

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/442386>

**Тип работы:** Научно-исследовательская работа

**Предмет:** Прикладная социология

-

Исследовательский проект на тему

«Оценка эффективности неформальных коммуникаций на примере....»

1) Актуальность выбранной тематики. Для достижения поставленных целей организации или предприятия, неформальные коммуникации играют очень важную роль. В отличие от официальных деловых отношений, неформальные коммуникации возникают в процессе конкретно неформального взаимодействия между работниками.

Особенность неформальных коммуникаций как части деловых отношений, заключается в том, что они никак не связаны со структурой и организации и иерархической лестницей. Работник, вступивший в неформальные коммуникации с руководителем, никак не нарушает уставные правила организации. Оценка эффективности неформальных коммуникаций позволяет добиться эффективного управления организацией, применяя разнообразные меры в координации и совершенствовании коммуникационных процессов и потоков.

Сам обмен неформальными коммуникациями в организации происходит посредством разных средств и каналов связи, среди которых:

- бумажные носители;
- телефонная связь;
- цифровые компьютерные сервис;
- электронная почта.

Считается, что по скорости наиболее быстрой коммуникацией является конкретно устное общение, а самое медленное – общение по электронной почте.

Актуальность изучения выбранной тематики подтверждается тем, что:

- неформальные коммуникации в значительной мере сказываются на результате деятельности компании;
- управление ими - один из аспектов деятельности руководителей и менеджеров;
- процесс обмена информацией вне официальных каналов связи является существенным проблемным полем для изучения в пределах экономики и управления.

2) Проблемная ситуация. Наличие слухов и сплетен в организации, передаваемых по скрытым каналам, чаще всего свидетельствует о неэффективной системе формальных коммуникаций, о недостатке информации у персонала о ситуации в компании, однако, иногда является следствием индивидуальных особенностей некоторых сотрудников.

При изучении эффективности неформальной коммуникации особое внимание стоит уделить тем людям, которые являются источником неофициальной информации. В науке и практике, в отношении подобных специалистов, бывает встречается определение «тайный телеграф».

При помощи подобных потоков информации, распространяются, так называемые, слухи и сплетни, которые только на первый взгляд могут показаться негативным явлением. Даже в неформальных коммуникациях присутствует определённая эффективность.

Однако, при первой кажущейся безобидности неформальных коммуникаций, последствия для компании могут быть тяжёлыми (в плане качества деятельности). Поэтому задача руководителя - оценить эффективность неформальной коммуникации и применить её достоинства и преимущества в сторону цели деятельности организации.

Оценка эффективности неформальных коммуникаций в организации может заключаться в:

- координировании потоков неформальной информации;
- борьбе с информационными перегрузками;
- выявлении коммуникационных барьеров между сотрудниками;
- оценки обратной связи между руководителем и подчинёнными;
- оценки реакции сотрудников на искусственно созданную информацию.

3) Объект и предмет исследования. Объект исследования – неформальные коммуникации. Предмет

исследования – возможности эффективного влияния неформальной коммуникации на качество деятельности организации или предприятия.

4) Цель и задачи исследования. Цель исследования – изучение особенностей неформальной коммуникации и применение её эффективных сторон в деятельности организации.

Задачи исследования:

- изучить теоретико – методологическую базу проблемы исследования;
- рассмотреть современные подходы в оценке эффективности неформальной коммуникации в организации;
- разработать исследовательский инструментарий;
- провести социологическое исследование в форме анкетирования;
- обработать и интерпретировать результаты социологического исследования;
- сделать выводы по итогам исследования;
- разработать рекомендации на основе выводов результатов исследования.

5) Теоретико-методологическая разработанность выбранной тематики. И. В. Макарова считает необходимым обозначить неформальную коммуникацию как феномен, существующий в рамках не только какой-либо организации, но и общества в целом; она определяет неформальную коммуникацию как «движение социальной информации в социальном пространстве и времени, происходящее в неформальной обстановке».

Та же автор разработала функции неформальной коммуникации в организации:

1. Информативная – предполагает опыт обмена информацией;
2. Манипулятивная – направлена на получение выгода адресанта от адресата.
3. Интегративная – способствует вовлечению максимального количества сотрудников в процесс неформального общения.
4. Социализирующая – является вспомогательной функцией и способствует адаптации сотрудников к стилю деятельности организации посредством участия в неформальной коммуникации.
5. Перцептивная – способствует пониманию собеседниками друг-друга.
6. Интерпретативная – оценка неформального коммуникативного содержания в словестном варианте.
7. Экспрессивная - выражается в эмоциональной и словестной реакцией на содержание неформальных коммуникаций.
8. Прагматическая – направлена на достижение результатов неформальной коммуникации.

И.В. Строганова в своих научных изысканиях делает акцент на том, что неформальная коммуникация в значительной мере влияет на успешную эффективность в деятельности организации.

И.В. Сидорская, исследуя специфику неформальной коммуникации, говорит о том, что коммуниканты, в процессе неформальной коммуникации примеряют на себя различные социальные роли, что является естественным для данного процесса.

Д.В. Ольшанский посвятил большое количество своего исследовательского вниманию анализу слухов, как философского понятия. Он разделил слухи, как коммуникативную категорию, на следующие типы:

- слух-желание – выдача желания за действительное;
- слух-пугало – появляется в момент высокой тревожности и перевозбуждения в коллективе, в связи с происходящими событиями;
- слух-агрессия, содержание которого является негативным для общества;
- нелепы слух, в котором содержится информация, противоречащая сама себе.

б) Интерпретация основных понятий. Операционализация.

Неформальная коммуникация — это тип массовой коммуникации, в которой речетворческое поведение коммуникантов отвечает естественной потребности не быть ограниченными в средствах самовыражения и взаимодействия с другими людьми, а языковые новации не могут быть включены в качестве самостоятельных в письменные официальные источники [2].

Действительно, неформальные коммуникации не ограничены в своих проявлениях и здесь издатель слухов проявляет самый разнообразный творческий характер. Такие люди, как правило, нуждаются в излишней коммуникации и используют время для неформальной коммуникации, предназначенное для выполнения рабочих задач.

Эффективность коммуникации — это степень соотношения изначально поставленной цели к конечному результату акта коммуникации.

Неформальные коммуникации являются крайне эффективным средством для достижения коммуникативной цели. Чаще проявляя себя с негативной стороны, неформальные коммуникации – это источник объединения сотрудников для достижения цели подчинения и манипуляции [1].

Механизмы коммуникации представляют собой процессы, возникающие при обоюдном взаимодействии объектов и вызывающие ответную реакцию, действие или процесс[3].

Механизм неформальной коммуникации регулирует процесс неформальной коммуникации в целом. Он состоит из технологии передачи информации, средств и методов передачи информации, а также личностных особенностей коммуникантов. Механизм неформальной коммуникации характеризует особенности данного процесса является неотъемлемой частью общего коммуникационного процесса организации/предприятия.

7) Гипотезы, которые будут проверены в ходе проведения исследования. Эффективность неформальных коммуникаций в организации будет являться действительной, если:

- грамотно и правомерно использовать достоинства данного вида коммуникации;
- руководитель будет осознанно управлять настоящим процессом;
- руководитель не будет пытаться избавиться от потока неформальной коммуникации, так как это естественный процесс для развития организации или предприятия;
- будет производиться периодическая оценка эффективности неформальных коммуникаций в организации.

8) План проведения эмпирического (полевого этапа).

Организационный этап

Мероприятие Сроки Ответственный

Издание программы исследования

Разработка предварительного инструментария

Обоснование выборки

Организационный этап

Проведение социологического опроса в форме анкетирования

Обработка результатов анкеты

Аналитический этап

Анализ результатов исследования

Описание выводов исследования

Издание научно-методических рекомендаций по результатам исследования

9) Разработка и обоснование выборки. В качестве выборки нами выбрана целевая аудитория – сотрудники компании «БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ» в количестве 30 человек. В количестве 30 работников – 5 – работники административно – управленческого блока, 25 – специалисты и служащие среднего звена, 15 мужчин, 15 женщин. Все респонденты в возрасте от 25 до 50 лет.

10) Разработка примерного инструментария для выбранного метода сбора данных (анкета, бланк интервью, программа проведения фокус-группы, бланк регистрации наблюдения, бланк проведения контент-анализа / анализа документов / событийного анализа и др.)

Благодарим за участие в опросе!

Список источников.

1) Бровчук, Н. М. Роль и значение неформальной коммуникации как элемента внутренней среды

- организации / Н. М. Бровчук // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия. – 2016. – № 1(4). – С. 35-41.
- 2) Мостовая, Д. А. Неформальные коммуникации в организации: теоретические основы и методологические установки / Д. А. Мостовая, Н. А. Ткачева // Социология. – 2023. – № 1. – С. 29-36.
- 3) Чайников, Г. А. Манипулирование неформальными каналами коммуникаций в организациях закрытого типа / Г. А. Чайников // Молодые ученые. – 2020. – № 11. – С. 69-70.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/442386>