

УДК 159.9 : 316.77

Бондаренко В.Ф.

Военный университет (г. Москва)

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ РЕГУЛЯТОРЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КОММУНИКАЦИИ

V. Bondarenko

Military University (Moscow)

SOCIAL-PSYCHOLOGICAL REGULATORS OF ORGANIZATION COMMUNICATION

Аннотация. В статье обосновано естественнонаучное происхождение феномена коммуникации, ее связь с материей, информацией, социальными процессами отражения и подражания, приводящими к социальным действиям путем передачи культурных смыслов. Автор рассматривает основные характеристики организационной среды (стиль управления, правила общения и управленческие знания), в которой осуществляется коммуникация, социально-психологические регуляторы организационной коммуникации, исследует возможности приложения социально-психологической науки к практике современного управления.

Ключевые слова: коммуникация; организационная коммуникация; социально-психологические регуляторы; социально-психологические регуляторы коммуникации; социально-психологические регуляторы организационной коммуникации.

Abstract. The article gives grounds of the communication phenomenon's natural-scientific origin, its relationship with matter, information. It's also stated that it has some connection with social processes of social reflection and imitation, causing social actions by means of sharing the cultural meanings. The author considers the main characteristics of organizational communication environment (management style, rules governing communication and knowledge of management). The author presents the analysis of the social-psychological methods possible application for the modern management practice.

Key words: communication; organizational communication; social-psychological regulators; social-psychological regulators of communication; social-psychological regulators of organizational communication.

Процесс организационной коммуникации рассматривается с позиций структурно-функционального подхода, где коммуникация представляется как совокупность взаимосвязанных элементов, участвующих в процессе движения информации, которые составляют понятие моделей, социальных образцов управленческой деятельности. Они проявляются в социально-коммуникативных практиках субъектов и объектов управленческой системы организации [1, с. 17].

Коммуникация определяет не только развитие организаций, которое, по сути, сводится к оказанию соответствующего влияния на элементы социальной системы и внешнюю среду, но и характер их функционирования. При этом предполагаются целенаправленные изменения, соответствующие замыслу и задачам влияния. В социально-психологическом значении это предполагает взаимную зависимость воздействующего от воздействуемого, когда целенаправленные изменения возможны только в условиях интеракции. Возникающая при этом зависимость порождает социальные связи, проявляющиеся в форме различного рода социальных отношений. Социальные связи и отношения образуют социальную реальность, основанную на порождаемых, передаваемых, принимаемых и перерабатываемых социальных смыслах и значениях, составляющих типизации, стереотипы, традиции, нормы, ценности, святыни, образы, мифы и в целом культуру.

Коммуникация определяется материей, поскольку является ее свойством. Она присутствует во всех формах материи, от субмикрорементарных до сознания, поскольку материи

атрибутивно присущи свойства связи, соединенности, взаимодействия, отражения – суть свойства коммуникации. Частицы и элементы материи не существуют вне связи, как и сама материя не способна появиться без связи составляющих ее частиц и элементов. Коммуникация вплетена в структуру материи и составляет ее содержание. Процессы связи, соединенности, взаимодействия, отражения сопровождают все известные организмы и системы живой и неживой природы, обеспечивая их жизненные циклы. На основании этого можно утверждать, что коммуникация материальна, а материя коммуникативна, но с тем уточнением, что коммуникация, существуя в материи, проявляется по-разному в зависимости от формы материального.

Коммуникация связана с информацией, поскольку проявляется как отражение, разнообразие, мера сложности, снятие неопределенности, сообщение, содержание, новизна взаимодействующих сторон. Причиной этого является энергия, вещество и различия материи. Коммуникация сосуществует с информацией, ибо одно без другого невозможно: ни информация, ни коммуникация не появляются и не исчезают раньше друг друга. Как коммуникация, так и информация появляется в момент, когда возникает сознание человека, сознание группы, сознание организации людей. С этого момента ни коммуникация, ни информация неотделимы от сознания и способности (или инстинктов) живых систем, проявляющиеся в накоплении и передаче способов и средств взаимодействия и связи от одних людей другим. Поэтому понятие коммуникации рассматривается как выбор и применение из совокупности врожденных (инстинктивных) или приобретенных умений, способов, навыков и приемов взаимодействия и связи.

Организационная коммуникация принципиально социальна, поскольку способность выбора и применения умений, способов, навыков и приемов связи и взаимодействия является общим признаком, объединяющим людей [2, с. 53]. На этом основании появляются отношения, возникают различия по-

ложений и ролей индивидов в обществе, которые определяют процессы накопления, хранения, передачи, обмена существенной важной референтной, программирующей поведение людей информации. Появляющийся таким образом феномен социальной коммуникации понимается как совокупность социальных отношений, поддерживаемых выбором и применением информационных способов, средств, навыков и приемов взаимодействия, определяемых потребностными, ролевыми и статусными различиями.

Коммуникация принципиально институциональна, поскольку человек проявляет себя из животного во взаимосвязи, создавая взаимодействующими средствами, которыми он располагает и которые может использовать, социальную систему, образующую социальную организацию, социум, общество. Эти средства отчуждены от личности, они являются частью статуса, роли и социального института, к которому принадлежит человек. Так, в организациях коммуникация проявляется как тематическое доминирование, гегемония, тотальность, подчинение, прямое действие, гомогенность, ограничение каналов информации, монологичность, узость сюжетности и мифологичности, символическая известность и четкость, рациональность и прагматичность. Отсюда появляется возможность сформулировать понимание организационной коммуникации как совокупности информационно-институциональных способов взаимодействия субъекта и объекта управления, определяемых закономерностями функционирования организации по выполнению задач своего предназначения.

Немаловажное значение имеет среда организации. Среда организации рассматривается как единство внешнего, социального и управленческого пространства. Внешняя среда – это наиболее общие, тотально объединяющие людей признаки, в известном смысле подчиняющие менее обширные среды. Она оперирует образцами социального действия, к ней всегда можно апеллировать, поскольку она всегда объективна. Содержащиеся в ней образцы выступают в качестве неизменных

факторов коммуникации. Среди таких факторов выделяют информацию, скорость, время, виртуальность, пространство. Как правило, они относительны и символичны [3].

Социетальная среда является источником институционализации, определяющим ключевые семиотические понятия. Они порождают значения и смыслы, используемые организационной коммуникацией, которые определяют, что всякое взаимодействие в социальной среде организации может осуществляться только на основе регламентаций, исходящих от социетальных ценностных нормативов. Среди таких нормативов выделяют: право, ценности, нормы, культуру.

Управленческая среда организации включает целевые, регламентационные, координационные, субординационные, функциональные, деятельностные компоненты. Они характеризуются непосредственностью и конкретностью, когда акторы должны проявлять свое присутствие, непосредственность и «пределную тактильность». Здесь происходит закрепление допустимых форм деятельности. Среди таких форм выделяют традиции, ритуалы, правила, этикет, дисциплину, подзаконные акты. Как правило, они конкретны, непосредственны и «материальны».

Можно выделить как минимум три основные социально-психологические характеристики организационной среды, в которой осуществляется коммуникация. Они позволяют дать наиболее полную оценку её состояния и являются важными показателями функционирования управления организацией. Это: 1) стиль управления, 2) правила общения 3) управленческие знания [4].

Первая социально-психологическая характеристика – *стиль управления* – показывает некоторую зависимость организационной коммуникации от стиля управления. При этом её особенность проявляется в том, что носители коммуникативных средств не обязательно разделяют или принимают его содержание, но обязаны транслировать коммуникативное управленческое содержание на легитимно подвластное социальное пространство. Здесь стиль управления выступа-

ет своеобразным набором индивидуальных особенностей, а также коммуникативных сил и средств с условиями и возможностями их применения. Стиль управления представляется некой формой реализации управленческих отношений в процессе организационной коммуникации. Установившаяся форма реализации управленческих отношений, далее определяет весь уклад социальной жизни от элементарных правил вежливости до ценностных образцов конформного поведения.

Вторая социально-психологическая характеристика – *правила общения* – проявляется через отношение носителей коммуникативных средств к порядку и организованности, как фундаментальной ценностной системе норм, обеспечивающей возможность существования организации. Отношение к дисциплине проявляется а) посредством оценки участниками социальной коммуникации ее состояния; б) осуществлением власти руководителя через требования к персоналу соблюдать установленные правила общения; в) возможностью оценивать свое место и роль в структуре управления через потребность соблюдать правила общения, которые преобразуются в реализацию потребностей взаимодействия. Дисциплина в организации рассматривается как высшая степень типизированного стандарта нормальности, требующая осознанного отношения к исполнению своих обязанностей, а потому являющаяся ключевым элементом управленческого труда. Более того, оценка дисциплины играет роль показателя, иллюстрирующего, насколько требуемые нормы общения принимаются организацией, насколько персонал придерживается установленных правил общения.

Третья характеристика – *управленческие знания* – связана с той особенностью организационной коммуникации, при которой для существования организации нужны конкретные функциональные знания, а не знания вообще. При этом функциональность знания достигается только в конкретных социальных условиях, фундаментом которого выступает профессиональное общение. Профессиональное общение рассматривается как

источник, средство, канал, с помощью которого организацию пополняют, видоизменяют, обновляют устаревшие знания. Самостоятельность профессионального общения, с одной стороны, и знания, с другой стороны, образуют своеобразную конкурентную среду. В конкурентной среде, во-первых, общение стремится монополизировать знание, а знания стремятся к разрушению такой монополии, поскольку они объективны. Во-вторых, общение стремится контролировать потоки знаний, а знание направлено на выход из-под такого контроля. В-третьих, общение посредством функционального знания стремится ограничить социальные образцы, а знание выступает как средство их расширения, доступности, безграничности и вариативности.

Служебное и функциональное общение определяет формы, способы, средства и условия передачи знаний от тех, кто ими владеет, тем, кто в них нуждается. При этом в организации действуют управляемые ограничения движения знаний между носителями коммуникативных средств. В свою очередь, знания определяют формы, способы и средства профессионального общения, когда выбор коммуникативных средств прямо зависит от располагаемых и используемых знаний. Располагаемые знания понимаются как набор потенциальных, готовых к применению средств коммуникации, а используемые знания – это определяемые статусным, ролевым и потребностным положением возможности применения коммуникативных средств.

Выделяют два типа социально-психологических регуляторов организационной коммуникации, используемых в управлении. Это применение информационных регуляторов и регуляторов коммуникации на основе экспертных систем. Информационные регуляторы социальной коммуникации, используемые в управлении организацией, понимаются как средства, обеспечивающие поддержание такой циркуляции социальной информации между элементами организации, которая для них определяется как значимая. При этом социально значимой является такая информация, которая оказывает определяющее ре-

зультатирующее влияние на ролевое, статусное и стратификационное положение элементов организации и их функциональное назначение: выбор и использование коммуникативных средств [5].

К основным информационным регуляторам можно отнести расширение гласности, изучение общественного мнения, устранение закрытых для получения информации социальных пространств, введение ограничений, использование иллюстраций и публичности.

Расширение гласности предполагает такое информационное обеспечение принятия управленческих решений, при использовании которого взаимодействующие элементы организации оказываются информированными о процедурах выработки и принятия управленческого решения. При этом информированность должна пронизывать всю глубину субъекта управления.

Изучение общественного мнения предполагает поиск каналов организационной коммуникации, которые соответствуют целям и задачам необходимой информированности взаимодействующих элементов организации о процедурах выработки и принятия управленческого решения. В этих целях используются лидеры мнений и авторитеты, поскольку они являются безальтернативными каналами поступления необходимой информации о выработке и принятии управленческого решения, которые действуют по закону коммуникативной гомофилии: лучше воздействует тот, кто в большей степени похож на воздействующую аудиторию. Достижение необходимой информированности также обеспечивается использованием «моментов общественного молчания», когда мнение общественного меньшинства присоединяется к мнению общественного большинства, разделяющего те симпатии, которые в данный момент реализованы в процедурах выработки и принятии управленческого решения.

Устранение закрытых для получения информации социальных пространств предполагает отключение защитных механизмов (информационных барьеров) разных сегментов социальных групп организации,

что создаёт благоприятные условия для необходимой информированности элементов управленческой системы организации о выработке и принятии управленческого решения. Это достигается определением predispositions разных сегментов социальных групп организации к новой неожиданной информации. Существование таких сегментов и групп обосновано диффузной теорией, предполагающей, что идея, овладевшая умами 20 % организации, далее существует самостоятельно и остановить ее распространение уже невозможно.

Введение ограничений предполагает такую организацию информационных потоков, при которой вводятся правила, контролируется выполнение, пресекаются возможные нарушения получения и распространения информации о процедурах выработки и принятия управленческих решений. Для этого создаются новостные структуры, когда управленческое решение наполнено идеологическим смыслом, ориентировано на перспективу, не позволяя вводить другие смыслы и значения. Вместе с тем выстраиваются системы аргументации, когда коммуникативные средства ограничиваются такими утверждениями, которые имеют значение для конкретной аудитории.

Использование иллюстраций, публичности как социально-психологических регуляторов предполагает такую организацию информационных потоков о выработке и принятии управленческого решения, при которой общественно значимые смыслы переходят в плоскость индивидуально разделяемых интересов. Это достигается регулярными публичными мероприятиями по анализу управленческой деятельности, поскольку реальным воспринимается только то, что невозможно изменить, а именно это содержится в иллюстрациях. Кроме этого, используются авторитетные для аудитории лица, которые выполняют функцию введения новых образцов вместо использования старых. При этом новое перестает быть чужим, а становится своим, не отторгается аудиторией, поскольку авторитеты воздействуют на механизмы защиты таким образом, что вво-

димая информация не может быть отвергнута, действуя по принципу: «Вы слышали, что сказал X». Здесь новое незнакомое поддерживается значимостью авторитета (X), который заменяет одни защитные механизмы другими, проводя через них необходимую для организации информацию.

Нельзя не отметить сущностные стороны применения *экспертных систем* при решении задач регулирования коммуникации в управлении организацией. Реализованные в экспертных системах процедуры регулирования социальной коммуникации, позволяют значительно повысить результативность всего социального управления. Примером этого служат лингвистические или семиотические экспертные системы. Они осуществляют регулирование социальной коммуникации через тексты, которые формируются с учетом коммуникативных интересов субъектов и объектов управленческой системы организации. Одна из них – это русскоязычная психолингвистическая экспертная система ВААЛ.

Лингвистическая семиотическая система ВААЛ позволяет осуществлять регулирование социальной коммуникации на основе выделения в текстах, используемых в социально-управленческой практике субъектов и объектов управленческой системы организации, фоносемантических, жанровых характеристик и характеристик, получаемых при контент-анализе действующих или планируемых для использования текстов и коммуникативных единиц. При этом важным является то, что эти характеристики определяют уровень непонимания между руководителем и персоналом.

Фоносемантические регуляторы организационной коммуникации позволяют выявить несоответствие между значением слова и его звуковой формой, вызывающей (возбуждающей в сознании) незвуковые представления. Закрепленные в сознании звуки и их положительные или отрицательные значения переносятся человеком в мир реальности. Символическое значение звуков, прочитанное из текстов и услышанное из речей, приобретает несимволическое значение. Кроме того линг-

вистические и семиотические экспертные системы учитывают синестетические эффекты (эффекты соощущения), возникающие как результат одновременного действия разных звуков. То есть, когда некоторый звук встречается в нескольких частотных словах со сходной семантикой, эта семантика в максимально обобщенном виде проецируется на данный звук, заменяя его, и теперь уже не звук, а семантика вызывает ассоциации, связанные со звуковой формой слов. В коммуникативистике это явление известно в процессах интеракции, а в системах управления оно наблюдается в процессах обратной связи.

Жанровые регуляторы организационной коммуникации позволяют выделить или самостоятельно сформировать определенные профессиональные лексические группы управленческого языка, использующиеся элементами органов управления, выбор которых определяется должностными, профессиональными и другими полномочиями. Элементы управленческой системы организации не являются носителями среднестатистических жанровых форм русского языка, доминирующих в обществе. Именно поэтому в профессиональной сфере фоносемантическое влияние на элементы органов управления несколько отлично. Термин «жанр» используется большинством лингвистических и семиотических экспертных систем для выделения языковых типизаций таких групп людей. Лингвистические и семиотические экспертные системы позволяют использовать стандартный набор жанровых форм языка, рассчитанный на среднестатистического носителя профессионального управленческого языка. Кроме этого, в таких экспертных системах предусмотрена возможность создания собственных жанровых форм языка, дополняющих, расширяющих или полностью заменяющих стандартный набор. Выбор и создание новых жанров определяются особенностями системы управления организации.

Контент-анализ как регулятор организационной коммуникации осуществляется с помощью отдельных модулей, которые сконструированы для решения задач выявления

количественных и качественных свойств текстов и коммуникативных единиц. Выявление количественных свойств основано на фиксации частоты появления коммуникативных элементов, использующихся элементами управленческой системы организации. Определение качественных свойств осуществляется на основании фиксации естественного присутствия или отсутствия даже одной определенной характеристики коммуникативных элементов, которые используются управленческой системой организации. Определенные характеристики – это неразлагаемые родовые понятия, формирующие категории и отражающие одни и те же коммуникативные элементы с разных сторон. Экспертная система позволяет формировать категории, состоящие из совокупности отдельных слов, которые тематически близки к семантике определенной категории. Такие совокупности формируют контент типизации коммуникативных средств. Учет частот их встречаемости, а не отдельных слов, позволяет делать выводы о характере и свойствах действующих или планируемых для использования текстов и коммуникативных единиц [6].

Социально-психологическое регулирование организационной коммуникации с использованием лингвистических и семиотических экспертных систем должно рассматриваться как дополнение к уже существующим методам, методикам и технологиям организационного управления. Без использования подобных систем знания органы управления неоправданно рискуют применением имеющегося управленческого ресурса, безвозвратно истощая его. Риски оказывают прямое влияние на результаты исполнения управленческого решения. Управленческой системе организации необходимы средства, включающие все предметное знание об управленческом языке – лингвистические и семиотические экспертные системы. Эти средства должны включать способы доступа к пополнению и использованию баз знаний, содержащихся в них. Совокупность способов пополнения и использования баз знаний

определяет необходимость подготовки специалистов в этих областях. Здесь огромная роль отводится высшим учебным заведениям, осуществляющим подготовку специалистов по гуманитарным специальностям, как научно-методическим центрам, которые владеют всеми возможностями научных исследований в области регулирования организационной коммуникации с использованием лингвистических и семиотических экспертных систем.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Бондаренко В.Ф. Теория и социология организации. – М., 2007. – С. 44.
2. Бондаренко В.Ф. Вопросы теории организации. – М., 2008. – С. 210.
3. Бориснев С.В. Социология коммуникации: Курс лекций. В 2 ч. – М., 2001. – С. 128.
4. Жучков В.В. Социальная коммуникация образовательной среды // Социология образования, 2007. – № 5. – С. 7–14.
5. Жучков В.В. Социальная коммуникация систем знания в закрытых социальных общностях // Вестник РГГУ, 2008. – № 8. – С. 21–28.
6. Жучков В.В. Социальная коммуникация и технические системы: проблема соотношения в процессе социального взаимодействия // Материалы второй всероссийской научной конференции Сорокинские чтения – 2005 «Будущее России: стратегии развития». – М., 2005. Электронное издание, ISDN 5-902955-02-5.