

Петренко Євген (Запоріжжя, Україна)

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Напрями удосконалення інформаційно-комунікативного менеджменту в організації в умовах інформаційного суспільства: 1) якісне інформаційне забезпечення процесів управління в організації; 2) забезпечення управління обробки інформації на всіх рівнях; 3) забезпечення управління комунікаціями (спілкування – передача інформації від людини до людини). Інформаційно-комунікативний менеджмент стосується всіх функцій управління сучасної організації.

Зміст інформаційно-комунікативного менеджменту визначається концепцією про розвиток нової самостійної сфери знання – комунікаційних та інформаційних наук, які відповідають інформаційній парадигмі розвитку суспільства і мають власну специфіку поряд з іншими сферами наук (соціальними, гуманітарними, технічними, точними, природничими). Інформаційно-комунікативний менеджмент як наука тісно пов'язаний з теорією інформації і комунікації, історії спеціальних і масових комунікацій, інформаційною інфраструктурою суспільства, теорією інформаційного суспільства, системою інформаційно-комунікаційних наук, інформаційно-комунікаційною політикою, інформаційним правом тощо.

Інформаційний менеджмент як наука охоплює інформаційні ресурси, інформаційні системи, з ним тісно пов'язані штучний інтелект, телекомунікації, інформаційно-комунікаційну техніку і технології, методи дослідження інформаційних процесів. Інформаційно-комунікативний менеджмент слід аналізувати в контексті таких підходів, як організаційна комунікація, інформаційні послуги і маркетинг, методи організації суспільних зв'язків, дослідження ринку та аудиторії, фінансування інформаційної діяльності, комерційне право, семіотика реклами тощо. Концепти інформаційно-комунікативного менеджменту розвиваються у широкому спектрі: від традиційного розуміння інформаційного обслуговування до загальної теорії управління.

Умовно слід виділити наступні найбільш популярні трактування інформаційно-комунікативного менеджменту: 1) інформаційне забезпечення (у широкому змісті слова); 2) інформаційні ресурси та їх управління; 3) інформаційні послуги та їх підприємництво; 4) інформаційні системи та їх управління; 5) організації науково-дослідницької діяльності; 6) обробка та аналіз інформації; 7) офіс-менеджмент; 8) організація комунікації; 9) управління інформаційними технологіями; 10) стратегічне планування і менеджмент. Всі названі напрямки так чи інакше входять у рамки системи

знання інформаційного менеджменту і відображають різні аспекти інформаційного менеджменту чи акцентують одну з структурних частин знання інформаційного менеджменту.

Інформаційно-комунікативний менеджмент є результатом інформаційно-технологічної революції, яка є сучасним етапом розвитку науково-технічного прогресу, коли інформація виступає найважливішим стратегічним ресурсом та інструментом управління суспільними і природними процесами, а найновіші технології – визначним фактором суспільного розвитку.

Інформація і найновіші технології які на ній базуються, принципово змінили і міждержавні, і міжособистісні відносини, які стали тепер оперативними, більш відкритими, доступними для широкої аудиторії і практично не залежать від відстані. Інформаційно-комунікативна інфраструктура (Information and communication infrastructure) – це сукупність територіально розподілених державних та корпоративних інформаційних систем, ліній зв'язку, мереж і каналів передачі даних, засобів комутації та управління інформаційними потоками, а також організаційних структур, правових і нормативних механізмів, що забезпечують їх ефективне функціонування. Інформаційний менеджер в контексті інформаційного соціуму розуміється як генераліст (в контексті французької термінології - дженераліст), який здійснює будь-яку організацію через інформаційні і комунікаційні зв'язки. Формування інформаційної інфраструктури організації і реалізація внутрішніх і зовнішніх комунікаційних відносин приводить до його зав'язку зі стратегічним менеджментом. Отже, інформаційно-комунікативний менеджмент – це напрямок, що впливає на всі сторони діяльності організації як єдиного цілого.

Література:

1. Воронкова В.Г. Формування smart-суспільства як фактор сталого розвитку та його вплив на становлення нової освітянської парадигми 0,5 / В.Г.Воронкова // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич.- К. : Вид-во «Гілея», 2017. – Вип. 117 (2). – С.189-193.

2. Воронкова В.Г., Кивлюк О.П., Андрюкайтене Регіна. Концептуалізація моделі ноосферного розвитку сучасного соціуму та освіти інформаційного суспільства / В. Г. Воронкова // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : збірник наукових праць / За ред. В. Г. Воронкової. - Вип. 68. – Запоріжжя, РВВ ЗДІА, 2017. – С. 33-48

3. Максименюк М.Ю. Концептуалізація розвитку інформаційного суспільства в умовах глобалізації: методологія постмодерністського дискурсу / М.Ю.Максименюк // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : збірник наукових праць / За ред. В. Г. Воронкової. - Вип. 68. – Запоріжжя, РВВ ЗДІА, 2017. – С. 78-88 (Index Copernicus