, vol. 10, no. 3, pp. 44-46. (In Russ.)
12. Fedchenko A.A. *Jekonomika truda: teoreticheskij i prakticheskij analiz*. Moscow, Jekzamen, 2007. (In Russ.)