

Noile tehnologii și comunicarea organizațională

Modificări la nivelul comunicării operaționale

Noul concept de comunicare, denumit și nou concept de bizcommunication (Vasilcovschi, 2007) presupune comunicarea eficientă și receptarea activă a mesajului transmis prin filieră business. Globalizarea economică necesită reanalizarea din această perspectivă a mai multor aspecte, cum ar fi cele de colaborare și interacțiune între organizații, funcțiile manageriale, realizarea schimburilor de informații și bunuri, analiza pieței etc. Comunicarea duce la schimbări, la influențarea activității economice în contextul globalizării, la schimburile de informații și experiență care duc la schimbarea mentalității și a atitudinilor. Toate aceste schimbări sunt mijloace de tehnologia informațională, ducând la o definire a societății în termeni de comunicare.

Bizcommunication nu constituie doar o comunicare în domeniul afacerilor, ci și un mod de a determina colaborarea dintre organizații, bazată pe analiza avantajelor și dezavantajelor prezentării unui mesaj în contextul afacerilor. Eficiența comunicării determină succesul unei companii, succes care provine atât din interiorul, cât și din exteriorul său. Efectele bizcommunication asupra angajaților sunt clarificarea misiunii organizației, dezvoltarea ei și facilitarea schimbărilor. Folosirea corectă a bizcommunication duce la globalizare economică în avantajul tuturor, creând un suport pentru comunicare.

Știința comunicării are în vedere posibilitățile de aplicare a tehnologiilor informaționale și consecințele sociale ale acestor revoluții informaționale. Electronica și telecomunicațiile sunt strâns legate între ele și redenumite cu termenul de telematică. Mijloacele se dezvoltă foarte repede. Tehnologia informațională devine un domeniu major de investiții care creează oportunități pentru deciziile capitale referitoare la obiective. Volumul informațional în creștere este difuzat prin diverse canale. Societatea informațională devine o societate unde economia se dezvoltă datorită proceselor tehnologiei informaționale. Literatura de specialitate menționează cinci perspective asupra societății informaționale, referitoare la: a) structura economică, b) consumul de informație, c) infrastructura tehnologică, d) demersurile critice, e) demersurile multidimensionale.

a.- acordă importanță perspectivei macroeconomice, deplasării forței de muncă din sectorul industrial (sau secundar) spre cel al serviciilor (sectorul terțiar) sau spre sectorul colectiv.

b. – mai ales în Japonia, are în vedere consumul de informații și servicii informaționale . Ei stabilesc criteriile după care se măsoară gradul de informatizare al unei societăți. Se utilizează doi indici: indicele Johokeisu și indicele Johoka.

Indicele Johokeisu stabilește ponderea cheltuielilor legate de informatizare în bugetul familial. Indicele Johoka vizează trei aspecte: cantitatea de informații obținute de la telefonie și publicații, gradul de pătrundere al mijloacelor de comunicare, telefon, radio, televiziune, calitatea activității informaționale , ponderea sectorului de servicii în totalul populației active. Conform acestor indici, se poate vorbi de o societate informațională dacă următoarele condiții sunt îndeplinite:

- venitul pe cap de locuitor este mai mare de USD 4000;
- numărul de angajați din sectorul serviciilor trece de 50% din totalul populației active;
- numărul de studenți este mai mare de 50% din totalul populației de aceeași vârstă;
- ponderea cheltuielilor legate de informatizare este mai mare de 35%. (Cuilenburg, Scholten, Noomen, 2004 p. 54).

c. – vizează infrastructura tehnologică, numărul de rețele digitale. Șansa unei societăți interconectate (wired society) fiind mai bună crește și nivelul de trai și productivitatea, mai ales că tehnologiile informaționale cuprind și piața.

d. – există și o tentă critică. Tehnologia informațională va servi interesele celor de la putere, iar “societatea informațională” este doar un slogan comercial, folosit pentru creșterea vânzărilor. Tehnologia va servi doar la o redistribuire a veniturilor, adâncind clivajul dintre săraci și bogați. Faptul că tehnologia informațională va contribui la creșterea numărului locurilor de muncă este doar o iluzie.

e.- propune analiza relațiilor dintre economic-social-politic-cultural-tehnologic. Utilizarea tehnologiei informaționale nu are aceeași consecințe în societăți diferite.

Informația ca bun economic

Informația constituie o sursă de existență: după unii, informația nu este un bun economic, dar economia se bazează pe această sursă care nu se epuizează , ci se amplifică: este totodată și un bun colectiv prin accesibilitatea tuturor la ea. După alții, informația ca bun economic are proprietăți specifice: ea poate circula, poate fi multiplicată, consumul duce la creșterea cantității

de informații, poate fi transportată simplu, cere un alt tip de administrare, nu poate fi monopolizată.

Oamenii au comunicat dintotdeauna, s-au schimbat însă modalitățile și amploarea comunicării, prin preluare, prelucrare, stocare, colectare, difuzare, ducând la sisteme de prelucrare a informației, sisteme informaționale care se substituie și nuancează relația emițător-canal-receptor, bazată fiind pe calculatoare și pe componentele și procesele legate de ele: input (introducerea, culegerea datelor), procesor (prelucrarea datelor), memorie (stocarea datelor), output (emiterea datelor). La ora actuală, tendința de minimizare, micșorare a mijloacelor fizice este sprijinită de microelectronică, având ca obiectiv mărirea vitezei de lucru, anularea distanțelor, conectarea bazelor de date. Procesul de comunicare este influențat prin automatizarea controlului și mecanizarea logică și aritmetică.

Inovația tehnologică se bazează pe automatizare, informatizare, digitalizare, care reprezintă 3 procese distincte. Automatizarea înseamnă utilizarea calculatorului pe scară tot mai largă, definindu-se 5 tipuri de utilizare a calculatorului în literatura de specialitate:

1. utilizarea de tip funcționăresc, de exemplu: baze de date salariați;
2. prelucrarea informației – oferte, rezervări;
3. controlul producției – dirijarea producției industriale;
4. design – realizarea prototipurilor, layout-urilor, etc.,;
5. luarea deciziilor – decizii luate pe baza datelor, modelelor (Cuilenburg, Scholten, Noomen, 2004 p. 62).

Informatizarea se referă la creșterea importanței sociale a sistemelor informaționale, la contribuția la dezvoltarea economiei naționale prin producerea, colectarea, păstrarea și transmiterea informațiilor.

Digitalizarea se referă la tehnica digitală care a permis amplificarea transferului de informații, amplificare referitoare la cantitatea, rapiditatea, acuratețea transferului de informații. Aici se include și dezvoltarea telecomunicațiilor, cablu, sateliți ISDN (Integrated Services Digital Network).

Tehnologia permite accesul la informații, schimbul de informații (email, rețele comerciale, marketing direct), tranzacții (comenzi, operații bancare), vizând și crearea unui “electronic cottage” (căsuță electronică) cu efectuarea activităților în spațiul de acasă, pe viitor.

Suprainformatizarea și informatizarea oarbă

(Cuilenburg, Scholten, Noomen, 2004)

Perspectiva anilor '80 se referea la informatizare ca o perioadă de acces la informații fără precedent, informații a căror abundență însă poate genera și o adversitate față de primirea și prelucrarea de noi informații. Ce anume va genera o asemenea perspectivă, de la rezolvarea rapidă a problemelor simple, până la teledemocrații, nu se poate specifica. Există și argumente care pledează pentru o corecție a acestei perspective. Informația rămâne relativ constantă, chiar dacă se prezintă în diverse forme și într-o cantitate mare. Deși oferta de informații crește, cantitatea de cunoștințe va crește mult mai lent, datorită creșterii volumului de mijloace care oferă aceeași informație. Luarea deciziilor depinde de informații precise și nu de volumul acestora, multe informații, deși considerabile ca volum, rămân irelevante sau inutilizabile: multe informații dau naștere la apariția de noi probleme, nu au efectul scontat. Consumul de informații crește mult mai repede decât oferta, iar acestui fapt i se alătură și incapacitatea de a selecta informațiile. Fenomenul de suprainformatizare dereglează relația dintre informație și efectul ei.

Din punct de vedere al comunicării, pe prim plan se situează realizarea intenției și a efectelor comunicative. Tehnologia informațională contribuie la realizarea acesteia, dar nu constituie un proces de comunicare în sine.

Softuri destinate managementului și comunicării în sport

În ceea ce privește utilizarea Internetului în domeniul comunicării sportive, existe diverse firme de management sportiv, specializate în proiectarea, elaborarea și implementarea soluțiilor de soft legate de Internet. Acestea contribuie la îmbunătățirea comunicării, schimbă radical modul de management al informației, administrația și contribuie la creșterea veniturilor. Un exemplu îl constituie Servasports Solutions, Belfast, Irlanda. Clienții acestei firme diferă, de la cluburi cu un număr de 20 de membri, până la organizații cu peste 800.000 de membri, afiliați la peste 2.500 de cluburi.

Aspirația spre perfecțiune tehnologică și experiză în managementul sportiv are ca rezultat o soluție cuprinzătoare care permite organizației:

- să administreze și să comunice cu membrii, oficialii, antrenorii, jucătorii, fanii, sponsorii și ceilalți participanți la viața organizației;
- să accelereze procesele administrative din organizație, reducând în mod semnificativ greutățile întâmpinate de voluntari, în timp ce realizează economii considerabile;
- să ia decizii documentate bazate pe informație strategică;
- să atragă membrii noi, voluntari și fani , atât în ramura sportivă respectivă, cât și în organizație;
- să genereze venituri prin e-commerce, abonamente, marketing direct și să obțină mai multe oportunități de sponsorizare.

Programele firmei sunt foarte flexibile, se bazează pe Internet, nu necesită investiții în plus în ceea ce privește hardul, sistemele sunt ușor de utilizat, sunt actualizate fără costuri adiționale.

Ce rol au aceste tipuri de soft, la ce anume contribuie și în ce mod ușurează sistemul de comunicare din organizația sportivă?

În domeniul managementului sportiv, sistemul prezintă o interfață ușor de utilizat, de care pot beneficia toate nivelele manageriale din organizație. Reduce timpul și banii alocați administrării clubului și permite managerilor și oficialilor să comunice rapid cu ceilalți.

- **simplificarea procesului de înscriere** – permite înscrierea on-line, îmbunătățește eficiența sarcinilor administrative și permite ținerea evidențelor și de către indivizi care nu au aptitudini tehnice deosebite. Generează număr de identificare individual pentru toți membrii, mărinde acuratețea comunicării și nu permite duplicarea evidențelor. Sistemul de recunoaștere a datelor permite menținerea integrității datelor.
- **managementul on-line** – sistemul reduce timpul de efectuare al sarcinilor, mărinde eficiența și controlul asupra sistemului managerial. Permite vizualizarea imediată a informației, permițând informație la zi pentru utilizatori.
- **generarea de rapoarte**- Permite obținerea de informații strategice despre membrii organizației, poate fi utilizat pentru obținerea informațiilor stocate în baza de date, atât la nivel individual, cât și la cel de grup. Rapoartele generate se utilizează pentru activitățile de management și marketing desfășurate de organizație.

- **cardurile de membru** – sistemul permite emiterea de carduri, pe baza datelor din baza sa, tuturor membrilor, de la cluburi, la oficialități.
- **managementul înscrierilor în organizație** – sistemul de management permite înscrierile online, precum și plățile pentru toate taxele, pentru cluburi, membrii și competiții. Sistemul generează facturi în mod automat, economisind timpul de lucru.
- **sistemul de evidență al membrilor organizației** – sistemul permite personalului mai mult timp pentru a-și desfășura activitățile, prin reducerea timpului de menținere a evidențelor membrilor săi. Menține evidențele activităților legate de membrii, generează informații despre membrii organizației.
- **marketingul direct (SMS, EMAIL, Poștă)** – sistemul permite o comunicare rapidă în toată organizația, printr-o serie de mijloace de comunicare. Organizațiile pot selecta grupuri diverse prin utilizarea email-ului sau SMS-ului, măbind randamentul de comunicare. Succesul unei organizații sportive depinde în mare măsură de capacitatea de a crea și executa o companie de marketing orientată spre anumite grupuri. Sistemul permite obținerea informațiilor, analizează rezultatele și întocmește rapoarte care pot fi utilizate în campaniile de marketing direct, pentru a atrage noi membrii, sponsorizări, promoții și viitoare evenimente. Menține datele obținute pentru ca acestea să poată fi utilizate în viitoarele campanii de marketing.
- sistemul anulează dificultățile care provin din **situarea la locații diferite** a membrilor săi, permițând actualizarea orarelor, calendarelor și a informațiilor aferente în cadrul său, care pot fi vizualizate de toți utilizatorii săi, la orice oră, oriunde.
- **comunicarea îmbunătățită** este o altă facilitate oferită de sistem, prin introducerea de forumuri de discuții, permițând un spațiu obișnuit pentru oficiali să discute, să schimbe păreri legate de problemele lor.
- **sistemul este dinamic și actualizabil**, prezintă securitate și un portal spre web. Acest fapt permite actualizarea sa permanentă cu informații și noutăți de la toate sursele web asociate, îmbunătățind comunicarea și acuratețea datelor.
- în ceea ce privește **managementul resurselor**, sistemul permite verificarea certificatelor pentru antrenori și arbitrii, deoarece are un sistem de management al certificării: menținând datele participanților la viața organizației, permite completarea registrelor de date și confirmă dacă au fost obținute calificările necesare la nivelul de cerințe existent.

- contribuie la **dezvoltarea sportivilor, a cluburilor**, prin expunerea cursurilor disponibile și identifică posibilități de training adecvate.
- sistemul contribuie la **creșterea interacțiunii dintre participanți**, prin forumurile de discuții, documente, video clipuri și imagini.
- sistemul este **integrat**, permite managementul tuturor detaliilor și resurselor evenimentelor, de la înscriere, plata on-line a taxelor, până la comunicarea dintre membrii personalului și planificarea evenimentelor în mai multe locații. Sistemul poate programa evenimentele și competițiile automat și poate integra aceste informații în cadrul său.