

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

Л.В. ВАНДЫШЕВА

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для обучающихся по основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа

САМАРА
Издательство Самарского университета
2021

УДК 316.7(075)

ББК 60.56я7

В170

Рецензенты: д-р филол. наук, проф. Н. А. Илюхина,
канд. пед. наук, доц. Е. Ю. Сисоева

Вандышева, Людмила Владимировна

В170 **Управление коммуникациями социального проекта:**

учебное пособие / *Л.В. Вандышева*. – Самара: Издательство Самарского университета, 2021. – 80 с.

ISBN 978-5-7883-1684-0

В пособии последовательно изложены вопросы, связанные с основами управления коммуникациями социального проекта, сущностью коммуникативной компетентности личности в социальном проекте, планированием и распространением информации социального проекта.

Учебное пособие адресовано обучающимся по направлению подготовки 39.03.02 Социальная работа (бакалавриат), а также специалистам, чья предметная деятельность связана с управлением коммуникациями социальных проектов.

Подготовлено на кафедре теории и технологии социальной работы.

УДК 316.7(075)

ББК 60.56я7

ISBN 978-5-7883-1684-0

© Самарский университет, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	4
Тема 1. Основы управления коммуникациями социального проекта	6
Тема 2. Сущность коммуникативной компетентности личности в социальном проекте.....	29
Тема 3. Планирование и распространение информации социального проекта	45
Заключение.....	67
Список литературы.....	69
Приложение	78

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Никто не может насвистывать симфонию.

Для этого нужен целый оркестр.

Н.Е. Лиссокс

Проекты в социальной работе часто реализуются с помощью различных информационно-коммуникационных технологий. В связи с этим коммуникации социальных проектов становятся тем ресурсом, который определенным образом влияет на эффективность социальных проектов. Любые управленческие решения требуют предварительного планирования и оперативного распространения, адекватной обратной связи и соответствующего контроля. Это положение актуализирует такую функциональную область управления проектами, как управление коммуникациями. Следовательно, необходимо понимать сущность и особенности возникновения, распространения, тиражирования, контроля, оптимизации управления коммуникациями социального проекта.

Профессия специалиста социальной работы справедливо характеризуется как коммуникативная. Во многом это связано с тем, что специалист действует в системе «человек-человек». Действительно, коммуникативное поле этой профессии многообразно по представленности в нем различных субъектов. Решая многочисленные задачи своего функционально-ролевого репертуара, специалист социальной работы постоянно взаимодействует с различными категориями людей в трудной жизненной ситуации, коллегами, социальными партнерами и другими субъектами социального проектирования.

Коммуникации специалиста социальной работы полифункциональны и разнонаправлены: векторы расположены внутри проек-

та и вне него, горизонтально, вертикально и т.д. Кроме того, что информация передается и принимается, в социальном проектировании она должна еще и сохраняться. В современных условиях среди требований в отношении к коммуникации выделяют такие аспекты, как: соблюдение конфиденциальности, обеспечение безопасности, сохранение коммерческой тайны и т.п.

Для успешного решения проектных задач специалист социальной работы должен обладать коммуникативной компетентностью, уметь управлять коммуникациями, владеть навыками управления различными коммуникациями на разных этапах социального проектирования. Пособие призвано помочь будущим специалистам социальной работы сформировать соответствующую компетенцию и закрепить ее успешное формирование при реализации конкретного социального проекта.

В данном пособии вниманию читателя представлены основы управления коммуникациями социального проекта, отражена сущность коммуникативной компетентности личности в социальном проекте. Изложение материала в пособии сначала предполагает ознакомление с базовыми теоретическими знаниями. Затем логическая цепочка представлена следующим образом: конкретизированы такие процессы, как планирование и распространение информации социального проекта.

После изложения материала к каждой теме составлены вопросы для обсуждения. В пособии приведен список литературы, который позволяет сориентировать читателя в проблемном поле изучаемого вопроса.

Составитель учебного пособия надеется, что изучение пособия не только расширит представления будущих специалистов социальной работы об управлении коммуникациями социальных проектов, но и спровоцирует их интерес к воплощению знаний в практику социального проектирования.

Тема 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИЯМИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Вопросы для изучения

1. История теории и практики управления проектами.
2. Определение и классификация проектов.
3. Характеристика коммуникаций социального проекта.

Ключевые понятия: проектирование в социальной работе, социальный проект, коммуникационная среда, специалист по управлению проектами, проект, Интернет-проекты, хай-хьюм-технологии, субъект коммуникации, объект коммуникации, деловая коммуникация, точки коммуникации, виртуальная коммуникация.

Вопрос 1. История теории и практики управления проектами

В настоящее время социальное проектирование представляется специфической деятельностью, направленной на поиск вариантов развития социальных процессов и явлений, и не исключаящей изменения конкретных социальных институтов. В социальном проектировании в качестве одного из направлений выделяют *проектирование в социальной работе*, которое предполагает деятельность, связанную с процессом улучшения, эффективного функционирования социальной сферы, решением многообразных

социальных проблем, трудностей и т.п. Анализ научной литературы и практики социального проектирования в социальной работе свидетельствует о том, что эффективность **социальных проектов** определяется не только инновационностью мышления разработчиков проекта, наличием определенных благоприятных условий для реализации проектных идей, но в значительной степени качеством управленческих решений на разных этапах социального проектирования.

Результат **проекта** достигается людьми, а не процессами или системами. Знания в предметной области, опыт, ценности и убеждения, мотивация, коммуникации и навыки общения, по мнению зарубежных исследователей, определяют качество выполнения процессов, а значит и качество управления проектом в целом [69, 72]. В ряде зарубежных исследований среди ключевых факторов успеха проекта выделены: миссия проекта, поддержка топ-менеджмента, расписание/план проекта, консультации с клиентом, персонал, техническая часть проекта, согласование с клиентом, мониторинг и обратная связь, коммуникации, компетенции в решении проблем [71]. Подчеркивается, что именно эффективные коммуникации выступают в качестве ключевого фактора, определяющего результативность управления проектами [62]. В проектах, связанных с разработкой новых продуктов (инновационных, высокотехнологичных, технически сложных, требующих реализации мультидисциплинарных подходов), синергия участников обеспечивается, прежде всего, координирующей, интегрирующей ролью **коммуникационной среды** [47, 60, 63].

В работах зарубежных ученых (Г. Гантт, Ф. Тейлор, А. Файоль) в полной мере отражены основы теории и методологии управления проектами. Теоретические основы управления проектами были заложены в США в середине XX в. Так, ученый Л. Гу-

лик внедрил матричную организацию для реализации сложных проектов, что стало предпосылкой перехода от бюрократических организационных структур к адаптивным.

Развитие информационно-вычислительной техники привело к использованию ЭВМ для календарного планирования (М. Уолкер, Д. Келли), что привело к разработке метода критического пути. Данный метод был успешно протестирован при строительстве одного из американских химических заводов. Следующий метод – метод анализа и оценки работ проходил тестирование при решении задач военного ведомства США. В результате к концу 50-х гг. комитет, который курировал разработки аэрокосмических проектов NASA, сформулировал системный подход к управлению проектами на разных стадиях. Позже «копилка» методов была дополнена методом графической оценки и анализа – вероятностный метод сетевого планирования. Этот метод предполагает обращение к стратегическому моделированию в условиях многовариантности.

В 60-е гг. началось объединение профессиональных научных объединений и практических специалистов в сфере управления проектами. Было признано, что управление проектами является самостоятельной профессией. В результате возник Институт управления проектами, цель деятельности которого сводилась к консультативной поддержке при реализации различных проектов. К 70-м гг. были предложены профессиональные стандарты и этические нормы для специалистов в сфере управления проектами, а затем была заявлена новая профессия – *специалист по управлению проектами*.

История становления теории и практики управления проектами за рубежом свидетельствует о том, что институционализация управления проектами как профессиональной деятельности, начавшаяся с 80-х гг., включала в себя признание важности новой

профессии и разработку научных работ, создавших теоретический фундамент проектного менеджмента.

Отечественную историю становления теории и практики управления проектами следует вести с 30-х гг. XX в., когда интенсивно развивалась индустриализация сельского хозяйства и были реализованы масштабные индустриальные проекты. В этот период сформировалась теория организации строительного потока как основа современного управления строительством. Развитие методов сетевого планирования начинается в 50-е гг., а к концу 60-х гг. уже был разработан инструментарий сетевого моделирования, который по своему уровню превосходил зарубежные аналоги.

В 90-е гг. была создана ассоциация управления проектами СОВНЕТ. Первоначально она представляла собой профессиональную международную организацию, которая с 1991 г. стала национальным российским членом Международной ассоциации управления проектами. Организация СОВНЕТ активно функционирует. Наряду с ней следует выделить деятельность Московского и Санкт-Петербургского отделений американского Института управления проектами.

Итак, теория и практика управления проектами развивается быстрыми темпами, что обусловлено необходимостью динамичного решения современных экономических, социальных, образовательных, медицинских, экологических и иных задач.

Вопрос 2. Определение и классификация проектов

Широкая популярность проектирования в современной социальной практике не случайна и объясняется, прежде всего, значением, которое закреплено за проектом, а именно: проект изменяет социальную среду посредством формирования социальных ценностей; человек, реализующий проект, выступает в субъектной пози-

ции; люди в ходе реализации проекта могут реализовать разные модели поведения; происходит упорядочение общества на основе ценностного подхода; достигается идеал как наивысшее мыслительное выражение желаемого и должного [26].

Проект представляет собой описание конкретной ситуации, которая должна быть улучшена с помощью конкретных методов.

Если обратиться к международным и отечественным документам, то трактовки проекта будут следующие:

– проект – это временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов («Руководство к своду знаний по управлению проектами» Института проектного управления США);

– проект – это уникальный процесс, состоящий из совокупности скоординированной и управляемой деятельности с начальной и конечной датами, предпринятый для достижения цели, соответствующий конкретным требованиям, включая ограничения сроков, стоимости и ресурсов (Государственный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 10006-2005).

Многообразие современных проектов привело к разработке различных **классификаций проектов**.

По характеру основной проектной задачи:

– объектно-ориентированные проекты разрабатываются в соответствии со сложившимися в обществе нормативами. Проектная задача имеет определенный, конечный, ограниченный характер; затраты не велики, легко просчитываются. Эти проекты последовательно реализуются. В них может присутствовать творческая составляющая;

– проблемно-ориентированные проекты носят творческий характер. Цель таких проектов – решить проблему принципиально новым способом. Проектная задача может не быть четко очерчена. Затраты велики, могут быть просчитаны приблизительно. Такой проект может быть не реализован до конца;

– субъектно-ориентированные проекты связаны с поиском способов реализации определенной системы субъектных ценностей и интересов человека.

По масштабности. Специфика социального проектирования в России отличается преобладанием макропроектирования, т.е. преобладают объемы затрат, количество благополучателей, срок реализации макропроектов – свыше 10 лет.

По степени новизны:

– инновационные проекты предполагают создание объектов нового типа. В них присутствует творческое начало;

– поддерживающие проекты модернизируют или приспособливают объект к новым условиям функционирования.

По источникам финансирования: бюджетные, инвестиционные, спонсорские, благотворительные, кредитные, смешанные.

По направлениям деятельности: социальные проекты историко-культурной направленности, оздоровительные проекты, социально-педагогические проекты, проекты в сфере профессиональной культуры.

По содержанию проекта: социальные, экономические, организационные, технические, политические, комплексные проекты.

По признаку приоритетности выделяют главные и второстепенные проекты.

По длительности достижения – стратегические, тактические, оперативные, текущие или долгосрочные, среднесрочные и краткосрочные.

По степени обоснованности – обоснованные, слабо обоснованные, необоснованные проекты.

По признаку реалистичности – реальные, осуществимые; не-реальные, неосуществимые проекты.

По объему – общие, частные, локальные проекты.

По характеру – конечные и промежуточные проекты.

По степени выполнения – выполненные полностью, частично, невыполненные проекты.

Развитие информационно-коммуникационных технологий позволяет выделить **Интернет-проекты**, которые понимаются как коммерческие, так и социальные проекты, реализуемые с использованием широких возможностей информационных технологий (Интернет).

Признаки Интернет-проекта следующие: обязательное наличие цели; проведение активной предметной работы с целевой аудиторией в Интернет-пространстве; системность содержания (проект имеет определенную структуру, удобную и доступную для восприятия пользователями Интернета, и систему «прироста» материалов) [33].

Выделяют два основных вида проектов по функциям, выполняемым Интернетом в проектной деятельности [37, с. 27]:

– проект, созданный и реализуемый исключительно как цифровой продукт в сети Интернет. Проектный продукт представляет собой самостоятельный Интернет-ресурс (сайт, текстовый или видеоблог, сообщество в социальной сети Интернета и т.д.). В этом смысле близки понятия «Интернет-проект» и «Web-проект».

– проект, реализуемый с использованием возможностей и инструментов сети Интернет. Это отдельные элементы проекта, которые могут быть доступны как в реальном, так и в виртуальном пространстве. Дистанционное взаимодействие разработчиков и участников проекта в Интернет-сети не наделяют его признаками Интернет-проекта.

Ресурсы Интернета, которые могут быть использованы в ходе реализации онлайн-проектов, делятся на следующие группы:

1) контент-проекты: Интернет-СМИ, тематические и отраслевые сайты, поисковики и порталы;

2) онлайн-сервисы: бесплатные и платные почтовые сервисы, системы создания и хостинга сайтов и т. п.;

3) Интернет-услуги: Web-разработчики, дизайн-студии, Интернет-агентства, провайдеры доступа в сеть и хостинг-провайдеры;

4) электронная коммерция: магазины (как отдельные, так и сетевые системы магазинов), платежные системы, специализированные службы доставки и др. [37, с.39].

Анализ теоретических работ свидетельствует о развитии *хай-хьюм-технологий*, имеющих гуманитарную направленность и связанных с использованием ресурсов человеческого сознания как главной движущей силы развития современного общества. К этим технологиям относят: мобильный маркетинг с использованием различных портативных цифровых устройств; Web-сайты; модель поддержки существующего бизнеса (студии Web-дизайна, Интернет-агентства, Интернет-магазины, платные сервисы); механизм таргетирования, который позволяет выбрать из всей потенциальной Интернет-аудитории ту ее часть, которая удовлетворяет заданным критериям.

Профессиональное и грамотное таргетирование Интернет-аудитории позволяет подобрать точечные инструменты коммуникации и снизить издержки проекта.

Для нас интерес представляют социальные проекты.

Социальный проект – это сконструированное инициатором социальное нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы; воздействие на людей признается положительным по своему социальному значению.

К социальному проекту предъявляются следующие требования:

– ограниченность. Соблюдение этого требования позволяет контролировать ход реализации проекта. Предполагается, что со-

циальный проект имеет конкретные сроки реализации, четкие и измеряемые задачи, конкретные и измеряемые результаты, план и график работ, определенное количество ресурсов и т.д.;

- целостность. Смысл социального проекта ясен; каждая часть социального проекта соответствует замыслу и предполагаемому результату;

- последовательность. Части социального проекта соотносятся друг с другом, логически выстроены; цель и задачи определены с учетом проблемы и т.д.;

- объективность и обоснованность. Идея социального проекта является результатом научного осмысления проблемы и оценки возможностей воздействия на нее;

- компетентность разработчиков. Предполагается, что разработчики, члены команды социального проекта осведомлены в проблематике, обладают опытом, соответствующими компетенциями;

- жизнеспособность означает наличие перспектив развития социального проекта в будущем, его продолжение и возможность реализации в других условиях.

Итак, разработанные в прошлом веке классификации проектов актуальны и в настоящее время. Развитие информационно-коммуникационных технологий выдвигает на первый план Интернет-проекты, дополнительное исследование которых представляется актуальным и перспективным направлением.

Вопрос 3. Характеристика коммуникаций социального проекта

На протяжении XX в. общение неоднократно становилось предметом исследования различных дисциплин: психологии, лингвистики, философии, социологии, логики, теории информации и коммуникации, этнографии, социальной работы.

Значительный вклад в развитие представлений об общении внесли психологи. На основе анализа их представлений выделяют три группы значений этого понятия: объединение, создание общности, целостности («хорошая компания, друзья»); передача сообщений, обмен информацией («разговаривать, беседовать»); встречное движение, взаимопроникновение, нередко носящее тайный или интимный характер («глубоко понимать друг друга»).

Для лингвистов интерес представляет речевое общение, которое понимается как активность взаимодействующих людей, в ходе которой они, воздействуя друг на друга при помощи знаков (прежде всего, языковых знаков), организуют совместную деятельность. В этой активности целесообразно различать речевую и неречевую активность.

Под речевым общением Н.И. Формановская понимает взаимодействие и обмен посредством языка/речи информацией (текстами), в котором участвуют по крайней мере двое [50].

Описывая речевое общение, Л.П. Якубинский использует термины «обмен монологами» и «монологический диалог» [57].

В характеристике речевого общения В.В. Богданов выделяет «сиюминутность, преходящность, диалогичность, устность, спонтанность, разговорность, эллиптичность и экзофоричность, т.е. тесную вплетенность в экстралингвистический контекст» [6, с. 3]. Речевому общению ученый противопоставляет текстовое общение, которое посттемпорально и фиксировано и отличается подготовленностью, развернутостью, эндофоричностью, т.е. меньшей зависимостью от экстралингвистического контекста, следовательно, формальную и содержательную автономность.

Поскольку в социальном проекте за участниками (*субъекты коммуникации*) закреплены определенные социальные роли, реализация которых регламентирована, подчинена определенным задачам для достижения цели социального проекта, то наш интерес сосредоточится на деловой коммуникации.

Так, А.П. Панфилова предлагает понимать *деловую коммуникацию* как процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности. Конкретизируя суть деловой коммуникации, педагог отмечает в качестве предмета – деятельность (дело), а партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого [35, с. 15].

Деловая коммуникация представляет собой интегративное понятие, включающее: передачу информации (идей, образов, оценок, установок) от одного коммуниканта к другому и наоборот; канал, соединяющий коммуникантов; взаимодействие, с помощью которого информация передается и принимается, процесс передачи и приема информации [25].

Данное понимание позволяет при структурном анализе общения выделить три основные стороны этого процесса: коммуникативную, перцептивную и интерактивную. *Коммуникативная сторона* предполагает использование вербальных и невербальных средств общения. *Перцептивная сторона* – это процесс восприятия, взаимного познания субъектами социального проекта друг друга. *Интерактивная сторона* – взаимодействие субъектов, предусматривающее определенную форму организации совместной деятельности в социальном проекте.

Целевые установки, возникающие в процессе деловой коммуникации, определяют ее функции. В коммуникациях социального проекта сущность данных функций выражается в следующем:

Контактная функция заключается в установлении контакта между субъектами социального проекта как обоюдной готовности к приему, передаче сообщений и поддержанию взаимосвязи.

Информационная (инструментальная) функция сводится к обмену сообщениями, мнениями, решениями между субъектами социального проекта.

Побудительная функция предполагает стимулирование различных субъектов со стороны руководителя социального проекта и соответствующих специалистов для выполнения конкретных действий.

Координационная (интегративная) функция ориентирует на согласование действий всех субъектов при реализации социального проекта.

Функция понимания означает адекватное восприятие и понимание смысла сообщения, взаимное понимание между субъектами социального проекта.

Эмотивная (экспрессивная) функция направлена на возбуждение или изменение, управление субъектами своими эмоциями, регулировать их проявление.

Функция установления отношений позволяет субъектам осознавать и зафиксировать свое место в системе статусных, ролевых, деловых связей в социальном проекте.

Функция социализации сводится к тому, что работа субъектов на разных стадиях социального проектирования может привести к изменению состояния, поведения, личностно-смысловых образований личности посредством развития навыков культуры деловой коммуникации, делового этикета.

Опираясь на коммуникативную теорию В.А. Горяниной, выделяем следующие особенности деловой коммуникации:

1) отношения двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом (при этом взаимное их информирование предполагает налаживание совместной деятельности);

2) возможность взаимного влияния партнеров друг на друга посредством системы знаков (вербальные и невербальные коммуникации);

3) коммуникативное влияние лишь при наличии единой или схожей системы кодификации и декодификации у коммуникатора

(человека, направляющего информацию) и реципиента (человека, принимающего ее);

4) возможность возникновения коммуникативных барьеров (в этом случае четко выступает связь, существующая между общением и отношением) [12].

Условиями, необходимыми для деловой коммуникации, выступают:

1. Обязательность контактов для участников общения, независимо от их симпатий и антипатий.

2. Предметно-целевое содержание коммуникации.

3. Соблюдение формально-ролевых принципов взаимодействия с учетом ролей, функциональных обязанностей, придерживаясь при этом субординации и делового этикета.

4. Взаимозависимость всех участников деловой коммуникации и в достижении конечного результата, и при реализации личных намерений.

5. Коммуникативный контроль участников взаимодействия, в том числе высокий (игра, манипулирование).

6. Формальные ограничения:

– конвенциональные ограничения сводятся к соблюдению правовых, социальных норм, следование регламентации;

– ситуативные ограничения предполагают, что взаимодействие соответствует ситуации, регламенту, допустимым коммуникативным средствам и т.п. для достижения ожидаемого результата;

– эмоциональные ограничения заключаются в проявлении стрессоустойчивости, эмоциональной культуры;

– насильственные ограничения допустимы в ситуациях, когда содержание информации не носит предметного характера, нарушен регламент или партнер демонстрирует агрессивное поведение [35, с. 15–16].

Исходя из этого, заключаем, что анализ деловой коммуникации представляет собой процесс, в ходе которого выявляется, с

помощью каких средств происходит перемещение представлений, знаний, настроений, субъективного опыта от одного человека к другому. Поскольку между коммуникантами существует расхождение во мнениях, взглядах, оценке событий, возможно двойное толкование события, наблюдаются различия в поведении людей, обусловленные их жизненным опытом, конкретной ситуацией, установками и т.п. [8], то деловая коммуникация может выступать источником конфликта.

Из заявленных определений и характеристик речевого общения следует, что общение имеет форму диалога в широком смысле этого слова.

Соотношение теории Д.Г. Богусевича со спецификой социального проектирования позволяет характеризовать коммуникации социального проекта по критерию «ролевая структура» как *ограниченное общение*, в котором роли распределены и вмешательство или захват чужой роли рассматривается как нарушение модели общения.

Теоретический анализ научных работ позволяет охарактеризовать коммуникации социального проекта следующим образом: они часто представлены в официальной форме и носят межличностный характер. Эффективность коммуникации определяется ее построением по *модели согласия* (Д.Г. Богусевич). Между субъектами социального проекта могут возникать разные типы диалогов: *информационный*, который характеризуется разрывом знаний между партнерами, и *интерпретационный*, в котором присутствует сравнение интерпретаций действительности партнерами по общению. Поскольку тезаурусы субъектов социального проекта могут различаться, то велика вероятность возникновения конфликтных ситуаций и, соответственно, развития коммуникации по *модели конфликта*. Характеризуя формы коммуникации, отметим синтез *официальной и неофициальной форм*. По критерию социальный контекст коммуникации социального проекта являются

открытыми, что во многом связано с распространением социальных проектов в социальной работе.

Опираясь на классификацию Н.И. Формановской, по положению коммуникантов коммуникации социального проекта относятся к *контактной коммуникации*, поскольку коммуниканты не разделены пространством и временем (отсутствует какой-либо опосредующий «аппарат»), высказывания строятся и интерпретируются с опорой на данную коммуникативную ситуацию, в деловой коммуникации присутствуют невербальные средства, имеющие информативную значимость [50].

Вместе с тем коммуникацию в социальных проектах можно определить и как *дистантную коммуникацию*, поскольку собеседники могут быть разделены пространством и временем, например, при разговоре по телефону или при общении в сети Интернет. Кроме этого исключается зрительное восприятие партнера и жестово-мимического приема/передачи информации (исключение составляет общение в скайпе). Дистантную коммуникацию обычно связывают с опосредованной коммуникацией, предполагающей наличие опосредующего «аппарата». В свою очередь *непосредственная коммуникация* предполагает нахождение субъекта в коммуникативном пространстве говорящего и визуальный контакт с ним. Деловая коммуникация может осуществляться через опосредующего адресата, который передает информацию непосредственному адресату информации. Дистантная коммуникация реализуется, например, при решении задач, связанных с размещением сообщений с помощью Интернета. Таким образом, *объект коммуникации* разнообразен.

С учетом целей и мотивов участников деловой коммуникации выделяют: *модальную коммуникацию*, цель которой – психологический контакт, психологические взаимоотношения. Данная целевая установка позволяет обеспечить субъектам социального про-

екта, прежде всего, эмоциональную поддержку. В свою очередь *диктальная коммуникация* (цель – передача информации, побуждение партнера к какому-либо действию) может проявляться на всех этапах социального проектирования.

По форме существования языка деловая коммуникация может быть устной и письменной. *Устная коммуникация*, как правило, связывается с признаками контактности и непосредственности, а *письменная* – с признаками дистантности и опосредованности. Письменный деловой текст подчиняется более строгим правилам лексического и синтаксического отбора и отличается точностью наименования адресата информации. Письменные тексты легко обозримы, т.к. отличаются членением их на пункты, подпункты, наглядной внешней формой построения, регламентацией заголовков и подписей.

Устная деловая коммуникация связывается с признаками контактности и непосредственности, а также сопровождается невербальными элементами, несущими смысловую нагрузку. Деловая коммуникация непосредственно связана с речевой ситуацией и неотделима от нее, что обуславливает наличие фоновых знаний, необходимых для поддержания диалога. Участники деловой коммуникации не разделены пространством и временем, высказывания строятся и интерпретируются с опорой на данную коммуникативную ситуацию, наличие невербальных средств общения, которые также информативно значимы (порой даже в большей степени, чем вербальные).

В контексте социального проектирования обращаем внимание, что форма коммуникации определенным образом влияет на *точки коммуникации*.

Анализируя речевое общение, несомненно, следует выделить и непосредственную, устную, диалогическую коммуникацию, что образует совокупность признаков, отличающих речевую коммуникацию от текстовой.

Устная деловая коммуникация построена так же, как и письменная, по законам делового стиля: выражается в клишированных выражениях, фразах, идиомах и др., а также имеет свой набор жанров, типичных именно для устной деловой коммуникации.

Текстовая коммуникация, как и речевая коммуникация, происходит во всех функциональных стилях и многочисленных жанрах внутри этих стилей, что и вызывает постоянный интерес исследователей к изучению данного типа коммуникации. Бесспорным является наличие четкой границы между речевой и текстовой коммуникацией, отсюда возникает и противопоставленность жанров речевой и текстовой коммуникации. Деловые тексты имеют жесткую текстовую форму письменного текста, которая определена закрепленностью каждой части по формально-логическому принципу организации, строгостью правил оформления документа. Соответствие форме документа, представляющей собой совокупность элементов оформления и содержания, оцениваемых с точки зрения их состава, объема, последовательности расположения и взаимной связи, является строго необходимым для текста деловой письменности.

Письменная коммуникация в социальных проектах приобретает актуальность в связи с развитием сети Интернет. Как следствие: **виртуальная коммуникация** (компьютерное общение, коммуникация в виртуальной среде, электронная коммуникация) влияет на традиционные коммуникации, позволяет людям самореализовываться в коммуникациях, влияет на изменения в словарном запасе, структуре языка и т.д. [11, с. 107].

У этой коммуникации выделены следующие *признаки*: электронный сигнал является каналом коммуникации; участники разделены в пространстве и во времени; коммуникация носит опосредованный характер; участники преимущественно находятся в статусном равновесии; эмоции передаются с помощью эмотико-

нов; компьютерная этика имеет свою специфику и др. Кроме этого, средства разговорной речи (интонация, тон) адаптированы к письменной форме паралингвистических средств (рисунок, фотография, шрифт, цвет, графические символы и др.).

Результатом становится письменная разговорная речь, а с ней и новые речевые жанры. Среди жанров выделяют: блоги, дискуссионные форумы, запись в гостевой книге, компьютерные конференции, сетевой дневник, чат-коммуникация, электронная почта / e-mail, электронные доски объявлений [11, с. 108].

Применительно к практике управления проектами зарубежные исследователи подразделяют коммуникации на следующие *типы*:

- внутренние (внутрипроектные) и внешние – соответственно коммуникации, проходящие только внутри проектной команды в рамках определенного проекта, и проходящие между участниками проектной команды и другими участниками проекта, такими как представители клиента, сотрудники сторонних подразделений, привлеченных к реализации проекта, и т.п.;

- формальные и неформальные – коммуникации, осуществляемые в соответствии утвержденным административным процедурам или же осуществляемые на основе нерегламентированных, неофициальных отношений между людьми;

- письменные и устные коммуникации [72].

Цели общения и возникающая психологическая дистанция между партнерами по общению позволяют выделить уровни общения. Выделенные в научной литературе уровни общения проявляются в коммуникациях социального проекта следующим образом.

Ритуальный (социально-ролевой) уровень коммуникации свойственен крупномасштабным социальным проектам. При этом в характере коммуникации независимо от степени знакомства

коммуникантов может сохраняться анонимность. Например, во время церемонии, посвященной отмечанию заслуг волонтеров во время проведения крупномасштабной акции, конкретные имена участников-волонтеров могут не называться.

Деловой (манипулятивный) уровень коммуникации проявляется в социальных проектах на мезо-уровне. На данном уровне между субъектами может устанавливаться Я-Вы контакт.

Интимно-личностный уровень коммуникации проявляется в социальных проектах на микроуровне, т.е. в полной мере его можно наблюдать при непосредственном общении между субъектами социального проекта. На этом уровне удовлетворяются потребности в понимании, сочувствии, сопереживании и преобладает Я-Ты контакт.

Итак, *коммуникации в социальных проектах* представляют собой процессы, связанные с обеспечением своевременного и соответствующего формирования, сбора, распространения, хранения и размещения информации. В характеристике коммуникаций социального проекта подчеркнем наличие различных субъектов (внутренние участники социального проекта, структурные единицы учреждения или организации и социального проекта, а также внешние участники), которые наделены определенным функционально-ролевым репертуаром, накладывающим отпечаток на коммуникации социального проекта. Следующий пункт в характеристике – коммуникация осуществляется посредством языка/речи информацией (текстами). Доминирующей формой коммуникаций социального проекта является диалог. Коммуникации подчинены определенным условиям, несоблюдение которых способно привести к рискам. Будучи сложной по своим проявлениям, коммуникация, классифицируемая по положению субъектов, по форме существования языка и другим основаниям, по-разному проявляется (к ней предъявляют разные требования) на этапах социального проектирования.

Все это указывает на необходимость организации процесса управления коммуникациями социального проекта с целью обеспечения участников своевременной и актуальной информацией по социальному проекту, решения проектных задач.

Управление коммуникациями проекта – это область знаний, включающая в себя процессы, необходимые для своевременного создания, сбора, распространения, хранения, получения и в конечном итоге использования информации проекта» [40].

Среди основных задач, решаемых в управлении коммуникациями социального проекта, выделяем: определение потребностей субъектов социального проекта в информации и коммуникациях; своевременное представление требуемой информации всем субъектам социального проекта; сбор, распространение и хранение информации о выполнении работ социального проекта; управление коммуникациями в контексте удовлетворения требований субъектов социального проекта и решения различного рода коммуникационных проблем [36, с. 74].

Поскольку субъекты социального проекта могут быть территориально удалены друг от друга, значение коммуникаций и управления ими становится особо актуальным вопросом. Необходимо согласовывать действия субъектов, выявлять их ожидания, потребности, решать возникающие трудности – все это вновь указывает на важность управления коммуникациями социального проекта. В социальном проекте формируется определенная сеть социальных связей между субъектами, могут развиваться неформальные отношения – этот аспект также нуждается в управленческом осмыслении. Не случайно исследования влияния неформальных связей на результативность различных проектов привлекают внимание ученых из разных сфер научного знания [61, 64, 65].

Анализируя причины низкой результативности некоторых проектов, связанных с информационными технологиями, зарубеж-

ные исследователи подчеркивают роль конфликтов и разрывов в коммуникациях как ведущих причин [69].

В результате учета зарубежного и отечественного опыта управления коммуникациями проектов отечественный ученый Е.М. Белый сформулировал требования в отношении системы коммуникаций социального проекта [4, с. 196.].

Требования, сформулированные в отношении
системы коммуникаций
(по Е.М. Белому)

- 1. Система коммуникаций должна быть понятной всем ее участникам.*
- 2. Коммуникации должны обеспечивать участников всей необходимой информацией вовремя и в достаточном для принятия решения объеме.*
- 3. Система коммуникаций не должна быть дорогой.*
- 4. Система коммуникаций должна приниматься и использоваться всеми участниками.*
- 5. Система коммуникаций должна использовать существующие правила и регламенты информационного обмена и документооборота, принятые в компании.*

Итак, управление коммуникациями социального проекта позволяет обеспечить принятие обоснованных и своевременных решений, увеличивает ценность результатов социального проекта за счет вовлечения заинтересованных сторон в соответствии с их ожиданиями и потребностями и повышает качество и скорость реализации социального проекта за счет использования предыдущего опыта социального проектирования.

Вопросы для обсуждения

1. Приведите примеры того, как социальные проекты улучшили функционирование социальной сферы, позволили решить социальные проблемы.

2. Зарубежные исследователи подчеркивают приоритетную роль коммуникаций, связывая результативность проекта, прежде всего, с взаимоотношениями между людьми в проекте, нежели с процессами, системами. Насколько вы разделяете эту точку зрения?

3. Обратите внимание на классификации проектов и ответьте на вопросы:

- Какие типы проектов вам знакомы?
- В каких проектах непосредственно принимали участие?
- Какие типы проектов интересны на перспективу? Обоснуйте ответы.

4. Насколько распространены Интернет-проекты в социальной работе? В чем причина?

5. Представьте характеристику коммуникаций социального проекта.

6. В чем значение управления коммуникациями социального проекта?

Задание для самостоятельной работы

Подготовьте доклады на следующие темы:

1. Результаты исследования трудовых процессов Ф. Тейлора и их значение в становлении теории управления проектами.
2. Вклад Г. Гантта в практику управления проектами.
3. Сущность базовых функций менеджмента А. Файоля и их значимость для управления проектами.

4. Отечественная история становления управления проектами.
5. Основные направления деятельности российских организаций по проектному менеджменту.
6. Примеры социальных проектов с учетом различных оснований классификации проектов.

Тема 2. СУЩНОСТЬ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОЕКТЕ

Вопросы для изучения

1. Сущность понятий «компетенция» и «компетентность».
2. Понятие коммуникативной компетентности.
3. Структура коммуникативной компетентности.

Ключевые понятия: компетенция, компетентность, коммуникативная компетенция, коммуникативные знания, коммуникативные умения, коммуникативные способности, вербальная и невербальная (социокультурная) компетентность, стратегический уровень коммуникативной компетентности, тактический уровень коммуникативной компетентности, технический уровень коммуникативной компетентности, коммуникативная некомпетентность.

Вопрос 1. Сущность понятий «компетенция» и «компетентность»

Успешность управления коммуникациями социальных проектов обеспечивается наличием у коммуникантов высокого уровня культуры (в том числе культуры слова и культуры письма). В связи с этим возникает потребность целенаправленного формирования у личности коммуникативной компетентности, главной составляющей которой является вербальное общение (деловая коммуникация).

В первую очередь представим анализ понятий «компетенция» и «компетентность». Данные понятия трактуются неоднозначно: если Н.С. Колмогорова, М.К. Кабардов, Д.А. Новиков отождествляют эти понятия, то А.К. Маркова, Н.А. Морозова, И.И. Рыданова, Г.К. Селевко дифференцируют их. Большинство ученых сходится во мнении о том, что компетенция – это отчужденное, наперед заданное требование к образовательной подготовке обучающегося, а компетентность – уже состоявшееся качество обучающегося. Кроме этого «компетентность представляет собой результат научения или обученность, в то время как компетенция – это то, что порождает умение, действие. Ее можно рассматривать как возможность установления связи между знанием и ситуацией или, в более широком смысле, как способность найти, обнаружить процедуру (знание и действие), подходящую для решения проблемы» [56, с. 151.].

В «Словаре современных понятий и терминов» понятие «*компетенция*» трактуется следующим образом: 1) знания и опыт в определенной области; круг вопросов чьей-то особой осведомленности; 2) узаконенный круг, объем полномочий и прав должностного лица или учреждения [45, с. 199].

В «Толковом словаре русского языка» компетенция определяется как круг вопросов, явлений, в которых данное лицо обладает авторитетностью, познанием, опытом [34].

Анализ определений понятия «компетенция», представленных в научных работах, позволяет выделить следующие основные подходы к определениям.

1. Компетенция как *качество личности* трактуется А.В. Хуторским следующим образом – это совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов, необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним [52].

2. Компетенция как *способность личности* широко представлена в определениях отечественных ученых. Компетенция – это общая способность и готовность личности к деятельности, основанные на знаниях и опыте, которые приобретены благодаря обучению, ориентированные на самостоятельное участие личности в учебно-познавательном процессе, а также направленные на ее успешное включение в трудовую деятельность, – таково определение, данное И.И. Агаповым и С.Е. Шишовым [55].

Компетенция, согласно трактовке Н.Г. Миловановой и В.Н. Прудаевой, – способность к осуществлению практической деятельности, требующей наличия понятийной системы и понимания, соответствующего типа мышления, позволяющего оперативно решать возникающие проблемы и задачи [24].

3. Компетенция как *требование профессии* – индивидуальная характеристика степени соответствия требованиям профессии.

Итак, компетенция трактуется как уровень развития личности или как образовательный результат, позволяющий личности действовать в профессиональной среде.

В свою очередь компетентность выступает производным, вторичным по отношению к компетенции понятием. Г.К. Селевко указывает, что формант «-ность» означает степень овладения качеством [41, с. 138].

Понятие «компетентный» раскрыто В.А. Макаренко («Словарь современных понятий и терминов») следующим образом: нем. kompetent от фр. competent от лат. competent (competentis) – соответствующий; способный. В первой, предложенной в этом словаре, трактовке, компетентный – это осведомленный, авторитетный, внушающий доверие. Во второй трактовке: наделенный полномочиями решать что-то [45, с. 199].

Согласно словарю С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, **компетентность** (от лат. competens – соответствующий, способный) – глубокое, доскональное знание существа выполняемой работы,

способов и средств достижения намеченных целей, а также наличие соответствующих умений и навыков [34].

На основании анализа определений понятия «компетентность», представленных в работах В.С. Безруковой, И.А. Зимней, Дж. Равена, А.А. Черемисиной, среди характеристик выделим следующие.

1. *Личностное качество человека: прижизненно формируемое, этносоциокультурно обусловленное, актуализируемое в деятельности, во взаимодействии с другими людьми, основанное на знаниях, интеллектуально и личностно обусловленное интегративное личностное качество человека, которое, развиваясь в образовательном процессе, становится и его результатом* [16].

2. *Способность («специфическая», «общая», «устойчивая») человека к деятельности, необходимая для эффективного выполнения конкретного действия и включающая узкоспециальные знания, приобретенные в процессе обучения, особого рода предметные навыки, умения, способы мышления, а также понимание ответственности за свои действия* [38, 54, 55].

3. *Владение знаниями и умениями: «владение знаниями и умениями, позволяющими высказывать профессионально грамотные суждения, оценки и мнения»* [6]. В связи с этим уместно указать на мнение А.М. Новикова, который понятие «компетентность» представляет альтернативой понятию «профессионализм». При этом компетентность относится к технологической подготовке, профессионализм в свою очередь определяет содержание профессионального характера, компоненты которого включают «базисные квалификации» [32].

Отсутствие смыслового единства наблюдается и в основном документе, регулирующем систему высшего образования – Государственном образовательном стандарте. Например, в Федеральном Государственном Образовательном Стандарте высшего профессионального образования по направлению подготовки «Со-

циальная работа» (квалификация «бакалавр», «магистр») 3++ в качестве основополагающих характеристик выпускника приводятся компетенции, которые определяются через понятия «способность», «готовность», а также глаголы «уметь», «владеть».

К настоящему времени выделено достаточное количество различных видов ключевых компетенций (интеллектуальная, интеллектуально-информационная, корпоративная, культурологическая, познавательная, психологическая, технологическая и др.), представляющих собой наиболее универсальные по своему характеру и степени применимости компетенции. По сути, они надпредметны. Однако единый подход к их классификации отсутствует.

Вопрос 2. Понятие коммуникативной компетентности

Среди существующих видов компетенций в этом учебном пособии акцентируем внимание на **коммуникативной компетентности**. Впервые определение «коммуникативная компетентность» предложил Д. Хаймс (1972 г.), дополнив понятие «лингвистическая компетентность», выдвинутое Н. Хомским (1965 г.). Он утверждал, что высказыванию присущи свои правила, которым подчиняются правила грамматики и усвоение которых обеспечивает способность пользоваться языком в процессе коммуникации [39].

Ученый-антрополог Д. Хаймс использовал термин «коммуникативная компетенция» для обозначения способности человека использовать коммуникативный набор языковых средств, имеющих в его памяти, с целью восприятия и построения программ речевого поведения в устной и письменной форме с учетом социальных и культурных норм общества, т.е. способности быть участником речевой деятельности. Согласно Д. Хаймсу, коммуникативная компетенция представляется умением управлять тем,

что, где, когда, почему, как говорят, т.е. коммуникативная компетенция объединила когнитивные, психологические, социальные, культурные факторы. В итоге коммуникативная компетентность понимается, как способность человека адекватно общаться в конкретных коммуникативных ситуациях и его умение организовать речевое общение с учетом социокультурных норм поведения и коммуникативной целесообразности высказывания [67].

Творчески осмыслив идеи Д. Хаймса, французский лингвист С. Савиньон определила коммуникативную компетенцию как «способность функционировать в реальной обстановке общения, т.е. в динамическом обмене информацией, где лингвистическая компетенция должна приспособиться к приему обширной информации (как лингвистического, так и паралингвистического характера) со стороны одного собеседника или более» [73].

Дж. Гумперц предлагает следующее определение коммуникативной компетенции: «Это знание и соблюдение определенных норм общения для того, чтобы суметь привлечь к себе внимание собеседника, быть понятым и поддержать разговор» [66].

Отечественный исследователь В.Н. Куницына считает, что коммуникативная компетенция является компонентом социальной компетентности, в связи с чем, проблема коммуникативной компетентности находится «на стыке» социальной психологии и гуманистической педагогики [56, с. 152].

Действительно, психологи и педагоги внесли значительный вклад в изучение коммуникативной компетентности. Так, приверженцы бихевиористской концепции (Б. Скиннер, Э. Торндайк, У. Хантер) используют понятие «поведенческая умелость». Обучение коммуникативной компетентности при этом подходе сводится к организации специальной тренировки и предоставление моделей, демонстрирующих нужные образцы поведения и деятельности. Важным представляется изучение и последующее изменение среды жизнедеятельности личности.

Сторонники транзактного анализа (Э. Берн) рассматривают коммуникацию как ряд сменяющих друг друга вариантов взаимодействия, состоящих из трех основных элементов: чувств и желаний детей («ребенок»); родительских ценностей и норм поведения («родители»); самостоятельного рассудочного восприятия мира («взрослый»).

В рамках когнитивного направления (Ж. Пиаже, Дж. Келли, К. Фишер) главными регуляторами коммуникации признаются характеристики социально-перцептивных процессов и система ожиданий личности. В процессе обучения внимание сосредотачивается на навыках оценки личностью собственной компетентности, навыков контроля поведения, поиска цели, индивидуализации тактик и стратегий деятельности, планирования [5].

Обратимся к определениям понятия коммуникативная компетентность, предложенным отечественными авторами. Ю.М. Жуков, Л.А. Петровская и П.В. Растянкин трактуют коммуникативную компетентность как «способность устанавливать и поддерживать необходимые контакты с другими людьми» [14, с. 9].

Коммуникативная компетентность является системой внутренних ресурсов личности, необходимых для осуществления человеком эффективных коммуникативных действий [9]. Согласно точке зрения А.В. Брушлинского, эти ресурсы включают в себя когнитивные возможности человека по восприятию, оценке и интерпретации ситуаций, планирование коммуникативных действий в общении с людьми, правила регуляции коммуникативного поведения и средства его коррекции. Предполагаем, что эти ресурсы формируются у будущих специалистов социальной работы с помощью интерактивных форм обучения.

Коммуникативная компетентность определяется, как способность человека успешно функционировать в обществе. Она проявляется в особенностях межличностного поведения индивида,

определяющего эффективность или неэффективность его контактов с окружающими [7]. Определение коммуникативной компетентности через совокупность коммуникативных качеств личности характерно для И.Р. Алтуниной. К ним она относит черты характера, способности личности, а также поведение личности в общении [31].

В основу определений коммуникативной компетентности ученые закладывают следующие ключевые слова: «*способность*» (М.Ю. Балдина, И.А. Зимняя, Ю.Н. Емельянов, М.А. Кормилицына, Л.А. Петровская, О.Б. Сиротинина), «*готовность*» (Ю.А. Конев, Р.П. Дондокова, А.В. Шевкун и др.), «*совокупность знаний, умений и навыков*» (И.Н. Зотова, Н.В. Казаринова, В.Н. Куницына, А.В. Мудрик, В.М. Погольша и др.), «*характеристика личности*» (Н.В. Басалаева, Т.А. Бахор, Т.В. Захарова, Н.К. Игнатьева, Т.В. Казакова, Е.В. Киргизова, Л.А. Петровская), «*межличностный опыт*» (Дж. Равен), «*система коммуникативных действий*» (С.В. Знаменская), «*система внутренних ресурсов личности*» (Т.В. Захарова, Т.В. Казакова и др.), «*уровень сформированности межличностного опыта*» (Ю.Н. Емельянов).

Итак, несмотря на отсутствие единого толкования коммуникативной компетентности, общепризнанным является признание значения ее сформированности, что продиктовано необходимостью решения личностью социально и личностно-значимых задач. Не случайно коммуникативная компетентность признается компонентом социальной компетентности (В.Н. Куницына).

Вводим рабочее определение **коммуникативной компетентности** как характеристики личности, способной устанавливать и поддерживать эффективную коммуникацию в социальном проекте.

Идея о необходимости выдвижения коммуникативной компетентности в качестве ключевой при управлении коммуникациями социального проекта поддержана мнением Д.А. Иванова,

К.Г. Митрофанова, О.В. Соколовой, которые выделяют три причины подобного внимания [19].

1. Общественный запрос, или «вызовы времени». Данная причина актуальности коммуникативной компетентности связана, во-первых, с дефицитом практических коммуникативных умений у выпускников школ. Этим объясняется рост предложений об организации коммуникативных тренингов и т.п. Во-вторых, возросла роль электронных коммуникационных систем, в речи используются такие термины как «виртуальные переговоры», «телеобмен», «виртуальная конференция» и др. В деловой сфере важным становится умение эффективно взаимодействовать с социальными партнерами. В-третьих, возникновение поликультурного общества требует развития компетентности в сфере межкультурной коммуникации.

2. Потребности сферы образования. Они сводятся к необходимости развития практических способностей и умений, необходимых человеку для достижения успеха в личной, профессиональной и общественной жизни, осуществление чего возможно при высокой коммуникативной компетентности.

3. Коммуникация не сводится лишь к вербальной коммуникации, а является способом и одновременно условием существования любого макро- или микрочеловеческого сообщества.

В связи с этим обращение к проблеме коммуникативной компетентности наблюдается применительно к различным видам общения: от социально-бытового до делового общения. Особый интерес закономерно возникает в контексте профессий типа «человек-человек», к которым относят профессии врача, журналиста, педагога, специалиста социальной работы и других. Теоретический анализ работ позволяет выделить основные аспекты научного интереса: исследователь О.Б. Сиротина анализирует коммуникативную компетентность как общее для всех сфер общения понятие [57], М.А. Кормилицина [22] обращает внимание на

показатели коммуникативной компетентности журналиста. Исследователи Е.В. Акулова [2], Г.С. Куликова [24] рассматривают проявления коммуникативной компетентности у специалистов средств массовой информации (телевидение, радио). Т.А. Милехину интересует коммуникативная компетентность представителей бизнеса [28]. О.Н. Струкова в качестве предмета научного анализа выдвигает коммуникативную компетентность руководителя [46], Т.П. Вострикова обращается к проблеме формирования коммуникативной компетентности у социальных педагогов и социальных работников [10].

Дополнительным аргументом, актуализирующим обращение к проблеме коммуникативной компетентности, выступает мнение Г.С. Куликовой, утверждающей, что у молодежи отсутствует коммуникативная компетентность, что становится причиной коммуникативных рисков в общении между людьми разных поколений, у которых существует разное понимание обязательности употребления этикетных средств (как этикетных формул, так и поддерживающих реплик, соответствующих требованиям этикета); нежеланием вступать в речевое взаимодействие; несоблюдением статусно-ролевого поведения в ситуациях делового общения и т.д. [23]. Этот аргумент позволяет выделить коммуникативную компетентность как важную составляющую портретов субъектов социальных проектов.

Вопрос 3. Структура коммуникативной компетентности

Теоретический анализ научной литературы не позволяет выделить единого понимания структуры коммуникативной компетентности. Ядром коммуникативной компетентности выступает речевая коммуникация, в основе которой находятся социальные взаимодействия, регулирующие социальные отношения. Механизм

реализации коммуникативной компетентности описывается на двух уровнях: коммуникативном, на котором собеседники представлены по их активности в диалоге, и социологическом, на котором собеседники рассматриваются в качестве носителей определенных социальных ролей [3].

Составляющей коммуникативной компетентности является способность «владеть языком», означающая:

а) уметь выражать заданный смысл разными (в идеале всеми возможными в данном языке) способами (способность к перефразированию);

б) уметь извлекать из сказанного на данном языке смысл, в частности – различать внешне сходные, но разные по смыслу высказывания и находить общий смысл у внешне различных высказываний;

в) уметь отличать правильные в языковом отношении предложения от неправильных.

В социономической практике используется синонимичный термин «компетентность в общении» (С.И. Григорьев). Эта компетентность проявляется в устном и письменном общении, диалоге и монологе, кросскультурном общении, опыте и готовности к общению в разных коммуникативных ситуациях, умении контролировать коммуникативный процесс [13, с. 7–8].

К составляющим коммуникативной компетентности относят: коммуникативные знания; коммуникативные умения; коммуникативные способности [15].

Коммуникативные знания – это знания о сути общения, коммуникативных методах и приемах, действии, которое они оказывают, их возможностях и ограничениях, знание о степени развития у конкретной личности коммуникативных умений и возможностях их реализации в собственной практике. К числу таких знаний В.П. Захаров относит знания по психологии лично-

сти, группы, общения, И.Р. Алтунина – знания о себе участников общения, З.С. Смелкова – знания о способах целенаправленного и релевантного использования речевых средств для решения задач общения, В.А. Лабунская – знания о невербальной коммуникации [17].

Коммуникативные умения – это умения правильно, грамотно, доходчиво объяснять свою мысль и адекватно воспринимать чужую; комплекс осознанных коммуникативных действий, основанных на высокой теоретической и практической подготовленности личности.

Коммуникативные способности – индивидуальные психологические особенности личности, обеспечивающие эффективное взаимодействие и адекватное взаимопонимание между людьми в коммуникации.

Понятие коммуникативной компетентности усложняется включением в него *коммуникативных установок* (В.А. Горянина), необходимых для эффективной коммуникации: активные позиции партнеров, совместная разработка целей, разделение ответственности за результаты деятельности, доброжелательные и доверительные отношения, решение конфликта и т.д. Однако стоит иметь в виду, что конфликтное общение не всегда связано с низким уровнем коммуникативной компетентности субъекта. Причина может зависеть от цели, которую преследует человек [17, с. 227].

Исследователь И.В. Вяткина в работе «Русский язык и культура речи» в состав коммуникативной компетенции специалиста включает следующие компоненты:

- лингвистическая компетенция (владение орфоэпическими, лексическими, морфологическим, синтаксическими нормами современного русского литературного языка);
- лингвопрагматическая компетенция (умение правильно оценивать и не нарушать социолингвистический контекст речи);

– социокультурная компетенция (знание правил речевого и неречевого поведения в типичных ситуациях общения, в том числе учет специфики межкультурного диалога);

– дискурсивная компетенция (знание правил построения риторически грамотного текста);

– стратегическая компетенция (умение отбирать и использовать наиболее эффективные речевые технологии для решения прогнозируемых задач).

Научный коллектив кафедры русского языка и речевой коммуникации Саратовского университета (О.Б. Сиротинина, М.А. Кормилицына, Е.П. Захарова) разработал типологию составляющих коммуникативной компетентности, в которой каждая составляющая представлена соответствующим набором знаний и умений [22, с. 14–15]:

1. *Языковая компетенция* (правильность речи (знания орфоэпические, акцентологические, орфографические, пунктуационные, морфологические, синтаксические, лексико-семантические); творческая целесообразность речевых изменений в значении слов, их сочетаемости, фразеологизмах, наращении смысла; баланс стандарта и творчества в речи).

2. *Этическая составляющая* (приоритет убеждения при ограниченности манипулирования; уважение к адресату и забота о нем; приоритет вежливости; толерантность; ограниченность категоричности; приоритет скромности).

3. *Риторическая грамотность* (знание риторических законов и умение ими пользоваться; стремление к гармонизации речи и поиску компромисса; умение предупреждать возникновение конфликтов и гасить возникшие; соблюдение принципов необходимой и достаточной информативности).

4. *Собственно коммуникативная составляющая* (умение учитывать конкретную ситуацию общения; умение ориентиро-

ваться на конкретного адресата; всемерная помощь адресату для правильной интерпретации сказанного/написанного; умение адекватно реагировать на реплики собеседника; умение слушать; владение как диалогической, так и монологической формой речи, соблюдение избранной стратегии и использование эффективных для нее тактик; выбор тональности в соответствии с типом общения; выбор жанра, формы речи и типа общения соответственно коммуникативным условиям общения; умение целесообразно пользоваться системой знаков невербальной коммуникации).

Компонентами коммуникативной компетентности являются: **вербальная и невербальная (социокультурная) компетентность** [53].

Вербальную компетентность определяют как уместность высказываний, учет контекста и подтекста высказывания, отсутствие трудностей в письменной и устной речи, вариативность интерпретации информации, хорошую ориентацию в сфере оценочных стереотипов и шаблонов, множественность смыслов употребляемых понятий, метафоричность речи. Компетентность в данном случае характеризует субъекта общения, его субъективные качества [53, с. 148].

Невербальная компетентность предполагает наличие знаний в области истории и культуры своей и других стран, того региона, в котором вырос, живет в настоящее время специалист, представлений о специфике поведенческого и речевого этикета; сформированность на их основе соответствующего отношения к социальным и культурным ценностям [53, с. 149].

В послесловии к книге И. Атватера отечественный ученый Ю.М. Жуков подразделяет коммуникативную компетентность не на компоненты, а на *уровни*. Первый из них – **стратегический** – представляет собой комплекс ориентаций, выражающих отношение к общению как к цели или как к средству; ориентация на диалог или на монолог, на интимно-личностные или на функциональ-

но-ролевые отношения. *Тактический* уровень включает знание правил организации общения. *Технический* уровень – приемы, позволяющие реализовать намеченную стратегическую линию [17, с. 227].

Таким образом, коммуникативная компетенция раскрывается, прежде всего, во взаимоотношениях между людьми, в особенностях этих взаимоотношений, умении управлять общением в разных ситуациях, добываясь коммуникативной цели.

Однако наряду с коммуникативной компетентностью исследователь О.Б. Сиротинина обращает внимание на существование коммуникативной некомпетентности. Выявляя ее составляющие и их проявления в разных сферах общения, О.Б. Сиротинина неоднократно подчеркивает, что «фактор компетентности всегда помогает, а фактор некомпетентности всегда мешает преодолению любых рисков социального взаимодействия» [43, с. 11]. Так, составляющими *коммуникативной некомпетентности* являются:

1. Языковая некомпетентность – незнание языка, принятого как средство общения в конкретной стране – это предел проявления данной некомпетентности; кроме этого она проявляется в незнании орфоэпической, акцентологической, морфологической, синтаксической, лексико-семантической правильности речи.

2. Речевая некомпетентность проявляется в неразличении норм устной и письменной речи.

3. Риторическая некомпетентность заключается в неумении украшать речь с помощью риторических фигур, отсутствии рационального начала в рассуждениях, несоблюдении норм этикета;

4. Общекультурная некомпетентность сводится к отсутствию определенных знаний и неготовности носителя языка совершенствовать свою эрудицию, общекультурный уровень.

5. Дискурсивная некомпетентность заключается в повторяющихся однообразных заполнителях пауз словами-паразитами, хезитациями.

Заявленные О.Б. Сиротининой составляющие коммуникативной некомпетентности вредят имиджу говорящего, создавая впечатление о наличии у него низкой культуры, приводят к непониманию между партнерами, способны спровоцировать конфликты и т.п.

Резюмируя, отметим, что коммуникативная компетентность определяет не только имидж конкретного участника социального проекта, но и влияет на имидж учреждений, организаций, реализующих социальные проекты.

Вопросы для обсуждения

1. По вашему мнению, какие факторы обеспечивают формирование у личности культуры слова и культуры письма?

2. Отождествляете или разводите понятия «компетенция» и «компетентность»? Обоснуйте свой ответ.

3. Предложите определение коммуникативной компетентности.

4. Почему в управлении коммуникациями социального проекта специалисту следует демонстрировать коммуникативную компетентность?

5. Из каких составляющих состоит структура коммуникативной компетентности? Поясните их сущность.

6. Каким образом обеспечивается баланс стандарта и творчества в речи?

7. В этической составляющей коммуникативной компетентности выделен приоритет скромности. Насколько уместен данный приоритет в условиях делового общения?

8. Предложили бы вы дополнения или внесли бы коррективы в уже выделенные слагаемые риторической грамотности? Обоснуйте ваш вариант ответа.

9. Охарактеризуйте составляющие коммуникативной некомпетентности.

Тема 3. ПЛАНИРОВАНИЕ И РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Вопросы для изучения:

1. Характеристика этапа планирования.
2. Распространение информации в сети Интернет.
3. Электронная почта как форма виртуальной коммуникации.
4. Проектные совещания как форма коммуникации.

Ключевые понятия: планирование, информация, информационные потоки, коммуникационная задача, отчет, совещания, письма, руководитель проекта, члены команды проекта, распространение информации, Интернет, коммуникация в Интернете, молодежь, электронная почта, проектные совещания.

Вопрос 1. Характеристика этапа планирования

Управление коммуникациями предполагает в первую очередь определение потребностей субъектов социального проекта в информации и коммуникациях с последующим определением методов и технологий удовлетворения этих потребностей.

Перед началом *планирования* следует ответить на ряд вопросов:

- Кто конкретно будет получать информацию по социальному проекту?
- Как представлена организационная структура социального проекта?

– Будет ли организационная структура со временем меняться?

– Какую ответственность несет каждый член команды социального проекта?

– В какой информации нуждается каждый субъект социального проекта?

– Как распределены субъекты социального проекта в пространстве?

– Какие коммуникационные барьеры могут возникнуть на разных этапах проектной деятельности?

Ответы на эти вопросы позволят сделать коммуникацию понятной для всех субъектов социального проекта (для этого может быть введена, например, терминология для конкретного социального проекта) и достаточной для последующего принятия решений. С тем, чтобы получить ценные ответы, можно провести «*Мозговой штурм*» в команде проекта.

Этапы планирования коммуникаций социального проекта:

1. Формирование комплекса требований к составу **информации** и системе коммуникаций со стороны участников социального проекта и других заинтересованных сторон.

2. Определение содержания информации, которая будет использоваться в ходе социального проекта, ее детализация и структуризация.

3. Идентификация отправителей и получателей информации, организация **информационных потоков**.

4. Определение способов и технологий сбора, передачи и хранения информации.

5. Закрепление ответственных лиц за каждой **коммуникационной задачей** (сбор информации, распространение информации, хранение информации, утилизация информации).

Итогом планирования становится **план управления коммуникациями** – документ, описывающий, каким образом в ходе реали-

зации проекта будут удовлетворяться информационные потребности участников и других заинтересованных сторон проекта.

На практике план коммуникаций может представлять разные решения. Например, он может входить в состав устава проекта теми разделами, которые не будут меняться (терминология, типовые каналы, формы документов и т.д.), и входить в приложение к уставу в изменяемой части (контакты, участники, даты). План коммуникаций может быть самостоятельным документом, связанным с проектными документами. И наконец, он может копировать корпоративный план коммуникаций [51, с. 250].

Сложный формат плана содержит:

- требования заинтересованных сторон к коммуникациям;
- сведения о передаваемой информации, включая язык, формат, уровень детализации;
- причину распространения информации;
- сроки и периодичность распространения данного вида информации;
- указание лица, ответственного за передачу информации;
- указание лица, выдающего разрешение на раскрытие конфиденциальной информации;
- перечень лиц – получателей данной информации;
- методы и технологии, используемые для распространения информации;
- ресурсы (временные, финансовые), выделенные на организацию коммуникаций;
- методы актуализации и уточнения плана управления коммуникациями в ходе реализации проекта;

- глоссарий принятых в плане управления коммуникациями терминов;
- схемы организации потоков проектной информации;
- ограничения коммуникационных процессов (политические, нормативно-правовые, технологические и др.).

Простое содержание плана управления коммуникациями проекта включает:

- характеристику передаваемой информации (сводный отчет; отчет о результатах мониторинга; предложения по изменению плана реализации проекта; протоколы совещаний; запрос на какое-то изменение; письма и т.д.);
- цель коммуникации (контроль выполнения проекта; разрешение вопросов и проблем; согласование результатов совещаний; разрешение вопросов; решение текущих вопросов и т.д.);
- сведения об отправителе информации (руководитель проекта, бухгалтер и др.);
- сведения о получателях информации (заказчик; участники совещания; члены команды проекта);
- частоту (периодичность) передачи информации (в течение трех дней с момента создания документа; по потребности; еженедельно; каждый день; после анализа результатов и т.п.);
- методы и технологии, используемые при передаче информации (электронная почта, viber, WhatsApp).

Исследователь В.Н. Фунтов предлагает план коммуникаций оформлять в следующем шаблоне:

- требования к коммуникациям;
- описание документов;
- лицо, ответственное за управление, обеспечение, развитие коммуникаций;

- перечень отправителей и получателей информации, метод передачи, технология, частота, требуемая реакция;
- дополнительные каналы для решения срочных вопросов;
- комментарии к развитию плана коммуникаций [51, с. 251].

Вопрос 2. Распространение информации в сети Интернет

Распространение информации – своевременное представление требуемой информации всем субъектам социальных проектов.

В ходе реализации проекта для распространения и обмена информацией участники социального проекта руководствуются Планом управления коммуникациями.

Основными коммуникациями в социальном проекте являются: ведение актуальной информации по проекту, бумажный документооборот, электронный документооборот, электронная почта, совещания.

Ведение актуальной информации по проекту осуществляется в информационной системе и сохраняется в архиве. Бумажный документооборот применяется при обмене информацией с учетом правил, установленных в организации и тех договоренностей, которые есть между субъектами социального проекта. Опосредованный обмен официальной информацией происходит с помощью электронного документооборота, а также электронной почты. Для непосредственного распространения информации по социальному проекту проводятся совещания.

Необходимо подчеркнуть, что в решении вопросов, связанных с распространением информации, огромную роль играет ***Интернет*** как «особая коммуникативная среда, место реализации языка, никогда ранее не существовавшее. С этой точки зрения он представляет интерес, так как изучение коммуникативного аспекта

языка, его функционирования в лингвокультурологической среде, а не в отрыве от реальной речевой действительности становится сегодня актуальным», – отмечает Г.А. Трофимова [49].

С одной стороны, растет количество пользователей сети Интернет, меняется их демографический состав. С другой стороны, возрастает интенсивность использования сети Интернет и мобильный доступ к ней.

По данным фонда «Общественное мнение», который провел опрос летом 2017 г., в котором приняли участие 19,5 тыс. респондентов, общее количество пользователей Интернета в России, которые выходили в Сеть не реже 1 раза в месяц, составило 81,8 млн. человек или около 70% от числа всех россиян в возрасте 18 лет и 25 старше. При этом выяснилось, что ежедневно пользуются Интернетом более 60% россиян или 70,4 млн человек [21].

Отечественные социологи и общественные деятели отмечают роль сети Интернет в создании социальных сетей. Данная сеть становится каналом коммуникации, который стимулирует новые социокультурные процессы [18, с. 53], в том числе инициированные социальными проектами. Так, исследователь О.Н. Яницкий, анализируя современное экологическое движение, заявляет, что создание социальных сетей способствует повышению индивидуальных возможностей индивидов. Характеризуя контакты молодых активистов, социолог обращает внимание на то, что для них на первое место выходит общение с преподавателями и сокурсниками-активистами, в то время как для активистов среднего возраста – с учеными и коллегами-единомышленниками, а активистов старшего возраста – с молодыми активистами-продолжателями дела. В сфере экологического волонтерства российские пользователи-активисты социальных движений больше

ориентированы на личный опыт, а также свидетельства близких и контакты с ними [58].

Социальные сети действительно значимы для вовлечения индивида в движение... Межличные контакты играют здесь ключевую роль... В начале процесса – для формирования или усиления идентичности индивида, что создает потенцию для участия, а в самом конце, – когда индивидуальные предпочтения окончательно сформированы (индивидуальная цена участия, шансы на успех, сопутствующие риски), реально подталкивают индивида принять участие [70].

Коммуникация в Интернете представляет собой промежуточный тип коммуникации, который одновременно является и письменным, и устным [48]. В связи с этим при распространении информации в Интернете необходимо учитывать признаки коммуникации в Интернете, а именно:

- дистантность, т.е. разделенность в пространстве и во времени;
- опосредованность, т.е. связь осуществляется с помощью технического средства без прямого контакта коммуникантов;
- интерактивность подчеркивает диалоговую природу коммуникации и определяется через понятие гипертекстуальности, полностью меняющего или крайне видоизменяющего порождение и восприятие текста, передавая информацию в различных режимах;
- полифоничность, т.е. способность объединить в себе большое количество различных типов дискурса и речевых практик и другие [30].

Признаком коммуникации в Интернете выступает также *виртуальность*, характеризующаяся ограниченным сенсорным опытом и

анонимностью, физической непредставленностью. Во многом это способствует деформализации коммуникации [30, с. 155].

По мнению А.С. Ткач, данные признаки предполагают раскованность в использовании языковых средств, подразумевают определенную выразительность, провоцируют аффективную раскрепощенность, ненормативность и некоторую безответственность коммуникантов (человек может не заботиться о редакции и коррекции своего сообщения) [48, с. 34–39].

При распространении информации в сети Интернет выявлены следующие особенности:

- построение синтаксических конструкций устной речи (конструкция экономии сегментных средств текста);
- эллиптичность (например, в сложном предложении не повторяются те его части, которые ясны из контекста);
- распространение избыточности сегментных средств языка (например, информационный шум и паузы хезитации, позволяющие выиграть время для ответа нужными словами);
- нарушение норм пунктуации или использование в несвойственном им употреблении [48, с. 36–39].

Кроме этого отмечены иные правила построения связных высказываний и новые сценарии коммуникации [30, с. 150–157].

Таким образом, признаки, особенности коммуникации в сети Интернет являются основанием, которое следует учитывать при распространении информации социального проекта. Наряду с этим важно обратить внимание на специфику общения такой социально-демографической группы, как *молодежь*. Обращение к этой группе не случайно и продиктовано тем, что именно молодежь является массовым пользователем сети Интернет, с одной стороны, и представляет собой группу, часто вовлеченную в социальные проекты и волонтерство, с другой стороны.

В результате собственных наблюдений, материалов ручных записей и расшифрованных магнитофонных записей радиопередачи «Служба русского языка» отечественный исследователь Г.С. Куликова выделяет следующие особенности общения молодежи [24]:

- увлечение жаргонными словами;
- грубость речи;
- скудность словарного запаса;
- не всегда мотивированное использование в речи диффузов, или слов-губок, и особенно конкретный их состав;
- широкое использование иноязычных слов;
- отсутствие навыков дискурсивной и риторической компетентности, а также сознательный отказ от их приобретения;
- отсутствие этической и коммуникативной компетентности;
- нежелание вступать в речевое взаимодействие даже в ситуациях, которые не требуют временных и энергетических затрат занятого человека;
- почти полное отсутствие практики поддерживать «маленький разговор с незнакомым человеком»;
- не соблюдение процедуры представления взрослыми детьми своим родителям друзей;
- несоблюдение и непонимание особенностей статусно-ролевого поведения даже в условиях, где определенность социальных ролей очевидна и подкреплена традицией.

Студенческое общение отличается оригинальностью в языке, яркостью, нестандартностью, стремлением к отказу от общепризнанных норм, ломке стереотипов. С другой – эти особенности могут стать причиной конфликта, вызвать недопонимание, создать коммуникативные риски [59, с. 85].

Исследователи подчеркивают, что в повседневном общении для молодежи характерно неофициальное разговорно-фамильярное общение. Наряду с этим наблюдается отсутствие самоконтроля со стороны молодежи за своим речевым поведением – такой вывод делается в результате наблюдения за студентами 1-3 курсов [59, с. 87].

Таким образом, результаты исследований подводят к выводу о том, что выделенные особенности общения молодежи способны спровоцировать риски в распространении информации социального проекта. Выявленная у молодежи коммуникативная некомпетентность, которая сводится к невладению способами тактики подстройки к собеседнику, отсутствию стремления к кооперации, указывает на необходимость специальной коммуникативной подготовки субъектов социально-проектной деятельности.

Вопрос 3. Электронная почта как форма виртуальной коммуникации

Среди форм (жанров) виртуальной коммуникации выделяют: блоги, дискуссионные форумы, компьютерные конференции, сетевой дневник, чат-коммуникация, электронная почта и др.

При управлении коммуникациями социального проекта, согласно анализу практики, в большей степени среди жанров представлена электронная почта.

Электронная почта – это сервис отложенного чтения (off-line). Анализ научной литературы (Вусик А.Л., Едалина Д.И., Горячев Н.В., Юрков Н.К. и др.) позволяет представить историю развития электронной почты следующей цепочкой: изобретение письменности → почта → телеграф → телефон → телекс → факс → электронная почта.

По мнению аналитиков компании IDC в ближайшие три года (2008-2011 гг.) количество почтовых ящиков в Интернет достигнет 2 млрд, а в 2007 году насчитывалось всего 1 млрд почтовых ящиков. Таким образом, рост составит 110%. Вместе с ростом количества пользователей будут расти и объемы пересылаемой почты. Компания IDC прогнозирует, что количество электронных писем, проходящих по сети в течение одного дня, в 2007 году достигнет 72 млрд [27].

Функционал электронной почты предоставляет следующие возможности для пользователя Интернета: обеспечение внутреннего и внешнего информационного обмена; рассылка копии письма нескольким получателям; пересылка информации в различных формах (текст, иллюстрации и т.п.). В результате формируется единое информационное пространство управления коммуникациями социального проекта.

Особенность коммуникации путем электронной почты сводится к тому, что для передачи и получения информации не требуется одновременного присутствия всех пользователей в сети. Информация будет храниться в электронной почте до ее открытия и прочтения соответствующего письма. Отметим, что информация, получаемая на электронную почту, может быть как желаемой, так и нежелательной (спам).

Электронная почта обладает рядом преимуществ по сравнению с обычными способами передачи сообщений (традиционная почта или факсимильная связь). Однако легкомысленное использование преимуществ может привести к определенным рискам.

**Таблица 1. Особенности и риски,
связанные с электронной почтой**

Особенности электронной почты	Риски, связанные с особенностями
Доступность и простота в использовании	Рассылки спама, распространение вирусов, разглашение конфиденциальной информации и т.д.
Универсальность форматов писем и вложений	Перенос вирусов, вредоносных программ, «троянских» программ, «зависание» системы и т.п.
Дешевизна сервиса	Нарушение конфиденциальности
Скорость доставки писем	Невозможность контролировать маршрут передачи писем, а также их копирование и перенаправление, возвращать письма после их отправления и т.п.
Неконтролируемое накопление информации в архивах и практическое неуничтожение информации	Нарушение конфиденциальности
Наличие формального отношения к электронной почте со стороны пользователей	Случайное удаление значимой информации; потеря переписки со значимым участником социального проекта; негативная репутация отправителя «необдуманного» сообщения
Использование для обработки электронной почты прикладного специального программного обеспечения	Сбои в информационных процессах отдельных подразделений могут негативно отразиться на всей системе управления документооборота

Представленные риски свидетельствуют о необходимости обеспечения соответствующей безопасности, которая может сводиться к блокировке определенных типов файлов, с одной стороны, и необходимостью контроля за ведением электронных почт сотрудниками, с другой стороны. В последнем случае речь идет о том, чтобы информация на электронных почтах носила исключи-

тельно деловой характер и не предполагала личную корреспонденцию и т.п. Кроме этого необходимо осуществлять контроль адресатов, фильтрацию передаваемых данных, дифференцировать доступ различных категорий участников социального проекта к электронной почте и ее архивам, и т.п. Исследователь Т.И. Маркова подчеркивает, что необходим всесторонний и комплексный подход к построению модели информационной безопасности электронной почты.

Письма электронной почты имеют четкую структуру, которая включает заголовок, основной текст и подпись.

Таблица 2. Структура письма электронной почты

Элементы структуры	Характеристика
Заголовок	содержит уникальный идентификационный номер сообщения; адрес отправителя сообщения; адрес(а) получателя(ей) сообщения (аналог «кому»); тему сообщения; время и дату отсылки сообщения
Основной текст	может быть специально написан отправителем. Однако письмо может содержать и прикрепленные файлы с сопровождающим текстом или быть без такового
Подпись	автоматически добавляется в конец каждого письма. В подписи указывается подробная информация об отправителе

Конкретизируя особенности заполнения полей электронной почты, Е.Г. Абрамов предлагает соблюдать следующие *правила* [1, с. 4–7]:

1) при заполнении поля «Кому» не указывайте множество получателей. Укажите только того или тех, от кого действительно должен прийти ответ. Всех остальных лучше перечислить в полях «Копия» или «Скрытая копия»;

2) в поле «Копия» указывайте тех, кто должен быть в курсе переписки;

3) поле «Скрытая копия» предназначено для тех получателей, о которых не должны знать все те, кто указан в полях «Кому» и «Копия»;

При ответе на письмо настройте программу так, чтобы текст предыдущей переписки сохранялся при ответе. Этим Вы избавите получателя от необходимости копаться в архиве... Не зря многие менеджеры добавляют в свои письма обязательную фразу «При ответе цитируйте переписку». Текст ответа пишете сверху от цитируемого сообщения, а не после него. Важная информация должна в первую очередь оказаться на виду.

Поле «Тема» предполагает ответ на вопрос: О чем письмо? Для новой темы лучше создать новое письмо.

Не пересылайте чужие письма полностью другим получателям.

Сообщите о вложениях в письмо. Если Вы прикладываете к письму файл, напишите об этом.

Используйте уведомление о прочтении. Если Вам нужно убедиться в том, что получатель ознакомился с письмом, используйте функцию уведомления о прочтении письма.

Соблюдение этих правил позволит обеспечить эффективную коммуникацию и управление ею в социальном проекте, сведя к минимуму возникновение различных коммуникативных барьеров, рисков и т.п.

Подчеркиваем важность соблюдения этикета в Интернете.

Таблица 3. Основные правила этикета в электронной почте

№ п/п	Формулировки основных правил
1.	Ответить на полученное письмо нужно как можно быстрее – не позднее чем через 5-7 дней после получения. Применительно к управлению коммуникациями социального проекта количество дней должно быть существенно сокращено

2.	Приемы обращения к незнакомому лицу сохраняются теми же, что и в обычной переписке
3.	В зависимости от ситуации письма могут быть разными по своему объему. Следите за соблюдением норм литературного языка, выдерживайте стилистику изложения. Специальные программы могут помочь проверить правильность текста
4.	Вежливое завершение письма необходимо. Можно установить автоматические фразы прощания в электронной почте
5.	Как и в эпистолярном этикете, в письмах электронной почты можно писать «p.s» (post scriptum – «после написанного»).
6.	Если требуется выражение эмоции, то помощником в их выражении в письмо могут стать эмодзи (смайлики)
7.	Не допускается отправление писем от чужого лица или чтение чужой электронной почты

Итак, управление коммуникациями социального проекта путем электронной почты требует от специалиста не только технической компетентности, но и соблюдения этических норм, коммуникативной компетентности.

Вопрос 4. Проектные совещания как форма коммуникации

К настоящему времени опубликовано достаточное количество работ, посвященных различным формам деловой коммуникации. Одной из таких форм являются совещания, предназначенные для обсуждения вопросов, требующих коллективного осмысления и решения. В данном пособии сосредоточим внимание на **проектных совещаниях**.

Типы совещаний, выделенные А.П. Панфиловой [35, с. 264], следующие:

– совещания по планированию направлены на решение вопросов целеполагания, стратегических и тактических вопросов, и т.п.;

– совещания по мотивации труда помогают решать вопросы, связанные с производительностью труда, его качеством, стимулированием, мотивированием труда сотрудников и др.;

– совещания по внутрифирменной организации связаны с решением вопросов координации действий подразделений, делегированием полномочий, корректировкой направлений деятельности организации и т.п.;

– совещания по контролю за деятельностью работников посвящены обсуждению результатов деятельности, проблеме производительности и выявлению ее причин;

– совещания, специфические для организации, отражают вопросы, связанные с имиджем организации, ее стилем, внедрением инноваций и т.п.

Представим авторскую типологию проектных совещаний. Так, по целевой установке проектные совещания можно условно подразделить следующим образом:

– информационные совещания (доминирует монолог докладчика. К нему, соответственно, предъявляются определенные требования, соблюдение которых позволяет сделать коммуникацию понятной и доступной, а совещание результативным);

– совещания «для обсуждения» (ориентиром становится диалог, полилог с тем, чтобы коллективно найти оптимальное решение какого-либо вопроса).

По продолжительности проектные совещания подразделяем на:

– «летучки» проводятся в течение 15 минут и направлены на постановку задачи, оперативную передачу информации;

– «регламентированные» совещания завершаются в установленное время и длятся, как правило, не более 2-2,5 часа;

– «затянувшиеся» – это совещания, чье проведение вышло из изначально установленного регламента во многом по причине плохой организации, недостаточной формализации процедур и т.п.;

– «когда проблема будет решена» – это совещание проводится для решения очень серьезного вопроса, кризисной ситуации. В отличие от предыдущего вида совещания, участники заранее ориентированы на длительность проведения проектного совещания.

По форме проведения:

– проектные совещания очные проводятся в режиме реального времени;

– проектные совещания с привлечением информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь) проводятся в режиме он-лайн. При организации этого вида проектных совещаний применяют правила, которые распространяются в отношении очных совещаний.

Прежде, чем организовать проектное совещание, нужно ответить на вопрос: «Так ли необходимо совещание?». Вполне возможно, что его могут заменить рассылки по электронной почте или беседы. Из этого следует, что совещания проводятся для решения важных проблем и принятия именно групповых решений.

Если же проектное совещание все же необходимо провести, то следует:

– конкретизировать цель проектного совещания как предмет, который будет обсуждаться;

– определить повестку проектного совещания. Она, как правило, представляет собой письменный документ, в котором обозначены: тема; цель; вопросы для обсуждения; время начала и окончания совещания; место проведения; докладчики (ФИО, должности); время, отведенное для докладов; место для предварительного ознакомления по обсуждаемым вопросам;

– конкретизировать время начала и окончания проектного совещания. Традиционно совещания проводятся в определенный день недели в течение полутора-двух часов во второй половине дня;

– определить число участников. Для того, чтобы обсуждение было эффективным, число участников составляет до 7 человек;

– ознакомить участников с повесткой проектного совещания;

– организовать предварительную подготовку участников к проектному совещанию. Она включает рассылку информации перед совещанием и сбор обратной информации (замечания, предложения и т.п.), а также подготовку технического обеспечения совещания (показ информационных материалов с технических устройств);

– организовать пространство, в котором будет проводиться проектное совещание;

– стремиться к пунктуальности в начале проектного совещания и следить за регламентом на всем его протяжении;

– вести протокол проектного совещания;

– быть готовым предложить дополнительное время для обсуждения, если вопрос не решился во время проектного совещания;

– распространить протокол проектного совещания всем участникам и получить обратную связь на полученную информацию;

– осуществить постановку поручений, отраженных в протоколе [36, с. 75–76].

По окончании проектного совещания организатор совещания рассылает участникам протокол проектного совещания.

После проведения совещания следует провести его анализ, ответив на следующие ключевые вопросы:

- Был ли правильно подобран состав участников делового совещания?
- Правильно ли были рассажены участники совещания?
- Был ли интерес у участников в обсуждении темы совещания?
- Все ли участники понимали суть и последствия проблемы?
- Было ли обсуждение конструктивным?
- Возник ли конфликт по результатам совещания?
- Все ли участники высказывались?
- Все ли участники приняли решение по итогам проектного совещания?

Таким образом, планирование информации социального проекта представляется поэтапным процессом, результаты которого отражаются на ее распространении. Распространение информационно-коммуникационных технологий приносит определенные характеристики в коммуникации и отражается на различных формах коммуникаций социального проекта.

Вопросы для обсуждения

1. Сформулируйте основные задачи планирования социального проекта.
2. Охарактеризуйте этапы планирования коммуникаций социального проекта.
3. Опишите сложный и простой форматы плана управления коммуникациями.
4. Почему на этапе планирования важно знать число субъектов коммуникации?
5. Почему при распространении информации важна своевременность, оперативность?

6. В чем вы видите преимущества ведения бумажного документооборота и электронного документооборота? Какие недостатки, по вашему мнению, есть у каждого вида документооборота?

7. По каким правилам можно структурировать электронные и бумажные документы (папки, файлы и т.д.), давать им наименования?

8. Приведите примеры, когда распространение информации в сети Интернет способствует созданию, поддержанию новых социокультурных процессов.

9. Какие признаки и особенности коммуникации в Интернете вы бы учли в первую очередь, если бы реализовывали собственный проект и почему?

10. Какие факторы влияют на формирование культуры общения современной молодежи?

11. Какие преимущества и недостатки существуют у разных видов проектных совещаний?

12. Предложите правила организации и проведения проектных совещаний. Выделите общие и частные требования.

13. Предложите правила, регламентирующие использование системы электронной почты в учреждении, организации.

14. Можно ли пересылать чужие письма целиком другим участникам социального проекта? Обоснуйте свой ответ.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1. Разработайте «Путеводитель» для пользователей информации социального проекта. Предусмотрите возможные «помехи» при распространении информации, степень ее закрытости для всех пользователей.

Критерии оценки «Путеводителя»

1. Система коммуникаций социального проекта **понятна** всем пользователям.
2. Система коммуникаций **доступна** всем пользователям.
3. Система коммуникаций отличается **оперативностью** передачи и приема информации.
4. Информация отличается **полнотой**, носит исчерпывающий характер.
5. Система коммуникаций позволяет **гибко** реагировать на возникающие изменения.
6. Система коммуникации **соответствует правилам** эффективной коммуникации.
7. Система коммуникаций **не дорогостоящая**.

Задание 2. Составьте План коммуникаций социального проекта. Обоснуйте выбор формата плана исходя из специфики конкретного социального проекта.

Задание 3. Спроектируйте офис проекта или информационный и коммуникационный центр проекта (рабочее место проектной команды). Формат офиса определяется обучающимся: это может быть проект конкретного помещения или интернет-сайт и т.д.

Основное требование к офису проекта – возможность быстрого получения и передачи информации.

Задание 4. Заполните письмо на электронной почте для следующих ситуаций.

Ситуация 1. Обратитесь к коллеге с просьбой получить документы по социальному проекту от сотрудников бухгалтерии.

Ситуация 2. Руководитель социального проекта поручил написать письмо социальному партнеру с тем, чтобы получить от него ответ на один из организационных вопросов.

Ситуация 3. После согласования со своим руководством передайте информацию руководителю партнерской организации о принятом коллективном решении в вашей организации.

- приглашение на открытие акции, имеющей отношение к социальному проекту;
- приглашение человека на собеседование по вакансии;
- обсуждение о встрече по важному вопросу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие социального проектирования как вида профессиональной деятельности во многом обусловлено сформировавшимися теорией и практикой управления проектами. В настоящее время классификации проектов также разнообразны, как и задачи, решаемые социальными проектами: привлечение внимания общественности к социальным проблемам, конструирование новой реальности путем внедрения инновационных технологий в социальную сферу, формирование социальной солидарности граждан и т.п.

Специфический формат коммуникации разворачивается в сети Интернет. Коммуникация в сети Интернет представляет собой промежуточный тип коммуникации, который одновременно является и письменным, и устным. В данной сети наблюдаются особые правила приема и распространения информации, влияющие на характер коммуникации между субъектами социального проекта не только в самой сети, но и в реальной практике взаимодействия.

В связи с этим будущим специалистам социальной работы следует формировать коммуникативную компетентность, которая позволяет, с одной стороны, различать границы приемлемого в Интернет коммуникации или в коммуникации со сверстниками и, с другой стороны, учитывать специфику межличностного взаимодействия в формате реального общения между людьми при выполнении проектных задач.

Коммуникативная компетентность определяет не только имидж конкретного участника социального проекта, но и влияет

на имидж учреждений, организаций, реализующих социальные проекты.

Данная компетентность предполагает соблюдение этических норм в коммуникациях с помощью электронной почты. Наряду с этим от будущих специалистов требуется наличие технической компетентности.

Проектное совещание представляет собой самостоятельную форму коммуникации социального проекта. Знание форм его проведения, конкретизация ролей всех участников этого мероприятия, позволяет эффективно управлять коммуникациями при решении актуальных проектных задач.

Знание способов планирования коммуникаций социального проекта и распространения информации социального проекта, отраженных в данном учебном пособии, призвано помочь будущим специалистам социальной работы в управлении коммуникациями собственных социальных проектов. Надеемся, что материал этого учебного пособия станет основанием для продуктивных дискуссий на учебных занятиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов, Е.Г. Современные принципы деловой переписки с использованием электронной почты / Е.Г. Абрамов // Научная периодика: проблемы и решения. – 2012. – 1 (7). – С. 4–7.
2. Акулова, Е.В. Реализация коммуникативной компетентности ведущей ток-шоу «Давай поженимся» Л. Гузеевой / Е.В. Акулова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. ст. ; под ред. М.А. Кормилицыной. Вып. 11. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2011. – С. 83–89.
3. Алифанова, Е.М. Формирование коммуникативной компетенции детей дошкольного и младшего школьного возраста средствами театрализованных игр: дис. ... канд. пед. наук / Е.М. Алифанова. – Волгоград, 2001. – 164 с.
4. Белый, Е.М. Управление проектами (с практикумом) / Е.М. Белый. – М.: КРОНУС, 2019. – 264 с.
5. Березин, Ф.Б. Психическая и психофизиологическая адаптация человека / Ф.Б. Березин. – Ленинград: Наука, 1988. – 270 с.
6. Богданов, В.В. Иллокутивная сила высказывания и перформативный глагол / В.В. Богданов // Содержательные аспекты предложения и текста. – Калинин: КГУ, 1983. – С. 27–38.
7. Бодалев, А.А. Психология общения. Избранные психологические труды / А.А. Бодалев. – Воронеж, 1996. – 256 с.
8. Большаков, А.Г. Конфликтология организаций / А.Г. Большаков, М.Ю. Несмелова. – Москва: МЗ Пресс, 2001. – 182 с.
9. Брушлинский, А.В. Проблемы психологии субъекта / А.В. Брушлинский. – М., 1994. – 109 с.

10. Вострикова, Т.П. Психолого-педагогическая оценка компетентности социальных педагогов в профессиональном общении: дис. ... канд. психол. наук / Т.П. Вострикова. – Самара, 2005. – 245 с.
11. Вусик, А.Л. Основные жанры компьютерного общения / А.Л. Вусик // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2012. – 4 (20). – С. 107–111.
12. Горянина, В.А. Психология общения / В.А. Горянина. – Москва: Академия, 2002. – 416 с.
13. Григорьев, С.И. Базовые критерии оценки качества образования и ключевые социальные компетенции: контекст современности России / С.И. Григорьев. – Москва: Издательство РСГУ, 2006. – 16 с.
14. Ершова Н.А. Развитие социально-перцептивной компетентности в системе профессионального общения: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н.А. Ершова. – Москва, 1997. –18 с.
15. Захарова, Т.В. Коммуникативная компетентность: понятие, характеристики / Т.В. Захарова, Н.В. Басалаева, Т.В. Казакова [и др.] // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 4. – Режим доступа: <http://www.ciberleninka.ru> (дата обращения: 30.12.2016).
16. Зимняя И.А. Компетентность и компетенции в контексте компетентностного подхода / И.А. Зимняя // Понятийный аппарат педагогики и образования: сб. науч. тр.; отв. ред. Е.В. Ткаченко, М.А. Галагузова. – Екатеринбург, 2012. – Вып. 7. – С. 64–76.
17. Зотова, И.Н. Характеристика коммуникативной компетентности / И.Н. Зотова // Известия Южного федерального университета. – 2006. – № 13. Т. 68. – С. 225–227.
18. Иванов, В.Е. Интернет в формировании диалогического пространства в социокультурной среде / В.Е. Иванов // Мир психологии. – 2000. – № 2. – С. 52–56.

19. Иванов, Д.А. Компетентностный подход в образовании. Проблемы, понятия, инструментарий / Д.А. Иванов, К.Г. Митрофанов, О.В. Соколова. – Москва: АПКИППРО, 2008. – 101 с.
20. Киян, О.Н. Аутентичность как методическая категория / О.Н. Киян. – Режим доступа:<http://main.isuct.ru/files/konf/antropos/section/kiyan.htm> (дата обращения: 23.02.2016 г.).
21. Количество пользователей интернета в России. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения: 12.02.2018).
22. Кормилицына, М.А. Актуализация содержания публикаций в современной прессе как способ реализации собственно коммуникативной составляющей компетенции журналиста / М.А. Кормилицына // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. ст.; под ред. М.А. Кормилицыной. Вып. 10. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2011. – С. 14–24.
23. Куликова, Г.С. О причинах коммуникативных рисков в общении людей разных поколений / Г.С. Куликова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 12.; под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2012. – С. 25–31.
24. Куликова, Г.С. Радиопередача «Служба русского языка» как стимул развития интереса к русскому языку / Г.С. Куликова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. ст. Вып. 11. ; под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2011. – С. 90–97.
25. Куницына, В.Н. Межличностное общение / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 544 с.
26. Луков, В.А. Социальное проектирование / В.А. Луков. – Москва: Изд-во Моск. гуманит.-социальн. академии: Флинта, 2003. – 240 с.

27. Маркова, Т.И. Роль электронной почты в информационном обмене. Анализ рисков, связанных с использованием электронной почты / Т.И. Маркова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-elektronnoy-pochty-v-informatsionnom-obmene-analiz-riskov-svyazannyh-s-ispolzovaniem-elektronnoy-pochty/viewer> (дата обращения: 09.09.2020 г.)
28. Милехина, Т.А. Коммуникативная компетентность продавца и «эффективность продаж» в русском торговом дискурсе / Т.А. Милехина // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. ст. ; под ред. М.А. Кормилицыной. Вып. 11. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2011. – С. 19–27.
29. Милованова, Н.Г. Модернизация российского образования в вопросах и ответах / Н.Г. Милованова, В.Н. Прудаева. – Тюмень: Изд-во «Вектор-Бук», 2002. – 86 с.
30. Морозова, О.Н. Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства / О.Н. Морозова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2010. – Вып. 5. Т. 1. – С. 150–157.
31. Немов, Р.С. Социальная психология / Р.С. Немов, И.Р. Алтунина. – Москва, 2010. – 432 с.
32. Новиков, А.М. Интеграция базового профессионального образования / А.М. Новиков // Педагогика. – 1996. – № 3. – С. 3–8.
33. Обыденкова, В.К. Определение понятия «Интернет-проект» в контексте профессиональной подготовки студентов вуза / В.К. Обыденкова // Мир науки. – 2016. – Т. 4. – № 6. [Электронный ресурс]. – URL: <http://mir-nauki.com/PDF/75PDMN616.pdf> (дата обращения: 23.11.2017).
34. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова.; Российская академия наук. Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – М., 2003. – С. 94.

35. Панфилова, А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А.П. Панфилова. – Санкт-Петербург: Знание, ИВЭСЭП, 2001. – 496 с.
36. Подповетная, Ю.В. К вопросу управления коммуникациями проектов в бюджетных организациях / Ю.В. Подповетная // Управление в современных системах. – 2018. – № 4 (20). – С. 68–77.
37. Поморцева, И.М. Развитие технологий управления интегрированными коммуникациями в Интернет-проектах / И.М. Поморцева, Т.М. Алиева // Вестник РГГУ. – 2018. – № 1(11). – С. 22–39.
38. Равен, Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация / Дж. Равен; пер. с англ. – Москва: «Когито-Центр», 2002. – 396 с.
39. Робер, М.-А. Психология индивида и группы / М.-А. Робер, Ф. Тильман. – Москва: Прогресс, 1988. – 356 с.
40. Свод знаний по управлению проектами. Четвертое издание (Руководство РМВоК). – Project Management Institute, 2008.
41. Селевко, Г.К. Компетентности и их классификации / Г.К. Селевко // Народное образование. – 2004. – № 4. – С. 138-144.
42. Симонян, К.В. Организация автономной учебной деятельности на основе современных технологий / К.В. Симонян // Когнитивно-функциональные аспекты грамматических исследований англоязычного дискурса. – Москва: Рема, 2008. – С. 244–251.
43. Сиротинина, О.Б. Следствия коммуникативной некомпетентности в разных сферах общения и в жизни страны О.Б. Сиротинина // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. ст. Вып. 11; под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2011. – С. 5–11.

44. Скаткин, М.Н. Дидактика средней школы / М.Н. Скаткин, И.Я. Ларнер. – М., 1975.
45. Словарь современных понятий и терминов // Н.Т. Бунимович, Г.Г. Жаркова, Т.М.Корнилова [и др.]; сост., общ. ред. В.А. Макаренко. – Москва: Республика, 2002. – 527 с.
46. Струкова, О.Н. Проявление коммуникативной некомпетентности в речи руководителя (на примере рабочих совещаний) / О.Н. Струкова // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. ст. Вып. 11; под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2011. – С. 54–58.
47. Титов, С.А. Методы анализа социальной сети для оптимизации системы коммуникаций в проектно-ориентированной компании / С.А. Титов, Н.В. Титова, Н.А. Новикова // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12–2. – С. 412–414.
48. Ткач, А.С. Особенности использования письменной речи в сети Интернет / А.С. Ткач // Известия Южного федерального университета. – 2010. – Вып. № 10. – Т. 111. – С. 34–39.
49. Трофимова, Г.А. О чем пока молчит Рунет. Мир русского слова / Г.А. Трофимова. – Режим доступа: http://www.gramota.ru/tag_arch.html?id=11 (дата обращения: 11.05. 2016г.).
50. Формановская, Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход: монография / Н.И. Формановская. – Москва: Русский язык, 2002. – 216 с.
51. Фунтов, В.Г. Основы управления проектами в компании / В.Г. Фунтов. – Санкт-Петербург.: Питер, 2018. – 464 с.
52. Хуторской, А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно ориентированной парадигмы образования / А.В. Хуторской // Народное образование. – 2003. – № 2. – С. 58–65.
53. Чанышева Г. О коммуникативной компетентности / Г. Чанышева // Высшее образование в России. – 2015. – № 2. – С. 148–151.

54. Черемисина, А.А. Формирование правовой компетентности старших школьников: дис. ... канд. пед. наук / А.А. Черемисина. – Оренбург, 2000. – 164 с.
55. Шишов, С.Е. Компетентностный подход к образованию: прихоть или необходимость? / С.Е. Шишов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2002. – Март-апрель. – С. 58–62.
56. Шумилова, Е.А. Социально-коммуникативная компетентность как предмет исследования / Е.А. Шумилова // Вестник ЮУрГУ. – 2006. – № 16. – С. 150–154.
57. Якубинский, Л.П. О диалогической речи / Л.П. Якубинский. – Режим доступа: <http://www.ruthenia.ru/apr/textes/jacub/jacub1.htm> (дата обращения: 14.04.2016 г.).
58. Яницкий, О.Н. Сети социальных движений в России / О.Н. Яницкий // Общественные науки и современность. 2010. № 6. – Режим доступа: <http://www.dissers.ru/1/1847-1-obschestvennie-nauki-sovremennost-2010-yanickiy-seti-socialnih-dvizheniy-rossii-statya-posvyaschena-rol.php> (дата обращения: 20.01.2017 г.).
59. Яхина, Д.И. Коммуникативные риски в студенческом общении (на материале метафор и сравнений) / Д.И. Яхина // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 14; под ред. М.А. Кормилицыной. – Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2014. – С. 85–92.
60. Akgün, A.E. Taking the guesswork out of new product development: how successful high-tech companies get that way / A.E. Akgün, G.S. Lynn, J.C. Byrne // Journal of Business Strategy. – 2004. – Vol. 25. – № 4. – P. 41–46.
61. Allen, J. Formal versus informal knowledge networks in R&D: a case study using social network analysis / J. Allen, A.D. James, P. Gamlen // R&D Management. – 2007. – Vol. 37. – № 3. – P. 179–196.

62. Clarke, A. A practical use of key success factors to improve the effectiveness of project management / A. Clarke // *International Journal of Project Management*. – 1999. – Vol. 17. – № 3. – P. 139–145.
63. Cooper, R.G. Winning businesses in product development: The critical success factors / R.G. Cooper, E.J. Kleinschmidt // *Research technology management*. – 1996. – Vol. 39. – № 4. – P. 1.
64. Dietrich, P. Mechanisms for inter–project integration–empirical analysis in program context / P. Dietrich // *Project Management Journal*. – 2006. – Vol. 37. – № 3. – P. 49.
65. Gillard, S. Project management communication: a systems approach / S. Gillard, J. Johansen // *Journal of Information Science*. – 2004. – Vol. 30. – № 1. – P. 23–29.
66. Gumperz, J. *Communicative Competence Revisited* / J. Gumperz, // *Meaning, Form and Use in Context: Linguistic Applications*. – Cambridge: Univ. Press, 1984. – P. 278–289.
67. Hymes, D. *On Communicative Competence* / D. Hymes // *Sociolinguistics* / J.B. Pride; J. Holmes (ed.). –Harmondsworth: Penguin Books, 1972. – P. 269–293.
68. Kappelman, L.A. Early warning signs of IT project failure: The dominant dozen / L.A. Kappelman, R. McKeeman, L. Zhang // *Information systems management*. – 2006. – Vol. 23. – № 4. – P. 31–36.
69. McLeod, L. Factors that affect software systems development project outcomes: A survey of research / L. McLeod, S.G. MacDonell // *ACM Computing Surveys (CSUR)*. – 2011. – Vol. 43. – № 4. – P. 24.
70. Passy, Fl. *Social Networks Matter. But How?* / Fl. Passy // *Social Movements and Networks. Relational Approach to Collective Action*. – Oxford, 2003. – P. 21–22.
71. Pinto, J.K. Project success: definitions and measurement techniques / J.K. Pinto, D.P. Slevin // *Project Management Journal*. – 1988. – Vol. 19. – № 3. – P. 67–73.

72. Pinto, M.B. Project team communication and cross-functional cooperation in new program development / M.B. Pinto, J.K. Pinto // Journal of product innovation management. – 1990. – Vol. 7. – № 3. – P. 200–212.
73. Savignon, S.J. Interpreting communicative language teaching. Context and concerns in teacher education. Yale University Press / S.J. Savignon. – New Haven & London, 2002. – 243 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ

ТИП КОММУНИКАТОРА

Определите свой тип коммуникатора, ответив на вопросы:

Блок 1.

1. Вы стремитесь выработать новые методы коммуникаций?
2. Вы стремитесь к поиску решений проблем совместно с заинтересованными лицами?
3. Стремитесь организовать обратную связь с партнерами по социальному проекту?
4. Вам по душе роль администратора проекта?

Блок 2.

1. Вы придерживаетесь авторитетного стиля управления?
2. Стремитесь концентрировать всю информацию в своих руках?
3. Вам нравится иметь максимальную власть над реализацией проекта?
4. Вам нравится роль руководителя проекта?

Блок 3.

1. Вы не претендуете на роль лидера в реализации проекта?
2. Вы не стремитесь к тому, чтобы информация была только в ваших руках?
3. Вы с легкостью передали бы всю работу по распространению информации другим членам команды?
4. Вы можете довольствоваться ролью члена команды?

Блок 4.

1. Вы чувствуете себя прекрасно, если не нужно ни с кем взаимодействовать?

2. Вы с удовольствием делегировали бы решение проблемных вопросов другим участникам проекта?
3. Вас тяготит ответственность за работу с коммуникациями проекта?
4. Роль рядового исполнителя вас устраивает?

Посчитайте, в каком блоке максимальное число положительных ответов на вопросы. Если это ответы на вопросы **блока 1**, то ваш тип **развивающий коммуникатор**.

Блок 2 – управляющий (контролирующий) коммуникатор.

Блок 3 – уступчивый коммуникатор.

Блок 4 – отстраненный коммуникатор.

Примечание автора: распределение вопросов по блокам проведено составителем учебного пособия. В качестве основы выступила типология коммуникаторов, представленная в работе Фунтова В.Н. Основы управления проектами в компании. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – С. 248.

Учебное издание

Вандышева Людмила Владимировна

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА

Учебное пособие

Техническое редактирование Л. Р. Дмитриенко
Компьютерная верстка Л. Р. Дмитриенко

Подписано в печать 25.11.2021. Формат 60x84 1/16.
Бумага офсетная. Печ. л. 5,0.
Тираж 25 экз. Заказ . Арт. – 11(РЗУ)/2021.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)
443086, Самара, Московское шоссе, 34.

Издательство Самарского университета.
443086, Самара, Московское шоссе