

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

**Эффективность средств внутренних коммуникаций в контексте формирования корпоративной культуры ИТ-компании**

**Научный руководитель – Шиняева Ольга Викторовна**

***Трундов Андрей Игоревич***

*Студент (магистр)*

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный факультет,  
Кафедра политология, социология и связи с общественностью, Ульяновск, Россия  
*E-mail: trundov2012@yandex.ru*

Современное общество обладает целым рядом цивилизационных характеристик, которые делают необходимыми изменения подходов к жизни в рамках организации. Социокультурный анализ особенностей современного общества приводит к выводу о закономерном превращении корпоративной культуры из спонтанно складывающейся характеристики организации в инструмент целенаправленного управления персоналом. В связи с этим исследование корпоративной культуры становится очень актуальным.

Корпоративная культура существует уже большое время и представляет собой весомую структуру, без которой невозможно существование организации. Формирование корпоративной культуры и философии организации дает определенный потенциал для работников, ради чего они хотят работать в этой организации, как строиться коллектив, какие методы работы существуют в организации, давая обратную связь общественности, как существует изнутри работодатель [1].

Под коммуникациями понимают общение, передачу информации от человека к человеку; специфическую форму взаимодействия людей в процессе их деятельности, которая, главным образом, осуществляется при помощи языка.

В более широком смысле под коммуникациями принято понимать средство связи объектов материального и духовного мира, обмен информацией между людьми, передача и обмен информацией в социуме, а также участие в процессах массовой информации [2].

Внутренние коммуникации как вид деятельности является наиболее важной составляющей не только эффективного управления, но и внутрикорпоративного PR. Внутрикорпоративные коммуникации обслуживают структуру организации и процесс принятия решений. Анализ коммуникаций необходим, так как отношения между работниками различных рангов оказывают непосредственное и ощутимое воздействие на работу организации в целом, влияя и на мотивацию, и на системы ценностей, и позиции групп и отдельных работников [3].

Конкретных каналов коммуникаций сейчас существует множество, это как уже традиционные: общение, письма, жестовое общение, телефонное общение, радиосообщения, так и новые каналы: социальные сети, сgm-системы, чаты, мессенджеры, видеоконференции и другое. Разные организации сочетают в своей культуре разные способы общения, стараясь сочетать различные каналы для лучшей эффективности общения, и формирования корпоративной культуры.

В ИТ-компаниях ситуация похожа, как и во многих организациях. В компаниях идет преобладание новых каналов коммуникаций. В эпоху цифровизации идет упрощение общения и быстрота получения информации. Многие сотрудники в компаниях общаются и лично, через внутренние сети компании, и через обычные мессенджеры. Эффективность разных каналов - разная. В каждой конкретной ситуации каждый канал может проявить разную эффективность. На данный момент одними из самых эффективных каналов являются собственные каналы для удаленной передачи информации, мессенджеры и видеоконференции.

В конечном итоге, многие каналы внутренних коммуникаций уже зарекомендовали себя, и выбор наиболее эффективного канала стоит перед руководством компании постоянно.

### **Источники и литература**

- 1) Екомасов В.В. «С чего начинается корпоративная культура?» 2015.
- 2) Казанцев А.К., Подлесных В.И., Серова Л.С. Практический менеджмент. Учебное пособие. - М.: Экономика, 2018.