

AZ INFO-KOMMUNIKÁCIÓS TECHNOLÓGIA OKOZTA KIHÍVÁSOK A VÁLLALATI BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓBAN

Andrea BENCSIK¹ – Bence CSINGER²

ABSTRACT

Corporate communication is deserves special attention during an ongoing pandemic, as the efficient flow of organizational information plays an important role in the realization of the corporate value creation process. The goal of effective internal information flow is to increase commitment to the organization and to help develop a sense of belonging to the organization. However, information and communication technologies have changed the way we communicate within a company, as they play a role in corporate communication in today's crisis that may never exist before, as these technologies go beyond the forms of information businesses use it to plan and develop skills, they also help to solve problems that arise. The aim of our research is to examine the significance of internal corporate communication and to review the role of information and communication technologies (ICT) in times of epidemic.

KEYWORDS

Internal information flow, corporate communication, COVID-19, ICT, challenges, theoretical study

BEVEZETŐ

Shelby 1993-ban [31] a vállalati kommunikációt a „sokféle kommunikációs forma és formátum ernyőjeként” határozta meg, amely magában foglalja a közönségkapcsolatokat (beszéd-írás, sajtó/közösségi kapcsolatok), a közügyeket (ideértve a lobbitevékenységeket), valamint a munkavállalói, fogyasztói és részvényesi kommunikációt. Mindezek a kommunikációs formák Shelby véleménye szerint az érdekelt felekkel való kommunikációra összpontosítanak. Két évvel később Van Riel továbbfejlesztette Shelby elképzelését azzal a koncepcióval, miszerint a kommunikáció mindezen formáit aktívan kell irányítani és koordinálni az érdekelt felek számára, annak érdekében, hogy egy egységes képet alkothassanak a szervezetről. A vállalati kommunikációt a vezetés eszközeként határozta meg, melynek segítségével a tudatosan használt belső és külső kommunikáció minden formáját a lehető leghatékonyabban harmonizálják, azzal az általános céllal, hogy kedvező alapot teremtsen a csoportokkal való kapcsolatokhoz, amelyektől a vállalat függ. [3]

A vállalati kommunikáció tanulmányozása növekvő fontosságú, mivel a szervezetek egyik legkomplexebb és legváltozatosabb tényezőjeként definiálható a hatékony és sikeres működés szempontjából. A belső kommunikáció a szervezet tagjai közötti munkakapcsolatban alakul ki és változik. Az idő előrehaladtával, ahogyan változik a szervezetek struktúrája, változnak az egyes munkafolyamatok, azok elvégzéséhez szükséges információs és kommunikációs technológiák és a kommunikáció egyre inkább kulcsfontosságú szerepet tölt be minden vállalkozás életében. A munkavállalók megfelelő információval való ellátása a sikeres szervezeti működés alapeleme, elégedettségük pedig a szervezeti hatékonyság mutatója is, amely versenyelőnyt jelenthet a vállalat számára. Ennek okán egyetlen szervezet sem hagyhatja figyelmen kívül a belső szervezeti kommunikáció szerepét, melynek a vállalati stratégiában fontos szerepet kell betöltenie. [30]

¹ prof. Dr. Andrea Bencsik, CSc., Selye János Egyetem, bencsika@uj.s.sk

² Mgr. Bence Csinger, Selye János Egyetem, csinger.bence@gmail.com

A technológiák információfeldolgozási és terjesztési képességei az idő előrehaladtával folyamatosan javuló tendenciát mutatnak. Az információs és kommunikáció technológiákat, vagy másnéven IKT-kat leggyakrabban az információk megszerzésére, tárolására, feldolgozására és továbbítására vonatkozó képességük alapján határozzák meg, de vajon milyen értelemben javíthatják ezen technológiák a kommunikációt és a munkavállalók képességeit az információk tárolására vonatkozóan? Amennyiben az információ gyakorlati értelemben megegyezik a tudással, az egyén vagy a szervezet ezen technológiák segítségével képes reprodukálni az ismereteket. [32]

Napjaink tudásalapú társadalmában a sikeres belső információáramlás kulcsfontosságú tényező, mely a megfelelő információs és kommunikációs technológiák alkalmazása nélkül nem valósulna meg. A gyors technológiai fejlődés azonban számos kérdést vet fel a jelenlegi válsághelyzetben a vállalati kommunikációt illetően, ugyanis a pandémia mindannyiunk életét gyökeresen megváltoztatta. Annak érdekében, hogy átfogó képet kapjunk az intern kommunikáció jelentőségéről, valamint az információs és kommunikációs technológiák szervezeti kommunikációra gyakorolt hatásáról, szekunder adatgyűjtés segítségével készítettük el tanulmányunkat. Elsődleges célunk, hogy betekintést nyújtsunk az IKT-k intern kommunikációra gyakorolt hatásaira a jelenlegi válsághelyzetben. Motivációnkat elsősorban az adta, hogy saját tapasztalatként éltük meg a megváltozott munkakörülmények hatásait, illetve az ezzel kapcsolatos felszínre került problémákat. Témánk újszerűsége abban rejlik, hogy a jelenleg is zajló pandémia olyan kihívások elé állította/állítja a vállalkozásokat, melyben azok az információs és kommunikációs technológiák játszanak kulcsfontosságú szerepet, melyek alkalmazása szinte egyik napról a másikra történt, a megfelelő képzettség megléte nélkül. Ahhoz, hogy választ kapjunk kérdéseinkre, szükséges áttekintenünk a belső kommunikáció vállalatokban betöltött szerepét, az IKT-kal való kapcsolatot, illetve a jelenlegi krízishelyzet ezen tényezőkre gyakorolt hatásait.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Tanulmányunkban a vállalati belső kommunikáció jelentőségének és kihívásainak áttekintése mellett bemutatjuk az olvasó számára az információs és kommunikációs technológia és az intern kommunikáció kapcsolatát, valamint a jelenlegi krízishelyzet belső kommunikációra gyakorolt hatásait.

A vállalati belső kommunikáció szerepe

A belső kommunikáció bizonyos formái már az ókortól kezdve léteznek és alapvető fontosságúak az emberek számára a közösségek és vállalkozások szervezése szempontjából. A belső kommunikáció lehetővé tette az ősi civilizációk számára, hogy megszervezzék a piramisok megépítéséhez, a nagy falak építéséhez és hatalmas birodalmak igazgatásához szükséges emberi erőfeszítéseket. Ehhez képest a formális, irányított belső vállalati kommunikáció egy viszonylag frissebb jelenség. Az ipari forradalom által kiváltott változások a nagy munkaerővel rendelkező vállalatok növekedését ösztönözték. Ezeknek a szervezeteknek széleskörű kommunikációra volt szükségük. Heller és Rowlinson [8] 2015-ben megjegyezték, hogy az ezzel kapcsolatos korai publikációk a nagyvállalatok munkavállalóinak újbóli összekapcsolódását szolgálták, mivel szervezeti kultúrát teremtettek, valamint értelmet és céltudatot biztosítottak az alkalmazotknak. Ezek a kiadványok egyúttal a menedzsment érdekeit is szolgálták azáltal, hogy propagandát juttattak el az alkalmazottak befolyásolására és ellenőrzésére. Dover [4] 1959-ben három korszakra osztotta a belső kommunikációt. A szórakoztató korszak (1939 előtti időszak) a kikapcsolódásra összpontosított, valamint a munkavállalók emberi érdeklődésének történetét mutatta be. Az információs korszak (1940-es évek) nagyobb hangsúlyt fektetett a promóciós lehetőségekre, a szervezet tevékenységére, míg az értelmezés és meg-

győzés korszaka (1950-es évek) a stratégiai vezetési döntések magyarázatára összpontosított, annak érdekében, hogy megszerezze a munkavállalók támogatását. A kiadvány tartalma mindhárom korszakban menedzsmentközpontú volt, az alkalmazottak kommunikációs igényei, valamint a tartalmi preferenciák kiszolgálása ezekben a korszakokban nem volt irányítási követelmény. Grunig és Hunt [6] 1984-ben egy negyedik korszakot javasolt, ők az 1980-as éveket a nyílt kommunikáció korszakának jellemezték, amely kétirányú, szimmetrikus kommunikációt tartalmaz a párbeszéd és a kölcsönös megértés megkönnyítése érdekében. A belső kommunikáció e négy korszakát jelzik ezen időszakok fő célkitűzései: szórakoztatás, tájékoztatás, meggyőzés és kölcsönös megértés megkönnyítése. Nyilvánvaló, hogy a korábban említett korszakokban megtestesített célok összefüggenek és folyamatosan zajlanak. Példaként megemlíthető, hogy a munkavállalók megfelelő tájékoztatása mindig a belső kommunikáció egyik legjelentősebb problémája lesz. A fő célkitűzések figyelembevétele az idő múlásával azonban hasznos, mivel ösztönzik a korábbiak alkalmazását, valamint további kérdéseket vetnek fel. Vitathatatlanul a belső kommunikáció legfőbb célkitűzései az utóbbi időben a következő korszakokat sugallják:

- 1990-es évek – kulturális változás korszaka: a belső kommunikációs célok támogatják az üzleti folyamatok újratervezését és a kulturális változással kapcsolatos kezdeményezések szervezését.
- 2000-es évek – elkötelezettség korszaka: a tudósok és a szakemberek a belső kommunikációs erőfeszítésekre összpontosítanak annak érdekében, hogy hozzájáruljanak a munkavállalók fokozottabb elkötelezettségéhez.
- 2010-es évek – átláthatóság és bizalom korszaka: a globális bankválság és a recesszió következményei nagyobb átláthatóság elérésére és a bizalom helyreállítására ösztönzik az erőfeszítéseket. [34]

A belső kommunikáció jelentőségének növekedése az utóbbi harminc évre vezethető vissza. Az intern kommunikáció jellegét, szerepét eltérő módon határozták meg az egyes évtizedekben.

Smith és Mitchell 1976-ban a kommunikáció négy fő funkcióját határozták meg, amelyek a következők: érzelmi, motivációs, információs, ellenőrzési funkciók. A 2010-es évben Borgulya ezen funkciókat az integráló szereppel egészítette ki, amely lehetővé teszi a környezet elfogadó magatartását és a munkatársak identifikációját. A XXI. században az intern kommunikáció mellett, hogy folyamatos érdeklődést tart fenn, ösztönöz, kezeli a változásokat, valamint biztosítja a munkavállalók érintettségét és elkötelezettségét a vállalat irányába. Ez a fajta kommunikáció lehetővé teszi egy közös cél érdekében végzett munka tervezését, irányítását, ellenőrzését, értékelését, a működéshez szükséges feltételek biztosítását, valamint az ehhez szükséges erőforrások összehangolását. [27]

A belső kommunikáció fogalmán belül fontos kitérnünk az érzelmi intelligencia definíciójára is, amely minden ember életében jelen van. Amellett, hogy befolyásolja saját életünket, döntéseinket, nagy szerepet játszik a kapcsolatok kialakításában és fenntartásában egyaránt, segít levonni bizonyos következtetéseket, vagy irányítani érzelmeinket egy adott helyzetben, amely fontos szerepet játszik a szükséges és megfelelő döntések meghozatalában. Vállalati szempontból ez a terület azért kulcsfontosságú, mivel a fejlett személyiség a hatékony vezetés alapja. A vizsgált kutatási terület szempontjából nem mehetünk el a coaching fogalma mellett sem, amely azon legerősebb kommunikációs módszerként definiálható, amely segít javítani a munkavállalók teljesítményén, amely összességében hozzájárul a csoport és a szervezet termelékenységének javításához is. [20]

Elemzés

Tanulmányunk következő részében bemutatjuk az intern kommunikáció vállalati szerepével kapcsolatos korábbi kutatások eredményeit, amely segít átfogó képet alkotni a jelenlegi helyzetről.

1. táblázat: A belső kommunikációval kapcsolatos vizsgálatok eredményei

Szerzők	A kutatás célja	Módszertan	Kutatás eredményei
Mazzei (2010)	A tanulmány célja a belső kommunikáció azon meghatározása, amely nem szellemi erőforrásokon, hanem szervezeti határokon alapul.	Telefonon/e-mailben való megkeresés - 10 Olaszországban működő vállalkozás	<ul style="list-style-type: none"> • Összefüggés van a belső kommunikáció és az emberi erőforrás-menedzsment rendszerek között, amelyek hozzájárulnak a szervezeti jóléthez, az együttműködési környezethez és elősegíti a munkavállalói hűséget a vállalat és alkalmazottai között. • A belső kommunikációs osztálynak kulcsfontosságú szerepe van az aktív munkavállalói magatartás ösztönzésében.
Men (2014)	A tanulmány célja a vezetésről és a belső kommunikációról szóló szakirodalom bővítése, az átalakuló vezetés, a kommunikációs csatornák vezetők általi kiválasztása, a szisztematikus, szimmetrikus kommunikáció és az alkalmazottak elégedettsége közötti kapcsolat kialakításával.	Kvantitatív online felmérés – Egyesült Államok közepes és nagyméretű vállalatok munkavállalói között - 400 értékelhető és használható válasz	<ul style="list-style-type: none"> • A szimmetrikus belső kommunikáció pozitív kapcsolatban áll a munkavállalók elégedettségével.
Karanges, Johnston, Beatson & Lings (2015)	A tanulmány célja, hogy választ adjon arra a kérdésekre, miszerint, van-e közvetlen pozitív hatása a belső szervezeti kommunikációnak a munkavállalók elkötelezettségére.	Kvantitatív online felmérés – Ausztriai vállalkozások munkavállalói között – 200 értékelhető és használható válasz	<ul style="list-style-type: none"> • A belső kommunikáció megkönnyíti a szervezet és az alkalmazottak közötti interakciókat, amelyek értéken alapuló munkahelyi kapcsolatokat hozhatnak létre. • A belső kommunikáció megkönnyíti a vezetők és munkavállalók közötti kapcsolatok létrejöttét, eszközként szolgál az értékek és célok kifejezésére és utat

			nyit a kedvező szervezeti-munkavállalói kapcsolatok számára.
Jacobs, Yu & Chavez (2016)	A tanulmány célja a társadalmi tőke elmélet szempontjából megvizsgálni a belső kommunikáció és a munkavállalók elégedettségének hatását az ellátási lánc integrációjára.	Kvantitatív kérdőíves lekérdezés – Kínában tevékenykedő gyártó vállalkozások munkavállalói között - 214 értékelhető és használható válasz	<ul style="list-style-type: none"> • A belső szervezeti kommunikáció jelentős pozitív hatással van a munkavállalók elégedettségére. • A belső szervezeti kommunikáció jelentős pozitív hatással van a belső integrációra. • A belső szervezeti kommunikáció jelentős pozitív hatással van a külső integrációra.
Verčič & Vokić (2017)	A tanulmány célja, hogy hozzájáruljon az egyre növekvő számú kutatáshoz, amely feltárja a belső kommunikációs elégedettség és a munkavállalói elkötelezettség kapcsolatát.	Kvantitatív kérdőíves felmérés - élelmiszertermelő multinacionális vállalat 511 munkavállalója között – 104 értékelhető és használható válasz	<ul style="list-style-type: none"> • A belső kommunikációs elégedettségnek jelentős szerepe van a munkavállalók magas szintű elkötelezettségében.
Joanna (2020)	A tanulmány célja a pontos belső kommunikációs folyamat jobb megértése a munkavállalók szemszögéből és annak feltárása, hogy a belső kommunikációval való elégedettség hogyan befolyásolja az alkalmazottak viselkedési reakciót.	Kvantitatív kérdőíves lekérdezés – Portugáliában tevékenykedő munkavállalók között – 132 értékelhető és használható válasz	<ul style="list-style-type: none"> • A belső kommunikációval való elégedettség hozzájárul a szervezettel való azonosuláshoz. (organizational identification of employees)

Forrás: [21]; [22]; [14]; [11]; [33]; [12]

Az összegző táblázat alapján kijelenthető, hogy a belső kommunikáció hozzájárul a szervezeti jóléthez, elősegíti a munkavállalói lojalitást, fontos szerepet játszik a munkavállalói magatartást ösztönzésében, kapcsolatban áll a munkavállalók elégedettségével és hozzájárul a vállalkozás, illetve a munkavállalók közötti könnyebb interakció kialakulásához.

A vállalati belső kommunikáció kihívásai

A munkavállalói elkötelezettség, a hűség, valamint a motiváció minden esetben fontos kérdésként jelenik meg a belső kommunikáció területén, melynek története 4 különböző stratégiát foglal magában: paternalizmus, bemutatás, meggyőzés és részvétel. Mindezen tényezők a belső érdekelt feleket befolyásolják, azonban csupán a részvétel érdekelt abban, hogy a munkavállalókat bevonja a kommunikációba, azáltal, hogy aktív résztvevővé teszi őket. A munkavállalók meghallgatása tehát egy olyan kulcsfontosságú tényező, amely a vállalati kommunikáció egyik kihívásaként említhető meg. Johansson [13] 2015-ben úgy fogalmazott, hogy a vállalkozások életében kritikus tényező továbbá, hogy a vezetők példát mutassanak és részt vegyenek a belső szervezeti kommunikációban, ugyanis a nem hatékony információáramlás odáig vezethet, hogy a munkavállalók rágalmozókká válnak, különösen az online világban, ahol a vélemények és megjegyzések azonnal megjelennek és a közönség számára láthatóvá válnak. Napjainkban a közösségi média szerves részét képezi nem csupán a mi, hanem a vállalkozások életének is, mely számos kihívást foglal magában. A szervezeteknek nem elég, hogy jelen vannak az online világban, aktívnak kell lenniük és folyamatosan figyelemmel kell kísérniük a tevékenységeket és gyorsan kell cselekedniük. Emellett fontos megemlíteni, hogy a közösségi médián keresztüli belső kommunikáció megköveteli a professzionalizmust, amely magában foglalja a csapatok és irányelvek létrehozását, valamint a folyamatos képzést a munkavállalói oldalról, semmit sem bízhatnak a véletlenre. A közösségi médiában folytatott kommunikációt továbbá össze kell kapcsolni a vállalkozás általános céljaival, valamint törekedniük kell, hogy megtalálják és fenntartsák a nyitottság és az interakció közötti egyensúlyt. A közösségi médián folytatott belső kommunikáció jövőjének egy olyan kommunikációs, interaktív párbeszédés és humanizált irányítás felé kell, hogy tartson, ahol a munkavállalók tartalom-együttműködők. Az IKT-k gyors fejlődésének eredményeképpen Miles és Mangold [23] 2014-ben úgy fogalmazott, hogy a közösségi médiában való jelenlétet nem lehet elkerülni a vállalkozásoknak. Az utolsó említésre méltó belső kommunikációra vonatkozó kihívás az értékelésre és ellenőrzésre való törekvés csoportja. A kommunikációs szakembereknek szükségük van arra, hogy kézzelfogható eredménnyel támogassák a szakmai erőfeszítéseket, melyhez mérési és értékelési eszközökre van szükségük. Heide és Simonsson [7] úgy fogalmazott, hogy a vállalkozások számára a belső érdekelt felek közötti kapcsolatok az öt legfontosabb kihívás egyikeként definiálható. A megfogalmazott kihívásokra érdemes nagy hangsúlyt fektetni, hiszen a belső kommunikáció egy megfelelő módszer releváns információk összegyűjtésére, mivel ez egy olyan tanulási folyamat, amely a munkatársak közötti interakció révén megy végbe és olyan végső információkat tárhat fel, amelyek akár a végső fogyasztókat is érinthetik. [1]

Az IKT és az intern kommunikáció kapcsolata

Az elmúlt évtizedekben ha ki kell emelni egy olyan kérdést, amely uralta a menedzsmentet és a szervezeti gondolkodást, akkor az nem más, mint a változás és annak szükségessége volt, mely magában foglalja azokat az információs és kommunikációs technológiáknak a folyamatos fejlődését, melyek bevezetése gyakran jelentős és nem várt szervezeti változásokkal járt. [2]

A belső kommunikáció rendkívül fontos szerepet játszik a szervezetek életében, azonban az IKT beruházások megoldása során az intern kommunikációt gyakran elhanyagolják. A belső kommunikáció kulcsfontosságú az információs rendszer működőképessége szempontjából. [10]

A technológia feltűnő hatással van a szervezeteken belüli kommunikációra. Továbbá az új technológia változásokat eredményez a szervezeti folyamatokban, a döntéshozatalban és a szervezet kialakításában is. Az IKT számos vállalkozás gerincévé válik, és kiszorítja a formá-

lis, hierarchikus struktúrát a koordináció elérése és a szervezeteken belüli és közötti kapcsolatok megfelelő kezelése céljából. Az információ a hatékonyság szempontjából fontos eszköz, amennyiben széles körben terjesztik és szabadon hozzáférhető a virtuális, elektronikus szervezetekben. Abban a világban, ahol az információs gazdaság jól működik, a technológia és a kommunikáció közötti kapcsolat elkerülhetetlen. A szervezetek sikeressége a cél elérésében és a vállalat jóléte a munkavállalók közötti hatékony kommunikáció függvénye. Ez továbbá nagymértékben függ attól, hogy a vállalkozások mennyire hatékonyan képezik munkavállalóikat oly módon, hogy képesek legyenek alkalmazkodni a különféle kommunikációs eszközök használatához. A technológia hatása megváltoztatja a szervezetek felépítését, továbbá segít a szervezeteknek nagyon gyorsan, szinte azonnali módon kommunikálni világszerte a világ bármely pontján, ami elősegíti a vállalkozás előrehaladását a célok elérése érdekében. Nyilvánvaló, hogy a technológia megváltoztatta a kommunikációnkat és az üzleti tevékenységünket. Bár sok tendencia befolyásolja a munkaviszonyokat, a belső kommunikáció hiánya tovább befolyásolja a szervezeteket, abból a szempontból, hogyan kezeljék munkavállalóikat. Az internet üzleti ügyletekhez való használata megfelelővé vált mind a nagy, mind a kisvállalatok számára és az e-kereskedelem gyorsan szervezeti kihívássá vált. Ezen kívül az e-mail útján történő elektronikus üzenetrendszer ingyenes, gyors és célszerű módszerré vált a hagyományos levelezési folyamatokat felváltó üzenetek fogadására és küldésére. Ez a fajta kommunikációs könnyítés sok hatást fejt ki. A mai világban a kommunikáció könnyen megvalósítható e-mailek, videókonferenciák és webináriumok segítségével. Mindenekelőtt a mobiltelefon és az internetes technológia lehetővé tette és teszi mind a mai napig az emberek számára, hogy ellenőrizzék és küldjék az üzeneteket. Összességében elmondható, hogy a technológia forradalmi átalakulást hozott létre a kommunikációban. A „Go Green” korszak felé haladva az új kommunikációs rendszerek és a digitális technológia is drámai változásokat hajtottak végre üzleti módszerekben. A számítógépek használata az információk létrehozására, küldésére és tárolására egyre nő és ennek számos előnye van az e-kereskedelemben. Az emberek és a technológia kapcsolata már régen kialakult és elismert, és a technológia hatása a szervezeti viselkedésre egyre világosabbá vált. Egyetlen szervezet sem engedheti meg magának, hogy figyelmen kívül hagyja a gyorsan fejlődő változásokat a menedzsment területén és erőteljesen befolyásolja az intézményi munkát, az innovációt, a termelékenységet és a profit-szerzést. A szervezetek manapság szaporán integrálják az új technológiákat, annak érdekében, hogy versenyelőnyt szerezzenek versenytársaikkal szemben a termelékenység és a szolgáltatások tekintetében. A technológia segítségével figyelemre méltó változások történnek az olyan folyamatokban, mint a marketing, a termelés és az emberi fejlődés, továbbá fontos szerepet játszik a pontos döntéshozatalban, valamint az idő- és pénztakarékosságban. A világ változásával a technológiák is folyamatosan változnak. [5]

Szervezeti előnyök az IKT és a belső kommunikáció kapcsolatának vonatkozásában

A mai tudásalapú társadalomban a kommunikációs hálózatok lehetővé teszik az üzenetek időben történő áramlását a kommunikátorok között. Ezen hálózatoknak és technológiáknak köszönhetően a vállalkozások az emberek kreatív és szellemi eszközeit használják fel értékteljesítés céljából. Az IKT hálózatokban a hatékony belső kommunikáció kulcsfontosságú, a vállalkozásoknak az intern kommunikáció gyors áramlását elősegítő stratégiákat szükséges elfogadniuk. A következő belső kommunikációs stratégiának technológiailag proaktív megközelítést szükséges követnie a közvetlenebb, elkötelezettebb alkalmazottak érdekében. Az intern kommunikáció fejlesztése elősegíti az új technológiák alkalmazását, annak érdekében, hogy lehetővé tegyék az új ismeretek megszerzését és ennek okán a versenyelőny kialakítását. A technológiai fejlődésekhez való alkalmazkodás lehetővé teszi a gyors és hatékony kommunikációt és segítséget nyújt a konfliktusok megoldásában. [24]

A technológia az egyik legfontosabb elem a hatékony kommunikációs műveletek szempontjából. Meghatározható az információ azon formájaként, amelyet az eszközök tervezéséhez és készségek fejlesztéséhez alkalmaznak. A technológia hatással van a szervezeteken belüli kommunikációra, ugyanis a technológiai fejlődés újra és újra megváltoztatja a szervezeti folyamatokat. Az információs és kommunikációs technológiai változások hosszú távon hatással lehetnek a szervezeti hatékonyságra és eredményességre is. A szervezeti célok elérésének sikere minden szinten a munkavállalók közötti hatékony kommunikáció függvénye. Ez azonban attól is függ, hogy a szervezet mennyire hatékonyan képezi munkavállalóit abból a szempontból, hogy képesek legyenek alkalmazkodni a kommunikációs eszközök használatához. A technológia hatása megváltoztatja a szervezetek felépítését egy új rendszer bevezetésekor. Ennek ellenére a kialakulóban lévő IKT-k hozzájárulnak a döntéshozatali folyamat felgyorsításához és megváltoztatják a vállalatok közötti interakciókat. Szervezeti kommunikációról akkor beszélhetünk, amikor a kommunikációs folyamatot erősen erőtetik a kommunikációs struktúrák, rendszerek, a kommunikációs irányultság, az információs csatornák és szerepek. A kommunikációs struktúra pedig olyan szervezeti változók eredménye, mint a formális szervezeti felépítés és az információfeldolgozási igények, ahol a technológia életbe lép. Ennek ellenére a feltörekvő kommunikációs technológiák felgyorsítják a döntéshozatalt és megváltoztatják a szervezetek közötti interakciót. Mindenekelőtt lehetővé teszi a szervezetek számára a költségek csökkentését és a képességek növelését, ezáltal lehetővé teszi a szervezetek közötti koordináció kialakítását. A szervezeti struktúrát minden szinten befolyásolja a technológia. Az ezzel kapcsolatos készségek, rendszerek és eljárások hatékonyan kezelik a környezeti tényezőket. A szervezet méretétől függetlenül a technológia hatással van a döntéshozatalra, az információfeldolgozásra és a kommunikáció koordinációjára. Az internet és az információs technológia lehetővé tette a szervezetek számára, hogy versenyképesebbé váljanak a költségek csökkentésével. [5]

Kišić [15] a 2020-as évben készített egy kutatást a horvátországi vállalatok körében, ahol 200 munkavállaló véleményét vonta vizsgálat alá. Eredményei azt mutatják, hogy a megkérdezett személyek 90%-a úgy vélte, hogy az információs technológia alkalmazása hozzájárulhat a belső kommunikáció javulásához. Az információs technológia nagy potenciállal bír az intern kommunikációra, elsősorban a kommunikáció végrehajtásának eszközeként. [15]

Összességében elmondható, hogy az IKT-k vállalati integrálása mellett, hogy közvetlenül hatékonysághoz és versenyképességhez, közvetetten pedig a termelékenységet javító kiegészítő innovációk generálásához járul hozzá, központi szerepet játszik az intern kommunikáció szerepének felértékelődésében. [28]

A jelenlegi krízishelyzet hatásai a vállalati belső kommunikációra

A 2020-as év hozta járványhelyzet jelentős mértékben megváltoztatta az emberek munkamódszerét, ugyanis a globális válsággal kapcsolatos bizonytalanság és kétértelműség miatt a vállalkozásoknak számos kihívással kell szembenézniük. A változó környezethez való alkalmazkodás érdekében az alkalmazottak szerepe ugyanolyan fontos, mint a szervezetek erőfeszítései a válság kezelésére. A munkavállalók aktív tudásmegosztása abban rejlik, hogy segítse a vállalatokat gyors és hatékony döntések meghozatalában és az ellenálló képességben, mivel ez a fajta magatartás elősegíti a hasznos és újszerű információk áramlását a szervezeten belül. Fontos kiemelni, hogy az aktív információ- és tudásmegosztás válsághelyzetben még kritikusabb, mivel segít a problémák gyors és hatékony felismerésében, megoldásában és innovatívvá teszi a szervezetet, amelyhez olyan stratégiát szükséges kidolgozni, melyek biztosítják válság idején a munkavállalók közötti tudásmegosztást. [18]

A vállalkozások foglalkoztatáspolitikájának elsődleges feladata az ideális munkakörülmények és lehetőségek biztosítása a munkavállalói képességeknek megfelelően. Egy krízishelyzet során az anyagi ösztönzés nem elegendő a munkavállalói elégedettségeléréséhez, belső ösztönzőkre és ösztönző vezetésre van szükség. [17]

Az alábbi gondolatot szem előtt tartva a szervezeteknek új vezetési, szervezési és kommunikációs módszereket kellett találniuk, amikor azt mondták munkavállalóiknak, hogy fogadják el a társadalmi távolságot akár a munkahelyükről, akár otthonukból végzik munkájukat. Ilyen körülmények között a munkavállalók természetesen információt és támogatást kérnek és várnak el munkáltatójuktól, melynek okán fontos beszélni az úgynevezett válságkommunikációról. A belső válságkommunikáció (ICC) a válságkommunikáció és a változáskommunikáció összeolvadásaként definiálható, mivel ezek a területek olyan összetett helyzetekre összpontosítanak, ahol az érintettek és munkatársaik kétértelműséget és zavart tapasztalnak. Mindkét esetben információra, kommunikációra és érzékelésre van szükség ahhoz, hogy megértsük a helyzetet és annak megfelelően cselekedjünk. [26]

A COVID-19 amellelt, hogy felgyorsította a nem szokásos munkarutinokat, a folyamatban lévő trendek felgyorsulását is okozta, melynek eredményeképpen a munka online, vagy virtuális környezetbe való áttérése került a fókuszba, amely komoly kommunikációs nehézségeket okoz a vállalkozások számára. [16]

Sanders és munkatársai [29] a 2020-as évben kutatásuk során arra az eredményre jutottak, hogy a felsővezetők számára a pandémia idején rendkívül nagy kihívást jelent, hogy hatalmas mennyiségű információt szükséges átadniuk a munkavállalóknak és több médiumot kell kezelniük. Továbbá megfogalmazták, hogy a vezetők részéről átadott üzenetnek minden esetben megkülönböztethetőnek, következetesnek és konszenzusosnak kell lennie, mert ebben az esetben a munkavállalók az üzenetekben szereplő információk alapján megértik, hogy mit várnak tőlük. Tekintettel a világjárvány idején tapasztalható nagy bizonytalanságra, a megkülönböztethető, következetes és konszenzusos üzeneteknek képesnek kell lenniük arra, hogy mozgósítsák a munkavállalókat a megfelelő kollektív cselekvésre, amely pozitívan kapcsolódik a szervezet iránti elkötelezettségükhöz, mentális jóllétükhöz, egészségükhöz és termelékenységükhöz. [29]

Következtetések

Vizsgálatunk elsődleges célja az volt, hogy betekintést nyújtsunk az IKT-k intern kommunikációra gyakorolt hatásaira és megvizsgáljuk a pandémia okozta hatásokat a vállalati belső kommunikációra vonatkozóan. Szekunder adatgyűjtésünk során arra a következtetésre jutottunk, hogy szervezeti szinten az intern kommunikáció nagymértékben hozzájárul a szervezeti jóléthez, elősegíti a munkavállalói elkötelezettséget, szerepet játszik a munkavállalói magatartás ösztönzésében. Emellett kapcsolatban áll a munkavállalói elégedettséggel és megkönnyíti a vállalatban belüli interakciót. Ennek eredményeképpen kijelenthető, hogy a belső kommunikáció szervezeti vonatkozásban való vizsgálata nem elhanyagolható kutatási terület, ugyanis ezen tényezők kulcsfontosságú szerepet játszanak krízishelyzet idején. Ahogy a világ változik, a technológiák is folyamatos fejlődésben állnak, mára pedig egy olyan világban élünk, ahol a technológia és a kommunikáció kapcsolata elkerülhetetlen. Vizsgálatunk során rávilágítottunk az információs és kommunikációs technológiák, valamint az intern kommunikáció legjelentősebb összefüggéseire. A két tényező szoros kapcsolatban áll egymással, ugyanis a belső kommunikáció az információs rendszer működőképessége szempontjából nélkülözhetetlen. Ezen technológiák elsődleges célja a szervezeten belüli és közötti kapcsolatok megfelelő

kezelése. Egy vállalkozás sikerességében rendkívül fontos szerepet játszik a megfelelő intern kommunikáció. A XXI. században a megfelelő kommunikáció azonban nagymértékben függ a munkavállalók információs és kommunikációs technológiák alkalmazásához kapcsolódó képzésétől. Ez abból az okból kulcsfontosságú, mivel a technológiai hatás lehetővé teszi a szervezetek számára az azonnali, bárholonnan történő kommunikációt, amely elősegíti a cégek előrehaladását a szervezeti célok elérése érdekében. A jelenleg is zajló egészségügyi pandémia azonban a vezetők megfelelő szintű felkészülését igényli egy virtuális munkakörnyezet irányítására. Sokan azon kapták magukat, hogy biztosítani kell, hogy munkavállalóknak nem csupán olyan dolgokhoz legyen hozzáférésük, mint például a támogató rendszerek, megbízható internet, megfelelő számítógépes interfészek, tűzfalal védett adatbázisok, hanem gondoskodniuk kell különböző csoportos együttműködési technológia segítségével megvalósuló ötletgyűjtő megbeszélések megtartásáról, interaktív értekezletek vezetéséről, valamint a szervezeti kultúra fenntartásáról az informális kommunikáció lehetővé tétele érdekében. Bár a virtuális munkavégzésnek tudunk olyan előnyeiről, mint például az otthoni munkavégzés révén a munka és magánélet jobb egyensúlya, az ingázási idő hatékonyabb felhasználása, fontos megemlíteni a virtuális munkavállalók előtt álló kihívásokat is. A távoli munkavégzés eredményeképpen az alkalmazottak alacsonyabb szintű bizalmat érezhetnek a vezetőjükkel és szervezetükkel szemben, valamint az otthoni munkavégzés ronthatja a munkavállalók kapcsolatát is a vállalati kultúra értékeivel kapcsolatban. A legfontosabb, hogy a gyakori informális kommunikáció elvesztése szükségessé teszi az új kommunikációs eszközök és technikák alkalmazását a virtuális alkalmazottak számára. [25]

A válsághelyzet ideje alatt az emberek mindennapi élete folyamatos változáson megy keresztül és számos munkavállalót elárasztottak az információk. A mai globális társadalomban a szervezetek számos olyan információs hálózatokból állnak, amelyeket információs és kommunikációs technológiák működtetnek, melyek kulcsfontosságú tényezők a meglévő társadalmi rendben, különösen a COVID-19 idején. Alapvetően az IKT jelenti a legjobb esélyt a társadalmi rend fenntartására egy járványhelyzet idején. Ezek a fajta új információs és kommunikációs technológiák számos előnnyel és hátránnyal rendelkeznek. A globális egészségügyi és információs válság idején nincs elegendő információ a döntéshozatalhoz, sok esetben megbízhatatlan az információ, az emberek napi információigényének kielégítése érdekében nem hozzáférhető az információ, valamint negatívumként megemlítendő a félretájékoztatás, a dezinformáció, illetve az álhírek terjesztése. Ugyanakkor ezen technológiák lehetőséget biztosítanak a gyorsabb reagálásra azáltal, hogy támogatják a nagyarányú részvételt és az állami, valamint nemzeti határokon átnyúló együttműködéseket. [35]

Zito és munkatársai a 2021-es évben arra a következtetésre jutottak, hogy amint a vállalkozás kommunikálja és támogatja a munkavállalókat a változással kapcsolatban, közvetlen hatást fognak gyakorolni attitűdjeikre és a folyamat irányításához szükséges stratégiákra. Abban az esetben, ha az alkalmazottak elkezdik felismerni, hogy egy változás pozitív is lehet a szervezet számára, hajlandóak elkötelezett magatartással és pozitív energiával támogatni vállalatukat. A jelenlegi krízishelyzetben nélkülözhetetlen az emberi erőforrásokkal kapcsolatos gyakorlatok fejlesztésének figyelembevétele annak elérése érdekében, hogy támogatást, bátorítást és munkabiztonságot nyújtson munkavállalói számára. [36]

BEFEJEZÉS

A jelenlegi egészségügyi krízishelyzetben a vállalati kommunikáció szerepe teljes mértékben felértékelődött. A munkavállalókkal a változás során folytatott kommunikáció alapvető és meghatározó tényezője annak, hogy az alkalmazottak hogyan értelmezik és kezelik a változásokat. [19]

Wang és Noe 2010-ben úgy fogalmazott, hogy az alkalmazottak aktív tudásmegosztási magatartása kulcsfontosságú abból a szempontból, hogy segítse a vállalkozásokat a gyors és hatékony döntések meghozatalában és a válságban való ellenálló képességekben, mivel ez a magatartás elősegíti a hasznos és újszerű információk szabad áramlását a szervezeten belül. [18]

A fejlődő kommunikációs technológiák nemcsak megváltoztatják a szervezetek közötti interakció módját, hanem felgyorsítják az ítélezést is. Az információs és kommunikációs technológiák segítenek felgyorsítani a kommunikációt egy szervezetben, mivel különösen fontos a hatékony kommunikáció ápolása és a termelékenység növelése. Mindazonáltal ahhoz, hogy sikeresek legyenek az információs technológia korában, a szervezeteknek fel kell készíteniük és képezniük kell munkavállalóikat a kommunikációs technológiai eszközök használatára. A jelenlegi üzleti trendben a vállalkozások nagyon nehezen tudnak elszigetelten dolgozni és nem szívesen változnak. Nemzetközi szinten egyértelmű, hogy azok a szervezetek, amelyen vonakodnak a változástól, előbb-utóbb megszűnnek. Más szóval a szervezeteknek meg kell változtatniuk rendszereiket. Ebben az értelemben a technológiát rendkívül hasznos eszköznek kell tekinteni a hatékony kommunikáció előmozdítása érdekében. Ez segít kiküszöbölni a kommunikációnak az interperszonális kapcsolatokra gyakorolt káros hatásait és a kapcsolati készségek fejlesztését.

A technológia fejlődése kényelmessé tette a kommunikációt. Ezen kívül megkönnyítette a hálózatépítést és megerősítette a kapcsolatokat. A technológiai kommunikáció kétélű kard. Egyrészt megkönnyíti az emberek számára, hogy könnyen kiépítsék a hálózatot és könnyen kapcsolatban maradhassanak bárhol a világon, de a másik oldalon a technológia gyors fejlődése barátságtalan társadalmi kapcsolatokat eredményezett, amely rést és kellemetlen hangulatot teremt, félreértésekhez, és végül kiégési helyzetekig vezet. [5]

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] ARAÚJO, M., MIRANDA, S. *Multidisciplinary in internal communication and the challenges ahead*. Corporate Communication: An International Journal. 2020. Volume 26. Issue 1. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2020-0012>
- [2] BARETT, M., GRANT, D., WAILES N. *ICT and organizational change: introduction to the special issue*. The Journal of Applied Behavioral Science. 2006. Volume 42. Issue 1. <https://doi.org/10.1177/0021886305285299>
- [3] CORNELISSEN, J. P. *Corporate communication*. The International Encyclopedia of Strategic Communication. Wiley Online Library. 2008. DOI: 10.1002/9781405186407.wbiecc143
- [4] DOVER, J. C. *The three eras of management communication*. Journal of Communication. 1959. Volume 9. Issue 4. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1959.tb00314.x>
- [5] GANAPATHI, N. *Internal communication in the international organizations – the influence of technology*. International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences. 2016. Volume 5. Number 5. ISSN 2278-6236.
- [6] GRUNIG, E. J., HUNT, T. *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston 1984.
- [7] HEIDE, M., SIMONSSON, C. "Putting coworkers in the limelight: new challenges for communication professionals", International Journal of Strategic Communication. 2011. Volume. 5 Number. 4, pp. 201-220.

- [8] HELLER, M., ROWLINSON M. *Organizational Magazines – Addressing Captive or Cautious Audiences* in The Routledge Handbook of Magazine Research. 1st Edition. 2015.
- [9] HOLÁ, J. *The importance of internal company communication*. Scientific Journal Economics and Management: Current issues and perspectives. 2007. ISSN: 1648-9098.
- [10] HOLÁ, J., ČAPEK, J. *Internal communication as a neglected part of ICT management*. IDIMT-2014. Networking Societies – Cooperation and Conflict. 2014. ISBN 978-3-99033-340-2.
- [11] JACOBS, A. M., YU, W., CHAVEZ, R. *The effect of internal communication and employee satisfaction on supply chain integration*. International Journal of Production Economics. 2016. Volume 171. Part 1. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.10.015>
- [12] JOANNA, S. K. *The influence of internal communication satisfaction on employees' organisational identification: Effect of perceived organisational support*. Journal of Economics & Management. 2020. Volume 42. ISSN 1732-1948.
- [13] JOHANSSON, C. "Empowering employees through communicative leadership", in Melo, A.D., Somerville, I. and Gonçalves, G. (Eds), Organisational and Strategic Communication Research: European Perspectives II, CECS, Braga, pp. 85-110. 2015.
- [14] KARANGES, E., JOHNSTON, K., BEATSON, A., LINGS, I. *The influence of internal communication on employee engagement: A pilot study*. Public Relations Review. 2015. Volume 41. Issue 1. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.003>
- [15] KIŠIČ, A. *Information and communications technologies as a driver of effective internal communication*. Open Journal for Information Technology. 2020. Volume 3. Issue 2. pp. 39-52. <https://doi.org/10.32591/coas.ojit.0302.01039k>
- [16] KNIFFIN, M. K. et al. *COVID-19 and the workplace: Implications, issues, and insights for future research and action*. American Psychologist. 2021. Volume 76. Number 1. <https://doi.org/10.1037/amp0000716>
- [17] KORCSMÁROS, E., MACHOVÁ, R. *Challenges of burnout prevention in slovak smes–focus on optimal employment*. Acta Polytechnica Hungarica: An international peer-reviewed scientific journal of Obuda University. 2021. Volume 18. Number 2. <https://doi/10.12700/APH.18.2.2021.2.5>
- [18] LEE, Y., TAO, W., LI, Q. Y. J., SUN, R. *Enhancing employees' knowledge sharing through diversity-oriented leadership and strategic internal communication during the COVID-19 outbreak*. Journal of Knowledge Management. 2020. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2020-0483>
- [19] LI, Y. J., SUN, R., TAO, W., LEE, Y. *Employee coping with organizational change in the face of pandemic: The role of transparent internal communication*. Public Relations Review. 2021. Volume 47. Issue 1. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101984>
- [20] MACHOVÁ, R., ZSIGMOND, T., LAZÁNYI, K., KREPSZOVÁ, V. *Generations and Emotional Intelligence A Pilot Study*. Acta Polytechnica Hungarica: An international peer-reviewed scientific journal of Obuda University. 2020. Volume 17. Number. 5. <https://doi/10.12700/APH.17.5.2020.5.12>
- [21] MAZZEI, A. *Promoting active communication behaviours through internal communication*. Corporate Communications: An International Journal. 2010. Volume 15. Issue 3. <https://doi.org/10.1108/13563281011068096>
- [22] MEN, R. L. *Strategic internal communication: Transformational Leadership, Communication Channels, and Employee Satisfaction*. Management Communication Quarterly. 2014. Volume 28. Issue 2. <https://doi.org/10.1177/0893318914524536>
- [23] MILES, J. S., MANGOLD, G. W. *Employee voice : Untapped resource or social media time bomb?* Business Horizons. 2014. Volume 57. Issue 3. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.12.011>
- [24] MORALES-G., J. V., RECHE-M., F., JOVER-V., J. A. *Influence of internal communication on technological proactivity, organizational learning, and organizational innovation in the pharmaceutical sector*. Journal of Communication. 2011. Volume 61. Issue 1. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01530.x>

- [25] NEWMAN, A. S., FORD, C. R. *Five steps to leading your team in the virtual COVID-19 workplace.* Organizational Dynamics. 2021. Volume 50. Issue 1. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2020.100802>
- [26] RUCK, K., MEN R. L. *Guest editorial: Internal communication during the COVID-19 pandemic.* Journal of Communication Management. 2021. Volume 25. Issue 3.
- [27] SAÁRY, R. *Intern kommunikáció jellemzőinek vizsgálata empirikus kutatási eredmények tükrében.* Budapest. 2015.
- [28] SÁNCHEZ, B. V., MILÁN, C. J. M., SAHUQUILLO, A. C. *A study of the value of ICT in improving corporate performance: a corporate competitiveness view.* Technological and Economic Development of Economy. 2018. Volume 24. Issue 4. <https://doi.org/10.3846/tede.2018.3114>
- [29] SANDERS, K., NGUYEN, T. P., BOUCKENOOGHE, D., RAFFERTY, A. SCHWARZ, G. *Unraveling the what and how of organizational communication to employees during COVID-19 pandemic: Adopting an attributional lens.* The Journal of Applied Behavioral Science. 2020. Volume 56. Issue 3. <https://doi.org/10.1177/0021886320937026>
- [30] SEMEGINÉ, T. É. *Az informális kommunikáció hatása a szervezeti működésre.* 2015. Vezetéstudomány XLVI. évfolyam. 2. szám.
- [31] SHELBY, N. A. *Organizational, Business, Management, and Corporate Communication: An Analysis of Boundaries and Relationships.* International Journal of Business Communication. 1993. Volume 30. Issue 3. <https://doi.org/10.1177/002194369303000302>
- [32] STEINMUELLER, E. W. *Will new information and communication technologies improve the 'codification' of knowledge?* Industrial and Corporate Change. 2000. Volume 9. Issue 2. <https://doi.org/10.1093/icc/9.2.361>
- [33] VERČIČ, T. A., VOKIČ, P. N. *Engaging employees through internal communication.* Public Relations Review. 2017. Volume 43. Issue 5. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.005>
- [34] WELCH, M. *Internal communication.* The International Encyclopedia of Strategic Communication. 2018. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0090>
- [35] YANG, S., FICHMAN, P., ZHU, X., SANFILIPPO, M., Li, S., KENNETH R. *The use of ICT during COVID-19.* Proceedings of the Association for Information Science and Technology. 2020. Volume 57. Issue 1. <https://doi.org/10.1002/pra2.297>
- [36] ZITO, M., INGUSCI, E., CORTESE, G. C., GIANCASPRO, L. M., MANUTI, A., MOLINO, M., SIGNORE, F., RUSSO, V. *Does the end justify the means? The role of organizational communication among work-from-home employees during the COVID-19 pandemic.* International Journal of Environmental Research and Public Health. 2021. Volume 18. Issue 8. <https://doi.org/10.3390/ijerph18083933>