



УДК 60.5

## СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. М. Баландина

Саратовский социально-экономический институт (филиал)  
Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова  
E-mail: balandinatm@gmail.com

В статье исследованы концепции социальных коммуникаций, парадигмы организационной культуры, интегрируется теоретический контекст взаимозависимости развития социальных коммуникаций и организационной культуры на современном предприятии. Обосновывается, что в условиях роста неопределенности и динамичности культурного пространства организации необходимо формирование новой инновационной организационной культуры.

**Ключевые слова:** социальные коммуникации, организационная культура, саморазвитие, инновации, персонал, ценности.

### Social Communications in the System of Organization Managerial Culture

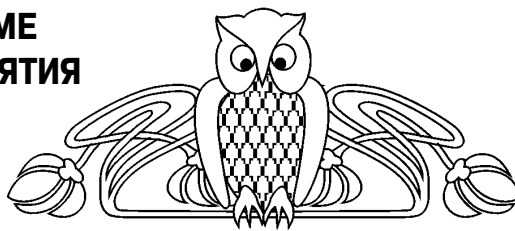
T. M. Balandina

The concepts of social communications and managerial culture paradigm are researched in the article. It interprets theoretical context of interdependence between social communications' development and managerial culture in modern organization. It gives proof that it is necessary to form new innovational managerial culture in conditions of uncertainty and dynamic of cultural area development.

**Key words:** social communications, managerial culture, self-development, innovations, staff, values.

DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-2-166-169

Обращение к рассмотрению социокультурного развития организационных систем через призму коммуникационных изменений характерно для современной социологии. Именно трансформация коммуникационного пространства является содержательной основой новой теории организационных изменений. Однако плюрализм современной социологической мысли оборачивается неопределенностью в ее отдельных разделах, отсутствием интеграции исследований процессов динамичных изменений коммуникационного пространства общества, а также обновления организационной культуры на современных предприятиях. Одновременно анализ закономерностей «развития коммуникационного пространства, пронизывающего все сферы жизнедеятельности общества и собирающего их в единое целое, чаще всего остаются за пределами исследовательского внимания. Даже формирующаяся новая отрасль социального знания – коммуникативистика – не восполнила пока эту лауну»<sup>1</sup>. Проявляется противоречие, согласно которому, с одной стороны, становит-



ся общепринятым рассмотрение частных социокультурных процессов через призму социальных коммуникационных изменений, с другой стороны, в научных исследованиях не представляется анализ тенденций развития коммуникационного пространства общества в целом, не определяется влияние коммуникаций на системные сферы жизнедеятельности общества, организационную культуру как его важнейший подсистемный компонент.

Для преодоления данного противоречия рассмотрим теории социальных коммуникаций, концепции организационной культуры, интегрируем теоретический контекст взаимозависимости развития социальных коммуникаций и организационной культуры на современном предприятии.

Парадигма организационной культуры разработана в США в 80-е гг. прошлого века. В это время концепции социального менеджмента, теоретические доктрины коммуникативного планирования, теории организационных систем, общей социологии явно не справлялись с решением проблем социального развития предприятий. Разрешение кризисных ситуаций ученые видели в формировании новой социологической концепции социокультурного развития организации, совершенствовании корпоративной культуры, конструировании необходимых культурных ценностей работников как показателей развития человеческого капитала предприятия. В данный период в научных исследованиях впервые представляются идеи, определяющие современную теорию и практику организационной культуры предприятия.

В последующем разрабатываются методологические основы анализа организационной культуры в рамках социального коммуникационного пространства. Социологи приходят к выводу, что организационная культура отдельных предприятий и их коммуникационные системы становятся важным направлением исследования социальной науки. В этой связи отмечается, что культура организации имеет не только общесоциальное, но и социально-коммуникационное проявление. Формируется традиция рассматривать организационную культуру как культуру работников предприятия, определяемую ценностями, коммуникационными практиками и другими атрибутами, принадлежащими организационно-



му социуму и представляемую «преимущественно неформальными социальными отношениями участников организации»<sup>2</sup>.

Современные ученые раскрывают связь коммуникационных, духовных и социальных проявлений организационной культуры<sup>3</sup>. Обосновывается вывод, согласно которому социальная форма культуры определяет качественные особенности осуществления людьми своей трудовой деятельности, практик организации коммуникационных связей в рамках изменяющейся системы социальных ценностей, норм, принципов, ролей<sup>4</sup>. Акцент делается на то, что в процессе проявления организационной культуры коммуникации приобретают форму социальных связей и взаимозависимостей. Они проявляются в форме социальных отношений по совместному взаимодействию людей. Коммуникации обеспечивают эффективные действия и взаимодействия «в социальных группах, общностях, сообществах (корпорациях) в процессе их жизни и деятельности»<sup>5</sup>.

Несложно заметить, что в контексте данного методологического подхода культурное пространство общества, как и отдельной организации, имеет коммуникационный и социокультурный компоненты. Коммуникационная составляющая включает в себя информационные системы, образуемые в результате реализации совокупности коммуникационных актов. Последние – это относительно завершённые операции смысловых взаимосвязей и взаимодействий, осуществляемых неизменными (одними и теми же) участниками коммуникаций. Совокупные коммуникационные акты, с одной стороны, являются проявлением той или иной формы организационной культуры, с другой стороны, они отражают конкретные социокультурные процессы и действия акторов труда. Данные процессы определяют: 1) социокультурную реализацию субъектов коммуникационного процесса – отправителей (коммуникаторов) и получателей (реципиентов) информационных сообщений; 2) проявление средств коммуникации (коды, используемые в знаковых формах, информационные потоки), каналы сообщения (средства информационной передачи); 3) предмет коммуникации (знания); 4) «эффекты коммуникации – последствия коммуникации, выраженные в изменении внутреннего состояния субъектов коммуникационного процесса, в их взаимоотношениях или в их действиях»<sup>6</sup>.

Таким образом, организационная культура – это не только сложная системная субстанция, характеризующаяся ценностями, традициями, нормами, этикетом, ментальностью работников, но и коммуникационные акты, представляющие относительно цельные операции смысловых вертикальных и горизонтальных взаимосвязей и взаимодействий, осуществляемых неизменным составом участников коммуникаций. Организа-

ционная культура характеризует культурное пространство организации. Она определяется двойственным комплексом: с одной стороны – это социальные модели и стили коммуникационного взаимодействия, образцы трудовой деятельности, характеризующие работников отдельных организаций; с другой – система ценностей, коммуникационных практик, ментальности, которые отличают работников данной организации по отношению к другим организациям.

Можно сделать промежуточный вывод о том, что неопределенность и динамичность внешнего и внутреннего пространства организации являются фактором формирования новой формы инновационной организационной культуры. Администрация современного предприятия вынуждена конструировать ценности инновационного развития персонала, мотивировать работников на поиск, обработку и внедрение новых знаний, обновление форм коммуникационного взаимодействия. Активно развиваются ценности организационного самообучения и самоорганизации. Само современное предприятие внешне проявляет себя как динамично развивающаяся инновационная система. Последняя имеет пять основных функциональных черт: 1) ориентация на систематический поиск, развитие и обновление современных коммуникаций; 2) постоянное выявление проблем трудового развития; 3) оптимизация коммуникаций и поиск новых знаний, внедрение их в процессе труда; 4) систематическое обучение работников.

По сути, базовые содержательные компоненты инновационной системной организации связаны с оптимизацией коммуникационных систем и поиском, обработкой и внедрением знаний, а также образовательным развитием профессионального потенциала работников. Внедрение новых знаний осуществляется на основе изучения опыта предыдущих коммуникаций, практик передачи, хранения и использования информации, предыдущих моделей и истории организационного коммуникационного взаимодействия, а также обучение на основе использования успешного коммуникационного опыта, современных достижений трудового взаимодействия.

Данные промежуточные выводы подтверждаются результатами анализа эмпирических исследований на современных предприятиях. Так, в результате исследования «Трансформация организационной культуры современной обучающейся организации», проведенного на ОАО «Пивкомбинат “Балаковский”», а также ОАО «Мясокомбинат “Балаковский”» (N = 601), выявлены тенденции, определяющие формирование инновационной организационной культуры работников.

На данных предприятиях внедряется новая система коммуникаций, 83% персонала постоянно обновляют коммуникационные практики, повышают уровень своего профессионального



потенциала. Подавляющее большинство обследуемых работников указывают на то, что они не только имеют потенциал обновления коммуникации трудового взаимодействия, но и систематически внедряют новые коммуникационные технологии в процессе трудового взаимодействия.

Основную ценность трудовой деятельности 45% респондентов связывают с возможностью получения высокой заработной платы, 43% работников полагают, что в современных условиях резко возрастает значение ценности образовательного профессионального развития, адаптивного применения новых профессиональных знаний, приобретенных способностей в процессе трудовой коммуникации. Опрошенные отмечают рост образовательного фактора в реализации процесса карьерного продвижения работников – 56% считают, что образование в новых условиях стало основным критерием перехода персонала на очередную карьерную иерархическую ступеньку на предприятии.

В целом трудовые практики работников определяются формальными правилами и положениями организации, заранее прописаны процедуры взаимодействия коллективов различных подразделений предприятия. 29% респондентов считают, что исследуемое предприятие является уникальным по имеющемуся материальному и человеческому потенциалу. Данная организация большинством работников видится как большая трудовая семья, где осуществляется важный период их жизнедеятельности. Также работники определяют свою организацию как динамичную, новаторскую систему; 51% респондентов связывают развитие организации с последующим ростом творчества и инициативы, способностью членов трудового коллектива идти на социально оправданный трудовой риск. Последнее стало возможным в результате формирования демократического стиля управления отдельными структурными подразделениями предприятия – 39% респондентов указывают на демократизацию системы управления. При этом они подчеркивают, что трудовая организация по-прежнему является жестко координируемой, в ней имеются четкие и понятные коллективу планы и цели.

В целом констатируют повышение темпов роста организации как в системе коммуникационных взаимодействий, так и в рамках трудовых практик, отмечают рост инновационной активности персонала 41% работников. Перспектива развития предприятия связывается работниками с последующим ростом инициативы, стимулированием практик новаторских разработок и внедрений на предприятии; 51% работников предлагают и в дальнейшем развивать данный сегмент организационной культуры. Прослеживается новая тенденция, связанная со стремлением профессиональных лидеров оказывать помощь, развивать новые коммуникативные практики, осуществлять наставничество молодых работников

предприятия; 30% респондентов отмечают, что на предприятии и в перспективе должны развиваться наставничество, совершенствоваться различные виды рационализаторской деятельности.

Таким образом, можно сделать следующие обобщения и выводы. Традиционный подход к развитию персонала организацией строится на догматической идеологии, которая характеризуется неизменными условиями внутренней и внешней коммуникационной среды предприятия. В современных условиях рост внешней и внутренней неопределенности и динамичности культурного пространства организации определил необходимость формирования новой инновационной организационной культуры работников современных предприятий.

Инновационный подход к развитию организации предполагает ее рассмотрение как динамично саморазвивающейся социальной системы, характеризующейся рядом новых тенденций: 1) превращение в базовый фактор роста социальных коммуникаций, общей и специализированной информации, знаний, инновационных идей; 2) переход к сетевым коммуникационным структурам, системным комплексам информационного контроля, адаптивным моделям коммуникационного взаимодействия персонала; 3) введение эффективной системы мотивации трудовой активности работников; 4) оптимизация горизонтальных взаимодействий и связей между работниками за счет сокращения вертикальных практик коммуникации; 5) рост ценности новаторства, трудового творчества, преданности целям и идеалам организации.

По сути, в современных условиях необходимо, с одной стороны, формирование демократичного стиля управления персоналом, с другой – становление новой системы горизонтальной и вертикальной коммуникации. Данные изменения призваны создать условия раскрепощения, самостоятельности, творческой инициативы, интеллектуального новаторства персонала организации. Сегодня управление персоналом должно быть приспособленным к внутреннему и внешнему адаптивному изменению. Важно добиваться саморазвития профессионального потенциала работников, обеспечить возможность информационной аккумуляции и инновационного роста на каждом трудовом участке, в каждом трудовом коллективе. Управление персоналом должно акцентировать свои усилия на целевом развитии коммуникационной среды как показателя организационной культуры, создавать и реализовывать постоянные проекты совершенствования трудовой деятельности работников. Необходимо отказаться от излишней централизации управленческой власти. Важна демократизация управленческой деятельности, перестройка системы контроля за процессами в структурных единицах организации. Должны быть сформированы отдельные структуры, направляющие свою дея-



тельность на оптимизацию коммуникаций, сбор, анализ и обработку информации по внешней и внутренней среде, а также определяющие развитие организационной культуры в целом.

Сегодня главная задача управления организацией связана с созданием условий коммуникационного саморазвития, систематического накопления новых знаний, самовозрастания практик рационализаторства, деятельной инициативы и творчества на каждом рабочем месте. Работник инновационной организации – это не просто обладатель рабочей силы, это личность, имеющая уникальные профессиональные знания, инновационные идеи, способная их передавать, анализировать, аккумулировать в процессе трудовой деятельности. Работник нового типа – это главный ресурс организации, ее основной субъект и объект коммуникационного взаимодействия, важный фактор инновационного развития и самосовершенствования.

Таким образом, обновление коммуникативной системы, формирование демократических принципов организационной культуры в целом предполагают накопление инновационных потенциальных возможностей работников. Данное развитие осуществляется в рамках организационного образовательного обучения и накопления профессионального опыта как устойчивого источника всякого роста, создания конкурентных преимуществ организаций, их динамичной адаптации к изменяющимся условиям социальной среды. В новых условиях организации, которые не развивают коммуникационные системы, а значит, не изменяются в условиях быстрых перемен внешней социальной среды, представляются бесперспективными. Исходя из данной аксиомы, управление организацией сегодня должно ориентироваться на важнейший компонент – коммуникационное пространство инновационного типа. Отсюда одна из целей управления – формирование работников инновационного типа,

развитие их личностных качеств, прогрессивная динамика в области их ценностей, норм, представлений, стилей коммуникационного взаимодействия. Формируется стратегическая задача управления – создание условий обучения в процессе выполнения профессиональных функций и вне рабочего времени, обеспечение возможностей работников творчески генерировать идеи не только в процессе обучения, но и на уровне практик коммуникации и трудового взаимодействия. Важно создать условия, при которых знания не только постоянно развиваются, но быстро передаются внутри организации, а также накапливаются в процессе трудовой деятельности, что и определяет прогрессивные возможности инновационного развития организации в целом и ее отдельных структурных подразделений в частности.

### Примечания

- 1 Тихонова С. В. Динамика коммуникационного пространства // Социальные коммуникации : управление и конструирование : сб. науч. ст. Саратов : Научная книга, 2007. С. 54.
- 2 Добраев В. Л. Организационное поведение. М. : ЭКМОС, 2002. С. 239.
- 3 См.: Быченко Ю. Г., Лопухин В. Ю. Человеческий фактор экономики в условиях перехода общества на инновационный путь развития // Вестн. ПАГС. 2011. № 1 (26). С. 155–162.
- 4 См.: Баландина Т. М. Социальный механизм управления развитием организационной культуры // Вестн. СГСЭУ. 2012. № 1 (40). С. 169–173.
- 5 Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура : теория и практика. М. : Альфа-Пресс, 2005. С. 53.
- 6 Голуб О. Ю., Тихонова С. В. Теория коммуникации. Саратов : Научная книга, 2006. С. 8.

### Образец для цитирования:

Баландина Т. М. Социальные коммуникации в системе организационной культуры предприятия // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2017. Т. 17, вып. 2. С. 166–169. DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-2-166-169.

### Cite this article as:

Balandina T. M. Social Communications in the System of Organization Managerial Culture. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Sociology. Politology*, 2017, vol. 17, iss. 2, pp. 166–169 (in Russian). DOI: 10.18500/1818-9601-2017-17-2-166-169.