

О.А. Романова

(Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России; e-mail: l-ro58@yandex.ru)

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКИ НА КОММУНИКАТИВНУЮ МОБИЛЬНОСТЬ СОТРУДНИКОВ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ МЧС РОССИИ

Проведён анализ проблем развития коммуникативной мобильности сотрудников информационных подразделений МЧС России с учётом влияния корпоративно-этических норм. Ключевые слова: корпоративная этика, коммуникативная мобильность.

О.А. Romanova

IMPACT OF CORPORATE ETHICS ON THE COMMUNICATIVE MOBILITY STAFF OF INFORMATION DEPARTMENTS OF EMERCOM OF RUSSIA

The analysis of the problems of development of communicative mobility staff of information departments of Emercom of Russia taking into account the impact of corporate and ethical standards.

Key words: corporate ethics, communicative mobility.

Статья поступила в редакцию Интернет-журнала 8 июня 2015 г.

Политические и социально-экономические перемены в российском обществе обуславливают изменения в отношениях государственных структур и организаций со средствами массовой информации. Возникла необходимость в реформировании государственной политики, регулирующей вопросы свободы слова и распространения средствами массовой информации материалов или сообщений о деятельности органов государственной власти Российской Федерации, выборе новой концептуальной модели информационно-пропагандистских отношений, контуры которой были очерчены Федеральным законом "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации" ещё в 1995 году [1].

Современный специалист МЧС России должен быть нравственным, профессионально грамотным, должен самостоятельно принимать ответственные решения в ситуации выбора, прогнозировать их возможные последствия, быть способным к конструктивному сотрудничеству. Конструктивное сотрудничество невозможно без коммуникативной деятельности. Очевидна потребность в постоянном формировании и внедрении в ведомственную профессиональную практику прогрессивных форм коммуникативных действий в различных ситуациях. Одной из таких форм является коммуникативная мобильность. Следуя традициям научных исследований, перед определением понятия "коммуникативная мобильность" необходимо определиться с позицией по вопросам трак-

товки понятий "профессиональная коммуникация" и "профессиональная мобильность". Дополнения в понятия слова "профессиональная" обусловлено тем, что коммуникативная мобильность должна рассматриваться применительно к определенной профессии – в нашем случае – специалиста информационного подразделения МЧС России или специалиста по связям с общественностью, следовательно, коммуникация и мобильность должны рассматриваться в профессиональном аспекте [2].

Профессиональная коммуникация сотрудников ГПС МЧС России представляет собой разновидность социальной коммуникации, в основе которой – профессионально-деятельностная и личностно-деятельностная организация коммуникативных средств, обусловленная особенностями профессиональной деятельности и общения сотрудников МЧС России в сфере обеспечения пожарной безопасности и особой социальной значимостью результатов их труда, а также принадлежностью их к служебному и должностному статусу [4].

А сущность понятия "профессиональная мобильность" специалистов в области информационных и коммуникационных технологий, заключается в готовности к быстрой смене выполняемых заданий в рамках своей специальности на основе приобретённых знаний и умений использования различных технологий, а также в возможности быстрого и качественного освоения новых для субъекта деятельности технологий и внедрения их в его профессиональную деятельность [3].

Определившись с трактовкой базовых понятий, можно перейти к содержанию самого термина "коммуникативной мобильности".

Коммуникативная мобильность сотрудника информационных подразделений МЧС России – это способность сотрудника осуществлять качественное общение в разнообразных, в том числе непредвиденных ситуациях, требующих проявления чувствительности и терпимости к фактору коммуникативной неопределённости и предполагающих проявление активности, оперативности и рефлексивности личности, с целью минимизации фактора неопределённости в сложных условиях межкультурного общения.

Формирование должного уровня коммуникативной мобильности является длительным, целостным процессом развития личности, а профессиональное становление всегда индивидуально, своеобразно и неповторимо, как неповторимы индивидуальные особенности, способности, интересы и свойства личности.

Говоря о развитии коммуникативной мобильности сотрудника информационного подразделения МЧС России, нельзя не отметить, что корпоративная этика в последнее время играет всё более значимую роль в этом процессе,

а соблюдение норм корпоративной этики – залог успешного решения поставленных задач. Определяя функционал корпоративной составляющей, необходимо дать определение этому ключевому понятию.

Корпоративная этика – совокупность основных убеждений, которые передаются всем поступившим на службу (работу) сотрудникам как правильные способы восприятия происходящего, образ мышления и повседневные действия.

Особенности корпоративной этики в системе МЧС России существенны, хотя и не выходят за рамки общих принципов общегражданской этики. Они включают в себя правила служебной иерархии, субординации и дистанцирования, культуры речи (обращения) в рамках уставных правил (интонации, тональность, четкость, выразительность словоупотребления, лексика, жесты, мимика и т.п.). Это новый аспект знаний в управленческой и корпоративной культуре, который сегодня активно развивается и легко прослеживается на примере государственной службы, где отношения строятся на основе субординации, каждый вид общения (подчинённого и начальника, коллег, сотрудника и пострадавшего) обладает достаточной спецификой и подчинён своим, выработанным практикой правилам этикета, ориентированного, в первую очередь, на честь и достоинство как высшую ценность. В связи с этим необходимо выделить **основные функции корпоративной этики**, оказывающие влияние на коммуникативную мобильность сотрудников информационных подразделений МЧС России:

1. **Информационная функция** – нормы этикета, информирующие о том, как следует вести себя сотруднику в конкретной служебной ситуации и какого поведения следует ожидать от коллег, начальника и подчинённых.

2. **Функция стандартизации** моделей индивидуального и группового поведения – стандартизируя поведение каждого члена коллектива, этикет помогает им выбирать линию поведения в соответствии с реальной обстановкой и ожиданием окружающих, не рискуя попасть в неловкое или затруднительное положение или вызвать осложнения в отношениях с другими.

3. **Функция социального контроля и социального влияния.** Социальная роль этикета не ограничивается только регулятивной функцией. Корпоративная этика не только направляет свои усилия на интеграцию, на взаимодействие людей, но и подчёркивает их социально-статусные и коммуникативные различия (пол, возраст, общественное положение, степень знакомства, родства и т.д.), точно указывая каждому его место в общественной иерархии и определяя набор "допустимых" – "недопустимых" ("приличных" – "неприличных") действий в соответствии с этим статусным положением человека.

4. **Функция создания психологического комфорта** – следование принятым правилам поведения у каждой из сторон общения укрепляет уверенность в правильности своих действий, рождает самоуважение, создаёт чувство психологического комфорта [5].

Несмотря на то, что коммуникативная мобильность специалистов информационных подразделений МЧС России строго формализована корпоративно-этическими нормами, сами нормы и правила корпоративной этики не являются чем-то статичным. Это динамические образования, которые имеют тенденцию изменяться под воздействием определенных факторов. Они сохраняются на индивидуальном уровне до того момента, пока их соблюдение является функционально полезным для выполнения поставленных задач.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что система корпоративно-этических корректур, носит мобильный характер, что позволяет специалистам информационных подразделений МЧС России разрабатывать и реализовывать новые формы и методы взаимодействия в рамках развития своей компетентной мобильности.

Литература

1. **Федеральный закон** РФ от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации".
2. **Алгаев А.Н.** Коммуникативная мобильность в структуре профессиограммы педагога-психолога // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 6. 2 с. <http://www.science-education.ru>.
3. **Дюнина В.Н.** Формирование профессиональной мобильности студентов информационных специальностей в техникуме: дис. ... канд. пед. наук. Н. Новгород: Волжский государственный инженерно-педагогический университет. 2009. 139 с.
4. **Захаров А.Е.** Педагогические условия развития социально-профессиональной коммуникации с иностранными специалистами в деловом общении сотрудников ГПС МЧС России: дис. ... канд. пед. наук. СПб.: Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, 2011. 165 с.
5. **Луговой А.А., Стрельникова Ю.Ю., Грешных А.А.** Профессиональная этика: учебное пособие. СПб.: Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, 2013. 178 с.