

**А. С. Хведчук**

## **СТРУКТУРА И НАПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОСНОВА ПРОЕКТИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ МЕССЕНДЖЕРОВ**

Организация – это система, состоящая из взаимосвязанных элементов (департаменты, команды), объединенных общей целью. Для функционирования этой системы ключевую роль играет коммуникация.

Коммуникационные потоки в организации делятся на внутренние (в пределах организации) и внешние (взаимодействие с субъектами внешней среды). Внутренняя коммуникация осуществляется в формальном и неформальном регистрах. По составу участников формальная коммуникация подразделяется на вертикальную (иерархически организованную), горизонтальную (между коллегами), а также диагональную (между отделами, иерархически не подчиняющимися друг другу). Неформальная коммуникация стро-

ится на неофициальных связях, не всегда касающихся работы. Внешняя коммуникация представляет собой общение с партнерами, клиентами, инвесторами и др.

Корпоративные мессенджеры проектируются с учетом существующих в организации коммуникационных процессов, однако порой не удается избежать определенных ограничений. Так, корпоративный мессенджер *Slack*, отличающийся удобным интерфейсом, а также возможностями интеграций со сторонними приложениями, например, для закрытия нужд внешней коммуникации в организации, характеризуется также чисто техническим ограничением – высокой нагрузкой на память компьютера, а также отсутствием выделенных каналов для неформальной коммуникации, в связи с чем часто неформальные и формальные эпизоды смешиваются в рамках одного канала.

Как и *Slack*, корпоративный мессенджер *Mattermost* обеспечивает внешнюю коммуникацию через сторонние приложения. Внутренние коммуникационные процессы могут быть осложнены из-за неинтуитивных настроек, а также ограниченного функционала.

Таким образом, на основании анализа использования корпоративных мессенджеров для обеспечения нужд организационной коммуникации выявлены следующие ограничения: опора на сторонние интеграции для осуществления внешней коммуникации, отсутствие отдельных выделенных каналов для формальной и неформальной внутренней коммуникации. Преодоление указанных ограничений позволит спроектировать корпоративный мессенджер, функционирующий как целостная экосистема для обеспечения коммуникации в организации.