

В.В. Бганцев,

Волгоградская академия государственной службы

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИАЛОГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Исследование феномена коммуникации приобретает существенное научно-теоретическое и практическое значение, что стимулирует становление специфической области знания. В связи с этим, формирование теории организационной коммуникации представляется актуальной методологической задачей. Есть основания полагать, что коммуникационный подход обладает значительным эвристическим потенциалом, который еще далеко не в полной мере реализован в социально-экономических науках.

В настоящее время в исследовании социальной коммуникации наблюдается сосуществование конкурирующих подходов, основанных на различных научных традициях. В частности, М.Л.Макаров дифференцирует информационно-кодovou, инференционную и интеракционную модели [с.33-39]. Другими словами, социальная коммуникация может трактоваться как кибернетическая, семиотическая или поведенческая/деятельностная система. Последний подход наиболее адекватен (релевантен) для изучения социальной природы коммуникации. В связи с этим, перспективной концепцией может служить конструкционизм (Г.Блумер, П.Бурдьё, Т.Лукман, А.Шютц). В данном случае целесообразно рассматривать коммуникацию как механизм производства и воспроизводства социального (акторов и отношений), поскольку это фундаментальное свойство человеческой природы обуславливает формирование и развитие социальных связей, совместной деятельности. В коммуникации реализуется потенциальная открытость и

экзистенциальная активность личности; отношение человека и жизненного мира обусловлено коммуникацией. В результате коммуникативность человека порождает коммуникационность социума (в то же время, между этими системными аспектами наблюдается рекурсивная зависимость). Как подчеркивает Н.Луман, коммуникация является подлинно социальной операцией, конституирующей социальные системы [с.86]. Исходя из этого следует актуализировать место коммуникаций в общественном развитии.

Популярные в современной науке концепции постмодерна - информационное общество, сетевое общество, общество знаний, общество рисков, постэкономическое общество - отводят коммуникации второстепенное значение. Мы же полагаем, что уже сложились феноменальные и концептуальные предпосылки для развития модели «Коммуникационного общества»: в «обществе коммуникаций» последним отводится роль системообразующего фактора. Согласно данной точке зрения, для общественной жизни характерно приобретение следующих коммуникационных свойств: формирование социального капитала зависит от коммуникаций; актуализация организационной функции коммуникаций; актуализация общественной потребности в коммуникациях; институционализация и производство коммуникаций; активность социальных акторов детерминируется коммуникациями.

Таким образом, с одной стороны, коммуникации обеспечивают эффективное функционирование всех социально-экономических институтов, а с другой стороны, сами представляют собой инновационный институт. Кроме того, коммуникации служат как средством реализации личностного потенциала человека, так и способом его формирования со стороны социума. Этот феномен можно обозначить как «коммуникационный капитал», который играет роль энергетического ресурса социально-экономической динамики. Другими словами, общество фундировано в коммуникации.

В действительности, коммуникация уже активно реализует свой организационный потенциал, что находит отражение в функциональной зависимости состояния социально-экономических систем от качества (и интенсивности) коммуникативных связей, т.е. от состояния коммуникационных сетей, как совокупности структуры и динамики. В связи с этим, общественные отношения структурируются «вокруг» коммуникаций. Коммуникации формируют ноосферную среду обитания/существования человека, оказывая существенное воздействие на личность; человек вынужден адаптироваться к коммуникационной логике и динамике. Дело в том, что каждая коммуникация задает ситуацию семантического выбора, тем самым формируя «вызов», от которого и будет зависеть траектория поведения социальных акторов и, следовательно, конфигурация их взаимодействия. Мы полагаем, что коммуникативная парадигма позволяет эксплицировать свойства организаций и значение коммуникаций в их образовании и деятельности.

Характерное для менеджмента представление о коммуникации, сводящее ее к обмену информацией (между компонентами системы), не учитывает качественную специфику коммуникаций в социально-экономических системах, а именно такие ее особенности, как рациональность и интерактивность. Кроме того, необходимо учитывать, что коммуникационные процессы являются отражением свойств системы, т.е. функцией (зависимой переменной) ее потенциала. В связи с этим нам представляется более продуктивным исследовать **коммуникативность** как функциональное свойство микроэкономических систем (бизнеса), которое заключается в способности компонентов последней к образованию внутрисистемных связей. Другими словами, коммуникативность характеризует совокупную способность экономических агентов к формированию организационных отношений (в отличие от ситуационных взаимодействий). Такая постановка проблемы обладает достаточным

эвристическим потенциалом.

Для анализа коммуникативности уже сложилась определенная теоретическая база. Представители неосистемной парадигмы (Complexity Theory) актуализируют системный потенциал коммуникативности. Так, в концепции Н.Луман коммуникация рассматривается как механизм самовоспроизводства аутопоэтических (социально-экономических) систем. В данном случае коммуникативности отводится роль фундаментального условия конституирования системы. Э.Морен подчеркивает, что феномен коммуникации раскрывает проблему эмерджентности, поскольку «коммуникация представляет собой объединение в организованное целое того, что иначе бы распалось» [7, с.300]. Другими словами, коммуникативность обуславливает становление и функционирование самоорганизующихся систем.

В рамках современной теории фирмы коммуникативность также позиционируется в качестве ключевой переменной природы и динамики организационных систем. Й.Рюэгг-Штюром разрабатывает «событийную» модель фирмы, согласно которой предприятие рассматривается как система коммуникаций и решений (структурированный поток событий): «решающим фактором сохранения системы является ее способность объединяться с другими отдельными событиями, т.е. она должна выбирать события таким образом, чтобы и в будущем сохранить способность такого выбора» [9, с.74]. В данной концепции коммуникативность рассматривается как механизм функционирования организации. Как подчеркивает К.Менар, микроэкономическая система неотделима от взаимоотношений участников; внутриорганизационные коммуникации призваны довести до участников представления о том, что они должны знать, чтобы действовать сообразно целям организации [6, с.67]. Таким образом, коммуникативность обеспечивает относительные преимущества фирмы по сравнению с рынком. Б.Кверк следующим образом

характеризует роль коммуникативности: «Истинная ценность внутренних коммуникаций заключается в том, что они являются средством достижения результатов в бизнесе и позволяют сотрудникам превращать стратегию в действие. Однако достигнуть этого — значит избавиться от запутанности и сложности и достичь слаженности и устойчивости» [3, с.23]. Учитывая важное значение коммуникативности для бизнеса, некоторые отечественные исследователи вводят понятие «коммуникационные структуры» в отношении компаний (к сожалению, не эксплицируя данное понятие) (Горфинкель В.Я., Торопцов В.С., Швандар В.А. Коммуникации и корпоративное управление [2]).

Таким образом, коммуникативность выступает не столько как специфический внутриорганизационный процесс, сколько как свойство, обуславливающее конфигурацию процессов в микроэкономической системе. В связи с этим следует признать, что коммуникативность оказывает непосредственное влияние на следующие базовые свойства организаций:

- эксплуатация и приращение капитала;
- реализация системных функций;
- формирование экономической ценности.

Эта коммуникативная составляющая эффективности фирмы зависит от организационного потенциала коммуникаций. Коммуникация выполняет организационную (организующую) функцию, которая состоит в обеспечении:

- интеграции;
- устойчивости;
- адаптивности (выживаемости);
- инновативности.

Коммуникативность играет роль «рычага» для менеджмента, способствуя реализации управленческих решений и достижению

необходимых результатов в бизнесе, следовательно, от уровня коммуникативности организации зависит уровень управляемости ее предпринимательской (производственно-хозяйственной) деятельности. Представляется возможным сформулировать принцип 4К: коммуникация — координация — кооперация — конкурентоспособность. Коммуникативность способствует согласованию действий, процессов для достижения общеорганизационных целей. В связи с этим коммуникативность выступает условием редукции неопределенности и минимизации энтропии организационной системы. Благодаря достижению слаженности деятельности всех компонентов и акторов организационной системы, коммуникативность обеспечивает достижение синергического эффекта; низкий уровень коммуникативности приводит к дефициту синергии и росту уровня организационных издержек. В свою очередь высокий уровень синергичности позволяет организации укреплять свои рыночные позиции и осваивать новые сферы деятельности за счет более высокого качества товаров и лояльности клиентов, поэтому коммуникативность служит специфическим конкурентным преимуществом, фактором конкурентоспособности фирмы.

Актуализация организационного потенциала коммуникаций предполагает достижение их высокого качества и продуктивности. Как подчеркивал Г.Саймон, проблема состоит в отыскании оптимальной стратегии коммуникации в соответствии с величиной коммуникационных затрат и платежей [1, с.63]. В качестве наиболее эффективной стратегии коммуникаций можно рассматривать диалогичность. Организационный (внутрифирменный) диалог выступает механизмом реализации потенциала коммуникативности. В связи с этим, А.И.Пригожин рассматривает диалогичность как критерий оценки развития организации [8, с.352].

Диалогичность способствует формированию в процессе коммуникаций единого смыслового поля коллективной деятельности.

Коммуникации обеспечивают поиск, трансляцию, освоение и трансформацию смыслов, формирующих значения совместных действий. Б.Кверк считает, что «коммуникации должны обеспечить компаниям цепочку смысла. Они хотят иметь возможность доносить до людей мысль о значимости тех или иных событий и вызывать нужную реакцию» [3, с.336]; непонимание — причина многих потерь времени и денег в организациях [там же, с.338]. Таким образом, диалогическая коммуникация - это системный механизм формирования смысла, необходимого для осуществления совместных действий в бизнесе.

Диалогическая коммуникативность играет роль системообразующего фактора организационных отношений, поскольку взаимопонимание способствует минимизации транзакционных издержек, а также издержек, связанных с координацией. По этой причине диалогичность является ключевым условием рентабельности коммуникаций. В свою очередь, диалогичность (коммуникаций) зависит от наличия социального капитала. По определению Ф.Фукуямы, социальный капитал характеризует потенциал организации (социально-экономической системы), возникающий как результат наличия доверия между ее членами [10, с.52]. Таким образом, обеспечение социокультурного - духовного - единства сотрудников организации будет способствовать повышению ее коммуникативной эффективности, что, в конечном результате, позволит развивать коммуникативный потенциал бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Вехи экономической мысли: Т.2. Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 1999.
2. Горфинкель В.Я., Торопцов В.С., Швандар В.А. Коммуникации и корпоративное управление. – М.: Дело, 2000.
3. Кверк Б. Создавая связи. – М.: Вершина, 2006.

4. Луман Н. Общество как социальная система. – М.: «Логос», 2004.
5. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. - М.: Изд-во «Гнозис», 2003.
6. Менар К. Экономика организаций. - М.: Инфра-М, 1996.
7. Морен Э. Метод. Природа Природы. – М.: Прогресс-Традиция, 2005.
8. Пригожин А.И. Дезорганизация. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
9. Рюэгг-Штюर्म Й. Новая системная теория и внутрифирменные изменения // Проблемы теории и практики управления. - 1998. - №5.
10. Фукуяма Ф. Доверие. – М.: Изд-во «АСТ», 2004.