

VI. THE REGULATORY FUNCTION ETIQUETTE COMMUNICATIVE BEHAVIOR



ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОРПОРАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ВОПРОСЫ ЭТИКЕТА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

К. Б. Сафонов

*Кандидат философских наук, доцент,
Тульский государственный
педагогический университет
им. Л. Н. Толстого,
г. Тула, Россия*

Summary. The characteristics of innovative technologies of corporate communication are discussed in the article. The author notes the importance of business communication etiquette as a determinant of communicative behavior. The practical implementation of the indicated innovative technologies can be considered as one of the factors in increasing the efficiency of a modern organization.

Keywords: corporate communication; organization; business communication etiquette; interaction; humanization.

На современном этапе развития общества большое значение приобретают проблемы эффективности осуществляемой коммуникации. Это не удивительно, поскольку информационный обмен играет значимую роль не только в межличностном взаимодействии, но и в производственной и коммерческой деятельности, предоставляя организациям возможность устанавливать контакты в своей внутренней среде и с внешним социальным окружением. При этом необходимо отметить, что в настоящий момент «важнейшими требованиями к управлению предприятием в цифровой среде становятся гибкость, адаптивность, способность менеджмента принимать решения в условиях неопределенности и постоянно нивелировать общесистемные издержки и потери (в том числе за счет внедрения инноваций и новых технологий)» [1, с. 58]. Залогом успеха в данном контексте можно считать эффективную корпоративную коммуникацию. К числу факторов реализации обозначенного подхода при этом можно с уверенностью отнести способность сотрудников устанавливать и поддерживать деловые контакты, что определяется, в частности, уровнем формирования их коммуникативной компетенции. Исследователи отмечают, что коммуникативную компетенцию можно рассматривать как «способность осуществлять общение посредством языка, то есть передавать мысли и обмениваться ими в различных ситуациях в процессе взаимодействия с другими участниками общения, корректно используя систему языковых и речевых

норм и выбирая коммуникативное поведение, адекватное аутентичной ситуации общения» [2, с. 42]. Очевидно, что условия трансформации системы общественных отношений предполагают и изменение подходов к регулированию осуществляемой коммуникации. Данные процессы испытывают на себе все большее влияние гуманизации, что означает отказ от жесткой регламентации взаимодействия, уменьшение степени его формализации.

Эффективный профессионал должен быть готов к установлению контактов с коллегами, клиентами и контрагентами, представителями местных сообществ. При этом ему следует учитывать необходимость уважения интересов и особенностей собеседника. Этого можно достичь посредством практического применения основных принципов этикета делового общения. Реализацию данного подхода можно считать одним из факторов повышения эффективности осуществляемого взаимодействия, поскольку «коммуникация будет успешной только тогда, когда существуют функции речевого этикета, с помощью которых происходит взаимодействие и общение между людьми» [3, с. 155]. Поэтому понимание этикета делового общения в качестве ключевого детерминанта регулирования процессов корпоративной коммуникации представляется нам перспективным подходом, позволяющим учесть необходимость всемерной гуманизации и соблюдения баланса интересов вовлеченных сторон. Вместе с тем устраняются или ослабляются возможные коммуникативные барьеры, поскольку каждый индивид, вовлеченный в орбиту деятельности конкретной организации, при осуществлении взаимодействия руководствуется ключевыми принципами этикета делового общения, которые в настоящий момент хорошо знакомы каждому профессионалу и представителю бизнес-сообщества, и при этом не испытывает особых затруднений в установлении контактов. Так практическое применение этикетных принципов и норм позволяет повысить эффективность корпоративной коммуникации, одновременно устраняя возможные трудности в ее осуществлении.

Таким образом, в настоящий момент этикет делового общения можно считать одним из детерминантов эффективной корпоративной коммуникации.

Библиографический список

1. Боев А. Г. Управление трансформацией предприятия на основе методологии «Кайзен» // Problems and prospects of development of economy and management: materials of the VII international scientific conference on December 3-4, 2019. – Prague: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2019. – P. 58-60.
2. Орлова Е. В. Языковые барьеры при общении врача и пациента // Медицинский дискурс: вопросы теории и практики: материалы 6-й междунар. науч.-практ. конф. – Тверь: Ред.-изд. центр Твер. гос. мед. ун-та, 2018. – С. 41-46.
3. Овчинникова В. Б., Кульгавюк В. В., Павлова Н. Ю. Речевой этикет в иноязычном деловом общении // Гуманитарные и социальные науки. 2016. № 2. – С. 154-162.

