

ИНТРАКОММУНИКАЦИЯ КАК ТИП СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Игнатьева Ирина Александровна

Российский Университет Дружбы Народов
irign@bk.ru

INTRACOMMUNICATION AS A TYPE OF SOCIAL COMMUNICATION IN AN ORGANIZATION

I. Ignatieva

Summary. The article examines the trends of increased attention to the phenomenon of communication, which is due to the dependence of society on information and its use. This determines the social relevance of the communication process. The consideration of communication through the prism of interaction was carried out using a retrospective analysis and the concept of M. Weber, which allowed us to come to the conclusion about the dominance of goal-oriented and value-rational actions in communication. The study of social phenomenology has shown that the theoretical results of various scientific trends and concepts have their own potential for research. At the same time, it becomes important to understand the need for both general systemic aspects of this range of issues and micro-contextual ones.

The article shows that intracommunication is a kind of social communication in organizations that reproduces and constitutes a system of social interaction. The author's definition of the system of intracommunications as identification of the internal nature of the communication process is proposed.

Keywords: communication, social communication, intracommunication, organizational communication, social interaction.

Аннотация. В статье рассмотрены тенденции повышенного внимания к феномену коммуникации, которое обусловлено зависимостью общества от информации и ее использования. Это определяет социальную востребованность процесса коммуникации. Рассмотрение коммуникации сквозь призму взаимодействия осуществлено с использованием ретроспективного анализа и концепции М. Вебера, что позволило прийти к выводу о доминировании целерациональных и ценностно-рациональных действий в коммуникации. Исследование социальной феноменологии показали, что теоретические результаты различных научных течений и концепций имеют собственный потенциал для исследования. При этом важным становится понимание необходимости, как общих системных аспектов этого круга вопросов, так и микроконтекстных.

В статье показано, что интракоммуникация является разновидностью социальной коммуникации в организациях, которая воспроизводит и составляет систему социального взаимодействия. Предложено авторское определение системы интракоммуникаций, как идентификации внутреннего характера процесса коммуникации.

Ключевые слова: коммуникация, социальная коммуникация, интракоммуникация, организационная коммуникация, социальное взаимодействие.

Феномен социальной коммуникации имеет полипарадигмальный характер рассмотрения и изучения. С одной стороны, этот тезис детерминирует ракурс анализа процесса социальной коммуникации, потому что ее составляющие элементы, образующие целостную субъект-объектную систему, детерминирующую как иерархическую структуру коммуникативной деятельности, так и ее функциональную нагрузку. Этот тезис нашел свое применение в ходе осуществления нами анализа коммуникативной деятельности подходов, предложенных М. Вебером, Т. Парсонсом и Н. Луманом.

С другой стороны, общая полипарадигмальность анализа процесса социальной коммуникации детерминирует и саму структуру социальной интеракции между субъектами, что, по мнению Ю. Хабермаса, позволяет говорить о рациональности в понимании процесса со-

циальной коммуникации между социальными субъектами. Более того, рассмотрение процесса социальной коммуникации с позиции различных концепций и подходов позволяет делать вывод о том, что структурное единство элементов коммуникативного акта является сложным комплексом существующих взаимосвязей внутри самой системы коммуникации.

Данная система может быть обоснована с позиции различных научных подходов, что, в свою очередь, накладывает отпечаток на трактовку понятийно-категориального аппарата исследования коммуникационного акта в рамках всей системы социальной коммуникации.

С точки зрения предметной стороны нашего исследования, наряду с рассмотрением макроуровня понимания процессов социальной коммуникации, необхо-

димом также рассмотреть и более конкретный уровень коммуникативного процесса. А именно, речь идет о характере коммуникации в системе организационных взаимоотношений.

Конкретизация уровня осуществления коммуникации в формате взаимоотношений между субъектами путем осуществления между ними коммуникативной деятельности требует, по нашему мнению, более детального рассмотрения ее типологизаций и видовых характеристик.

Прежде всего отметим, что на уровне организационного взаимодействия мы ведем речь об организационных коммуникациях, под которыми понимаем «процессы передачи информации между сотрудниками организации с целью информирования, контроля, координации действий, мотивации и удовлетворения социальных потребностей сотрудников, что определяют условия функционирования и успешности данной организации, способствуют достижению ее целей. Информация в данном случае понимается в широком смысле: идеи, оценки, эмоции, сведения, знания и др.» [3].

Наряду с этим отметим, что сама организационная коммуникация не является монолитной, и, соответственно, ее анализ в контексте более новых тенденций предполагает рассмотрение видов и типов коммуникации. Свой анализ по обозначенной проблематике мы начнем с рассмотрения основных классификационных видов коммуникативного процесса, которые в своей совокупности образуют общую совокупность коммуникаций в организации. Такой анализ видится важным для корректного «встраивания» в интракоммуникационные общие теоретические конструкты коммуникаций в организациях.

Итак, среди видов и типов коммуникации выделяют несколько групп. Например, по месту осуществления бизнес-коммуникаций принято говорить о: внутренних коммуникациях, «когда стороны коммуникации находятся в рамках организации; внешних, когда одна из сторон относится к субъектам внешней среды организации» [2]. В этом аспекте весь поток коммуникативной деятельности можно разделять на внешний и внутренний.

Соответственно внутренние коммуникации — это любые коммуникации внутри организации.

Внешняя коммуникация — это коммуникация с субъектами, находящимися за пределами организации; это — коммуникации между организацией и внешней средой» [2].

Отметим, что оба этих вида являются структурным продолжением теории социального действия М. Вебера и теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса, потому что по своей природе является рациональным выражением воли, осуществляемым субъектом действия и коммуникации. Кроме этого, и внутренняя, и внешняя коммуникации представляют собой совокупность иерархических элементов системного объекта организации и системного объекта коммуникации, что позволяет нам говорить об их системной и структурнофункциональной интерпретации в коннотациях Т. Парсонса и Н. Лумана.

Наряду с этим, отметим, что как внутренние, так и внешние коммуникации в организации могут образовывать «типологии на основаниях, связанных со средой организации — с личностными, групповыми, профессионально-квалификационными и организационными характеристиками, с отношениями равенства и иерархии, со статусами и социальными ролями: вне организации — с положением организации на рынке, с перспективами развития, с этапом развития, жизненным циклом, пережитым организацией и т.п.» [1].

В этом аспекте важность приобретают те особенности стратифицированных по различным признакам групп, которые определяют доминирующее содержание коммуникации и технологии ее осуществления. При этом важен для анализа интракоммуникаций такой ракурс типизации организационных коммуникаций, ибо он связан с субъектами интракоммуникационного взаимодействия.

По количеству участвующих в коммуникации сторон выделяют одностороннюю коммуникацию и многостороннюю, участниками которой выступают два и более субъектов. «В данном случае очевидно противоречие самому понятию коммуникации можно не принимать во внимание, поскольку наличие, с одной стороны, хотя бы только намерения наладить коммуникацию уже ведет к соответствующим поступкам, к подготовке к общению, которое рассматривается как неотъемлемый этап, начало коммуникации на ментальном уровне. По сути, любой процесс коммуникации начинается как односторонний» [8].

Такая типология организационной коммуникации определяет стратегические и тактические аспекты коммуникационного процесса в организациях, ибо очерчивает круг его субъектов и определяет необходимость выбора каналов, средств коммуникации и ее содержания.

По внешним признакам средств общения можно выделить вербальные коммуникации (письменная и уст-

ная речь) и невербальные (мимика, проксемика, тактильные формы, облик, предметы, изображения и т.п.), а также виды коммуникации по каналам и источникам коммуникации: устные, письменные, невербальные, формальные, неформальные, нисходящие (командные), восходящие, горизонтальные, технические, электронные т.п. Понимание возможных средств коммуникации, ее каналов и источников является важным для понимания вопросов конструирования системы интракоммуникаций в организациях.

С точки зрения управления, актуальность приобретает типологию коммуникаций по источниками регулирования. Здесь выделяют формальные (осуществляемые на основе прописанных и легитимных, как правило, зафиксированных в письменной форме источников) и неформальные коммуникации. По признакам времени коммуникации она может быть длительной, кратковременной, периодической, эпизодической. Или, по-другому осуществляться в реальном времени (устное общение, телефон, некоторые электронные системы) и с отсрочкой времени (письменная информация, факсимильная связь).

Для организационного контекста, безусловно важны все виды коммуникации по этому признаку. Только отметим, что для построения и развития системы коммуникаций в организации, повышение ее эффективности особую актуальность приобретает именно длительная коммуникация.

По специфике, влияющей на содержание и другие параметры коммуникаций, ученые выделяют «отраслевые особенности коммуникаций (коммуникации в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве, науке, искусстве, армии, общественных организациях, органах управления и т.п.) и функционально управленческие особенности коммуникаций (коммуникации в сфере высшего, среднего и основного звена предприятия, коммуникации в маркетинге, рекламе, планировании, производстве, управлении персоналом и т.п.)» [10]. Таким образом, организационные коммуникации как разновидность социальных коммуникаций образуют определенную систему, в которой важность приобретают различные аспекты коммуникации как процесса, как системы и как результата.

Отметим, что рассмотрение социальных взаимоотношений на организационном уровне, предметными сторонами которых являются векторы субъект-объектных взаимосвязей, позволяет не только провести методологический анализ социальной коммуникации, но и предложить новые взгляды на проблематику, которая на сегодняшний день является актуальной в социальном управлении и изучение которой даст ощутимый

результат в его прикладном аспекте. Одним из таких новых взглядов на традиционные процессы социальной коммуникации в организациях представляют собой феномен интракоммуникации.

Нужно определить, что понятие «интракоммуникация» в научной литературе имеет разную смысловую нагрузку. Так, в психологии под интракоммуникацией понимается интраперсональная коммуникация как разговор с самим собой. Иногда интраперсональная коммуникация принимает очевидные формы обычной коммуникации. Например, «ведение личного дневника — это явная вербальная письменная коммуникация, в которой и отправителем, и получателем сообщения выступает один и тот же человек» [9].

Учитывая нашу методологическую позицию относительно расхождения между общением и коммуникацией, считаем целесообразным понимать под интракоммуникациями процесс трансляции информации между субъектами в организации с помощью различных форм, средств и целевой направленности с учетом возможностей и ограничений организационной среды.

Данный вид социальной коммуникации сегодня выступает, с одной стороны, тем «краеугольным камнем», который необходим для полноценного обмена, распространения, текущего циркулирования корпоративной информации и знаний. С другой, она призвана объединить «человеческий капитал» организации для понимания общих задач и целей, развития корпоративной культуры и формирования позитивного имиджа организации. Соответственно в любой организации они образуют систему, которая отражает специфику методов, форм и каналов аккумулирования и передачи информации.

На наш взгляд, такой аспект является важным, потому что в наше время ценность информации не просто объясняется результатом, который эта информация дает «здесь и сейчас». Построение системы интракоммуникации дает возможность качественно нового понимания процессов оценки эффективности процесса коммуникации с позиции удовлетворенности процессом и результатом самих актеров интракоммуникации. Это дает возможность управленцам в организации по-новому взглянуть на эффективность внутренней системы коммуникации организации.

Одним из средств оптимизации этого процесса является систематизация всех интракоммуникаций в организации. Использование общих классификаций коммуникации и их преломление на сферу интракоммуникаций позволяет говорить, что их можно классифицировать следующим образом:



Рис. 1. Классификация коммуникации по каналам общения
 Источник: составлено автором

Наличие интракоммуникации в организации не связано с ее масштабом и видом ее деятельности. Их не может не быть даже в самой небольшой организации. Важнейшим компонентом коммуникационной системы организации в том числе и интракоммуникационной, выступают методы коммуникативного взаимодействия. Сегодня они могут быть охарактеризованы как гармоничное сочетание традиционных инструментов построения и развития интракоммуникаций с инновационными, в результате чего наблюдается появление новых возможностей, которые позволяют улучшить интракоммуникации в информационном пространстве организации и обеспечить эффективное управление человеческим капиталом, повысить уровень удовлетворенности, лояльности и привлечения персонала.

Таким образом, интракоммуникации образуют систему форм, методов, каналов, которые активно участвуют в развитии человеческого капитала организации. При этом акцентуация на этой роли, по нашему мнению, заложена в самих функциях организационных коммуникаций. Более того, явление интракоммуникации само по себе невозможно без наличия определенных социальных условий, таких, как социальная структура организации, наличие социальных актеров, выполняющих целенаправленные функции коммуникации, единой цели и других элементов.

Данная система имеет целерациональный и ценностно-рациональный характер действия. Также система интракоммуникаций в силу своего применения также имеет четкую структуру, как и социальное действие

согласно М. Веберу. Мы исходим из того, что во главу угла в построении общей системы интракоммуникации необходимо закладывать именно социальное действие, ведь, по сути, мы имеем дело с субъектом, осуществляющим коммуникативное действие внутри организационной системы, что обусловлено потребностью в определенной информации с четкими и определенными целями. В дальнейшем, в соответствии с общим алгоритмом коммуникации, осуществляется передача информации (или ее аккумуляция, или переработка, в зависимости от конкретики задачи). В итоге, мы приходим к результату интракоммуникационного действия в системе организационных коммуникаций, для анализа которой предлагаем ввести понятие «интракоммуникационная интеракция».

Отметим, что в качестве участника в этой цепочке может выступать как другой сотрудник организации, так и сама организация в целом, а также структурное подразделение, определяющее обратный процесс коммуникации или обратное действие, которое в научном обращении принято называть взаимодействием или интеракцией.

Таким образом, под интракоммуникационной интеракцией мы понимаем целерациональное и ценностно-рациональное взаимодействие субъектов системы интракоммуникаций в процессе осуществления коммуникативной деятельности в организации.

Проведенный анализ демонстрирует, что интракоммуникация является содержательной и имеющейся для

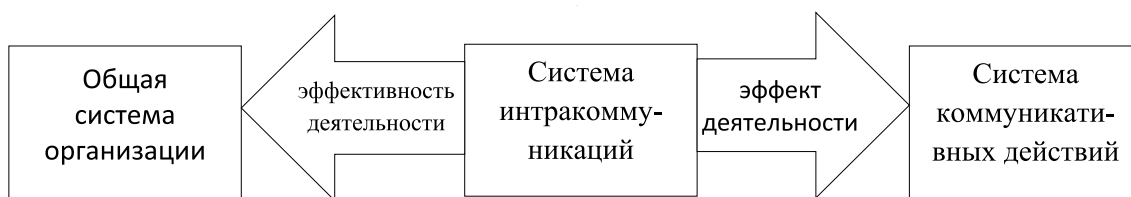


Рис. 2. Схема амбивалентности интракоммуникации
Источник: составлено автором

любых форматов социальных систем, как малых (конкретная организация), так и крупных (социальные институты и другие социальные системы). Данный факт объясняется тем, что коммуникационная деятельность как вид социального действия, имеет структурный и рациональный характер, который выражается в том, что системе необходимо постоянно развиваться и достигать необходимых результатов.

Эффективность результата, по нашему мнению, в такой сложной системе, как коммуникативная деятельность, зависит от формирования и функционирования самой социальной структуры (системы и подсистем субъекта) и от системы функционирования и развития коммуникативной деятельности (деятельности совокупности коммуникационных элементов). То есть, иными словами, в данном случае необходимо четко разграничить предметную сторону исследуемого нами типа коммуникации для дальнейшего детального его изучения.

Таким образом, под системой интракоммуникаций мы предлагаем понимать структурированную совокупность информационных инструментов, методов и каналов, позволяют получать и оптимально распределять информационные сообщения делового, интеллектуального и эмоционального содержания в организации целенаправленно и с заданной эффективностью.

Предложенное определение системы интракоммуникаций наиболее полно как структурно, так и содержательно определяет характер подобной системы как субъекта реализации коммуникационной деятельности и детерминирует ее внутренний вектор. Такой подход, по нашему мнению, позволяет также сфокусироваться на практическом аспекте функционирования подобной системы в организации, главной целью которой является эффективное функционирование самой системы и удовлетворенность своей коммуникативной деятельностью непосредственных субъектов коммуникации в ее рамках.

Графически это можно представить в виде схемы, где система интракоммуникаций через критерий эффективности деятельности достигает необходимых

целей для организации, как системы в целом, а через критерий, который мы предлагаем назвать как «эффект от деятельности», интракоммуникация достигает целей системы коммуникативных действий. Данную особенность системы интракоммуникации мы предлагаем называть «амбивалентностью интракоммуникации» (рис. 2).

Безусловно, подобного результата можно достичь только в том случае, когда речь идет о полном наборе элементов коммуникации, которые возможно применить во внутренней среде организации. То есть, по нашему мнению, в отличие от внешней коммуникации, для успешности осуществления интракоммуникации необходим влияние факторов, которые позволят ей быть наиболее эффективной. Более того, данные факторы позволяют однозначно идентифицировать именно внутренний характер самого процесса коммуникации.

В современном научном дискурсе нет единого мнения о существовании данных факторов в теории и реализации подобных факторов на практике, поэтому мы предлагаем ввести в научный оборот такую категорию, как «идентификационные факторы интракоммуникации» и предлагаем предоставить перечень данных факторов, а также на основе обозначенных факторов предложить базовую модель конструирования системы интракоммуникации в организации.

Для удобства анализа мы предлагаем разбить все факторы на условные подгруппы:

- ◆ идентификационные факторы при формировании системы интракоммуникаций;
- ◆ идентификационные факторы при развитии и функционировании системы интракоммуникаций;
- ◆ идентификационные факторы рестарта и создания нового цикла интракоммуникаций.

В группу идентификационных факторов при формировании системы интракоммуникаций входят:

1. общая стратегическая цель;
2. упорядочение первичных инструментов, каналов и методов коммуникаций;

3. валидность существующей информации.

К группе идентификационных факторов при развитии и функционировании системы интракоммуникаций входят факторы:

- ◆ влияния развития социальной организации;
- ◆ ритмичности коммуникативной деятельности;
- ◆ активности коммуникативных действий ключевых участников-стейкхолдеров.

К группе идентификационных факторов рестарта и создания нового цикла системы интракоммуникаций входят следующие факторы:

- ◆ оценка эффективности коммуникативной деятельности;
- ◆ преемственность действующих интракоммуникаций;
- ◆ контроль внедрения изменений.

Для уточнения понимания предложенных к рассмотрению факторов, раскроем их основное содержание. Итак, первая подгруппа факторов отвечает за процесс формирования системы интракоммуникаций. Сюда мы относим, во-первых, фактор общей стратегической цели. По нашему мнению, внутренний характер любого коммуникативного действия всегда отличает именно наличие своей специфической стратегии, которая, как правило, формулируется в одну или несколько конкретных целей. На эту стратегию работают абсолютно все внутренние субъекты, и выстраивается вся коммуникативная деятельность. Важно, что стратегическая цель социальной организации и коммуникаций — едины.

Следующий фактор — упорядочение первичных инструментов, каналов и методов коммуникаций. Для внутренней среды организации и его коммуникативной деятельности этот фактор является своего рода фиксатором начала конкретных действий. Анализ релевантности существующих каналов, инструментов и методов интракоммуникаций позволяет определить приоритеты и выстроить их в единую социальную плоскость, где все элементы упорядочены и связаны между собой.

Благодаря данным элементам устанавливается и «межличностная коммуникация», которая включает в себя «процесс обмена сообщениями и их интерпретация, наличие обратной связи и личностно-ориентированного взаимодействия» [7]. По нашему мнению, подобные факторы являются особенными именно для этого уровня и именно для системы интракоммуникаций.

Следующий фактор — валидность информации имеет достаточно простое объяснение, ведь без факта его наличия субъекты функционирования не смогут реаль-

но начать свою деятельность. В отличие от внешнего формата коммуникаций, где и достоверность и валидность могут сознательно пониматься как «ложная» характеристика, для внутренней системы коммуникативной деятельности это может привести к бесполезности осуществления самой деятельности и неэффективности результата.

Следующая подгруппа идентификационных факторов при развитии и функционировании системы интракоммуникаций начинается с факторов воздействия развития социальной организации. Сами по себе интракоммуникации, как отмечалось выше не связаны с масштабом социальной организации и видом ее деятельности. Главное — управляют или нет данной информацией в организации, и что происходит с интракоммуникациями на каждом этапе развития организации. Так, например, на этапе образования социальной организации, когда количество субъектов незначительное, проблем с коммуникациями, как правило, не возникает. По мере роста организации открываются новые возможности развития интракоммуникаций в контексте налаживания горизонтальных и вертикальных связей между структурными подразделениями. На этапе стабильности организации возникает необходимость в организации информационных обменов между субъектами. На этапе реорганизации роль интракоммуникаций особенно остро ощущается в снижении внутреннего уровня сопротивления субъектов социальной системы и преодолении их инертности.

Факторы ритмичности коммуникативной деятельности также являются важными в системе функционирования интракоммуникаций. «Коммуникации, обмен информацией, разговоры — все это также циклические и ритмические процессы. Все законы, принципы и приемы, касающиеся циклических и ритмических действий, действуют и в коммуникациях, и если уж стремиться к лучшему сотрудничеству, нужно строить лучшие коммуникации, в том числе за счет лучшей цикличности и ритмичности» [4].

Фактор коммуникативных действий связан с деятельностью ключевых участников-стейкхолдеров. В интракоммуникациях стейкхолдеры играют важную роль в построении системы, так как они являются носителями ключевой информации и источником формирования вектора развития организации.

Термин «стейкхолдер» в его современном понимании был предложен экономистом Робертом Эдвардом Фриманом. В своей книге «Стратегический менеджмент: стейкхолдерский подход» он определяет стейкхолдеров как «любого индивидуума, группу или организацию, оказывающих существенное влияние на принятые

социальной организацией решения или находящиеся под влиянием этих решений» [6, р. 46].

И наконец, группа идентификационных факторов рестарта и создания нового цикла системы интракоммуникаций. Первым фактором данной группы является фактор оценки эффективности существующей коммуникативной деятельности как мера достижения поставленных целей на этапе формирования системы интракоммуникаций. При этом оценка позволяет выявить зоны риска и пласт зон для развития интракоммуникаций. Все полученные данные представляют возможность получения уникальных знаний о проблеме численности и отсутствии систематизации методов.

Фактор преемственности действующих интракоммуникаций, по нашему мнению, является сугубо интракоммуникационным, так как только внутри системы, при завершении того или другого цикла, необходимо понимание относительно того, кто будет преемником реализации того или иного информационного контента и какие инструменты, каналы коммуникаций будут вновь создаваться для повышения их эффективности и результативности.

Фактор контроля внедрения изменений является важным для обеспечения роста и развития интракоммуникаций с учетом всех факторов в совокупности.

Таким образом, предложенные нами факторы идентификации системы интракоммуникаций позволяют анализировать данную систему как самостоятельную, со своими особыми характеристиками и своими критериями оценки деятельности. В продолжение анализа феномена интракоммуникативной деятельности нужно отметить, что по существующей классификации социальной коммуникации на основании масштабов применения коммуникативной деятельности предложена нами система интракоммуникаций относится к локальной коммуникации, потому что «локальная коммуникация протекает в трудовых, профессионально ограниченных группах» [5].

Таким образом отметим, что интракоммуникации являются разновидностью социальных коммуникаций, которые воспроизводятся в организациях и составляют систему интракоммуникационного взаимодействия. Эта система испытывает на себе действие различных факторов, которые необходимо учитывать при ее построении и функционировании. В целом отметим, что система интракоммуникаций является частью глобальной коммуникационной системы, с одной стороны, и конкретной частью общей организационной системы, с другой стороны. Данная система в структуре своего действия является амбивалентной и имеет специфические идентификационные факторы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баландина Т.М. Социальные коммуникации в системе организационной культуры предприятия // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17, Вып. 2. С. 166–169. DOI: 10.18500/1818–9601–2017–17–2–166–169.
2. Болдырева Н.В. Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник Евразийской науки, 2018. № 1. URL: <https://esj.today/PDF/53ECVN118.pdf>.
3. Локоткова-Терновая О.Ю., Петрушко А.В. Коммуникации в организации как фактор развития человеческого капитала. Проблемы развития человеческого капитала в современном социальном поле: организационный аспект. Х., 2016. С. 126–146.
4. Русаков С. Не сбивайся с ритма! Соблюдай переговорную ритмику. URL: <https://delovoyimir.biz/ne-sbivaysya-s-ritma-eto-ploho-i-v-sekse-i-vrazgovorah-s-lyudmi-soblyuday-peregovornuyu-ritmiku.html> (дата обращения: 25.01.2022).
5. Шинкаренко Т.В., Смирнов Р.Г., Белошицкий А.В. (2020). Исследование эффективности организационной структуры компании на основе анализа внутренних коммуникаций // Управленец. Т. 11. № 2. С. 27–40. DOI: 10.29141/2218–5003–2020–11–2–3.
6. Freeman R.E. Strategic Management: A stakeholder approach. Boston, 1984.
7. Linke A., Zeffass A. Internal communication and innovation culture: Developing a change framework // Journal of Communication Management. 2011. Vol. 15. No. 4. 332–348. DOI: 10.1108/13632541111183361.
8. Lokotkova-Ternovaya O. Yu. The role of intracommunications in overcoming the procrastination phenomenon // Virtus: Scientific Journal. June № 45. 2020. P. 224–227.
9. Ryynänen H. A social network analysis of internal communication in a matrix organisation — the context of project business // International Journal of Business Information System. 2012. Vol. 11. No. 3. 324–342. DOI: 10.1504/IJBIS.2012.049569.
10. Wood J.T. Interpersonal Communication: Everyday Encounters. Rel. Lib, 2003. 349 p.

© Игнатъева Ирина Александровна (irign@bk.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»