# КОММУНИКАЦИЯ КАК СЕРВИСНО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ

УДК 316.354:351/354

***В.А. КОСТИН, Н.Б.КОСТИНА***

В настоящее время в теории и практике управления уделяется все более пристальное внимание коммуникативным процессам, управленческим коммуникациям, технологиям взаимодействия между управляющими и управляемыми субъектами в процессе разработки, принятия и исполнения решений. Свидетельством этого выступает появление как в управленческой, так и в неуправленческой литературе значительного числа публикаций, посвященных коммуникации как феномену человеческой жизни в целом, и как функции управления, в частности. Исследование коммуникативных процессов осуществляется по двум принципиально главным направлениям: 1) изучение конкретных коммуникативных процессов и их особенностей на эмпирическом уровне; 2) теоретический анализ коммуникации, с последующим «выходом» на обобщенные выводы о сущности коммуникации и ее чертах применительно к различным видам деятельности... Поскольку эмпирический аспект анализа явно преобладает над теоретическим и с точки зрения внимания исследователей, и с точки зрения полученных исследовательских результатов, в данной статье мы акцентируем внимание именно на теоретических подходах к данному феномену, сконцентрировав внимание на коммуникации как функции управления.

Для рассмотрения коммуникации как функции управления необходимо сделать ряд предварительных замечаний. В качестве собственно управленческих функций выделим следующие: планирование, регламентация, контроль, именно они выявляют специфику управления, его отличительные особенности. Тем не менее, осуществление названных функций не представляется возможным без таких общечеловеческих видов деятельности, как коммуникативная, ситуационно-познавательная, аналитическая, подбор и расстановка кадров. Перечисленные функции, сами по себе не являющиеся управленческой деятельностью, тем не менее делают последнюю, понимаемую как принятие решений и контроль за их исполнением, возможной [3, с. 67–68].

Анализ теоретических разработок, имеющихся в современной научной литературе, позволяет сделать вывод, что к настоящему времени сложились два методологических подхода в понимании коммуникации: полицентрический и моноцентрический. Смысл полицентрического подхода может быть сформулирован следующим образом: изучение коммуникации как социального феномена должно осуществляться на основе нескольких теоретических моделей, которые не сводимы друг к другу, содержат особенности. Наиболее последовательно этот подход представлен в работе Г.Г. Почепцова «Теория коммуникаций» [6], который выделяет модели коммуникации по отношению к предметам научного знания.

Моноцентрический подход, представителями которого можно считать М. Грачева, Т. Свадьбину и др., заключается в описании элементарного коммуникативного акта, с последующим использованием сформированного знания для анализа различных конкретных коммуникативных ситуаций. Справедливости ради нужно отметить, что исчерпывающего перечня элементов коммуникативного акта не предложено, разными авторами представлены вариации на эту тему. Единодушны исследователи в том, что, как правило, выделяют участников процесса и следующие элементы коммуникативного акта: коммуникатор, сообщение, канал, получатель, последствия [1].

Наличие двух концептуальных подходов ставит, безусловно, вопрос об их анализе и формулировке своего отношения к разработанному. На наш взгляд, в каждой из представленных трактовок имеется рациональное зерно, поэтому, несмотря на формальную противоречивость, они дополняют друг друга при определении сути коммуникации и элементов этого процесса. Действительно, в коммуникации необходимо выделять ее всеобщие признаки и виды. Выявление всеобщих признаков коммуникативного акта было предметом анализа различных авторов, характеризующих элементарный коммуникативный акт (Г. Лассвелла, К. Шеннона и У. Уивера., Р.О. Якобсона, М.М. Бахтина и др.). Что же касается видов коммуникации, то здесь ситуации сложнее: полной картины видов коммуникации до сих пор нет, и причина этого, как нам представляется, за-

ключается в том, что виды коммуникации выделяются как раз на основе элементов коммуникативного акта. Исходя из того, что элементарный коммуникативный акт обязательно предполагает его участников, на основе этого критерия выделяют такие виды коммуникации, как интраперсональная, межличностная, групповая, массовая. По таким критериям, как используемый в процессе коммуникации язык, выделяют вербальную и невербальную коммуникацию, направленность движения информации – вертикальную и горизонтальную. Ввиду значимости данных оснований, их реальной практической реализации имеет смысл остановиться на краткой характеристике названных видов коммуникации.

Однако на основе всеобщих признаков коммуникации вряд ли возможно дать полную классификацию ее видов. Дело в том, что коммуникация предполагает не только всеобщие признаки, но и особенные, от которых отвлекаются при характеристике ее родовых черт. Особенные признаки, тем не менее, также могут служить основой для выделения различных видов коммуникации. Сказанное можно проиллюстрировать с помощью аналогии. Известно, что существуют фундаментальные признаки живого, число которых не превышает десяти (гомеостаз, изменчивость, наследственность, обмен веществ, раздражимость, размножение, рост). Эти признаки составляют общее определение жизни. Однако вряд ли возможно вывести все виды живого из фундаментальных признаков жизни – число видов жизни составляет десятки миллионов.

Специфическим признаком, который может служить основой для выделения видов коммуникации, является прежде всего ее характер. По характеру коммуникация может быть добровольной и обязательной. Обязательную коммуникацию субъекты осуществляют для принятия и реализации решений, организующих их совместную деятельность, добровольная обусловлена потребностями субъекта, а ее содержание и объем определяется им самим.

Обязательная коммуникация, которую иногда называют деловой, выступает важной составляющей различных видов профессионального управления: менеджмента, государственного и муниципального управления. Добровольная коммуникация связана с самоуправлением: коммуникативные процессы, обеспечивающие совместную деятельность, с одной стороны, выступают объектом управления, с другой, обслуживают процессы по разработке и принятию управленческих решений. При этом управление коммуникативными процессами (выступающими в этом случае как объект управления) может быть системным и ситуативным.

Системное управление включает в себя реализацию следующих функций: проектирование, регламентацию, мотивацию, анализ. Проектирование осуществляется для создания проекта коммуникативной системы организации, органа или системы органов управления. Проект коммуникации включает: субъектов коммуникации, характер и объем информации, которую предполагаемые субъекты должны передавать друг другу, каналы информации, сроки ее передачи. Проект информационной системы в реальности существует как аспект проекта организации или органа, а не как нечто самостоятельное.

К настоящему времени хорошо изучены различные системы (цепи) внутренней коммуникации – коммуникации в составе организованных общностей. К ним, в частности, относят радиальный, взаимосвязанный тип, систему «цепь», «круг», «штурвал», переплетенный граф [7, с. 196–198]. Однако эти варианты систем внутренней коммуникации не исчерпывают всех ее аспектов в организации, поскольку существует еще и внешняя коммуникация. В развитых странах во второй половине XX века, а в России – с 90-х годов XX века внешняя коммуникация претерпела существенные изменения, появились новые участники коммуникативного процесса. Речь идет о возникновении таких новых подразделений, как аналитические отделы, PR – службы, отделы маркетинга, что свидетельствует об увеличении объема информации, которым обмениваются организация и внешняя среда, повышении качества информации, ее роли.

Регламентация означает, что проектируемые процессы закрепляются нормативно, каждый субъект организации наделяется определенными коммуникативными полномочиями: право на получение информации, обязанность ее предоставлять определенным лицам, определение санкций за нарушение прав и обязанностей. Регламентация коммуникативной системы и придает обязательность коммуникативного общения участникам этой системы. Мотивация коммуникативной деятельности означает создание побуждений к реализации коммуникативных полномочий. Анализ коммуникативной системы означает, что периодически исследуется ее эффективность, выявляются слабые стороны и упущенные возможности, то есть проблемы, на осно-

ве чего осуществляется коррекция системы.

Ситуативное управление коммуникативными процессами связано с их организацией применительно к той или иной конкретной ситуации. Оно проявляется в таких функциях управления, как делегирование коммуникативных полномочий при возникновении информационных перегрузок управления, возложение временных коммуникативных обязанностей на различные подразделения, а также контроль над исполнением коммуникативных функций.

Что же касается коммуникативных процессов обслуживания и принятия решений, то они включают в себя совокупность элементарных действий, каждое из которых связано с подготовкой информации (в том числе ее сбор и оформление), ее передачей и восприятием. Коммуникативные процессы исследуются с разных позиций, поскольку, несмотря на кажущуюся простоту, в действительности они многомерны.

Пристальное внимание уделяется адекватности коммуникации, выражающейся в том, что получатель информации должен понимать и воспринимать отправленное сообщение так же, как и его отправитель. Обеспечение этого качества коммуникации – сложная задача, поскольку процесс коммуникации сопровождается многими факторами, которые приводят к ненамеренному искажению передаваемой информации.

Разнообразие содержания информации исследуется в функциональном подходе к ней, который, в свою очередь, осуществляется на основе целого ряда трактовок к исследованию самих функций. Одни авторы минимизируют число функций – путем выделения основных, другие, напротив, максимизируют их – посредством дробления общих функций на частные составляющие. В частности, лингвист Карл Бюлер (1879–1963) выделял три функции языка, проявляющиеся в любом акте речи: функцию выражения (экспрессивную), соотносимую с говорящим, функцию обращения (апеллятивную), соотносимую со слушающим, и функцию сообщения (репрезентативную), соотносимую с предметом речи. Отправитель сообщения выражает себя, апеллирует к получателю и репрезентирует предмет коммуникации. В то же время имеют место позиции, в рамках которых выделяется и по 6 функций. Например, Р.О. Якобсон выделяет эмотивную, коннативную, референтивную, поэтическую, фатическую, метаязыковую функции [2; 4].

Необходимо также обратить внимание и на форму информации, которая представлена в рамках обязательной коммуникации. Специфика ее состоит в том, что информация регламентирована, вследствие этого – представлена в документной форме. Вся важная информация в обязательной коммуникации выступает в документной форме, документ фиксирует состав их содержания и определенные реквизиты.

Возвращаясь к рассмотрению добровольной коммуникации, отметим, что она представлена целым спектром вариантов, главными из которых являются межличностное общение на основе симпатий и интересов, а также получение гражданами информации из таких каналов, как различные средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радио) и приобретший в последние годы колоссальное распространение Интернет. И тот, и другой вариант используются, реализуются в процессе самоуправления: получаемая информация используется участниками коммуникации для принятия личных решений.

Теоретический анализ массовой коммуникации в истории общества позволяет выделить две концепции ее понимания: элитарную и демократическую, каждая из которых апробирована в социальной практике.

Смысл демократической концепции может быть сформулирован следующим образом. Каждый гражданин обладает правами и свободами, правом на принятие решений. Применительно к государственному управлению – это право на принятие решения о том, кто должен быть избран в те или иные органы власти, которое реализуется в виде права на избрание должностных лиц в различных видах публичной власти. Признание таких прав влечет за собой признание за гражданином права и на оценку деятельности лиц и событий. Из сказанного следует, что задача средств массовой информации состоит в предоставлении только описательной информации – информировании граждан о событиях, лицах, идеях. Но для того, чтобы СМИ могли обеспечивать выполнение этой функции, обязательным условием является их отделение от политической власти, обладание автономией. Представленный тезис имеет концептуальный статус, реализация его на практике не всегда может осуществляться в полном объеме, поскольку возможны нарушения этого принципа в виде попыток навязывания гражданам решений и их оценок, в том числе и с активным привлечением СМИ. Коль скоро законом такие действие запрещены, они осуществляются

посредством использования различных способов манипулирования гражданами.

Сущность элитарной концепции можно представить так: существует политическая элита, которая превосходит массу во всех отношениях: моральном, интеллектуальном, жизненном. В целях иллюстрации сформулированной позиции напомним о том, что говорил В.И. Ленин о коммунистической партии: ум, честь, совесть эпохи. Приверженцы элитарной концепции массовой коммуникации убеждены в том, что только элита знает законы развития, что она лучше знает и понимает интересы масс, нежели сами массы, поступает последовательнее, чем все представители различных слоев и групп населения. Подобные убеждения позволяют сделать вывод о том, что элита – это вождь и учитель, именно она должна принимать решения и разъяснять их, приобщать к ним остальных граждан посредством агитации и пропаганды. Средства массовой информации в контексте элитарной концепции массовой коммуникации должны выступать инструментом этой пропаганды.

Сформулированная позиция, как и в ситуации с определением сути демократической концепции массовой коммуникации, опять-таки фиксирует концептуальный подход. В социальной практике, когда элита овладевает политической властью, этот принцип нарушается тем, что влияние на массы не ограничивается пропагандой и агитацией, власть начинает использовать различные виды принуждения в отношении инакомыслящих, нарушая положения, сформулированные в законодательстве. В советский период, как известно, в больших масштабах это имело место в 30–50 годы XX века. Атрибутом элитарной концепции выступает также цензура. Под цензурой понимается: 1) контроль и ограничение распространения по коммуникационным каналам каких-либо знаний (фактов, концепций), стимулов (призывов, волевых воздействий), эмоциональных настроений (возмущение, одобрение, скорбь и пр.); 2) официально учрежденная служба, имеющая полномочия пресекать любые сообщения, нежелательные для власти. Цензурный контроль охватывает не только произведения письменности и печати или другие документы, но и театральные постановки, художественные выставки, научные собрания, публичные выступления и т.д. [8].

Как элитарные, так и демократические коммуникативные практики относятся к формальной коммуникации, т.к. закрепляются в системе законодательства. Но помимо формальной коммуникации существует и неформальная, которая также представлена двумя выделенными выше видами коммуникации – деловой и свободной. Деловая неформальная коммуникация связана с принятием и реализацией различных управленческих решений, в организациях ее субъектами являются все члены данной общности, которые взаимодействуют между собой, а также с личностями, относящимися к внешней среде.

Деловая неформальная коммуникация по своей роли может дополнять формальную коммуникацию, то есть служит достижению официально признанных целей организации. Она осуществляется, например, в виде совещаний, неформальных встреч, бесед руководителей с подчиненными, и руководителей и подчиненных между собой, иными словами, она может быть вертикальной и горизонтальной. Необходимость такой коммуникации обусловлена тем, что невозможно формализовать все процессы и отношения в организации, сама формальная коммуникация порождает различного рода барьеры, которые и преодолеваются посредством неформальной коммуникации.

Однако анализ социальных практик представляет немало фактов, позволяющих сделать вывод, что деловая коммуникация может быть направлена на достижение личных целей, в ущерб целям и интересам организованной общности. Видами такой коммуникации, которую можно обозначить как негативную, выступают коррупционные отношения, клиентарные связи, в которых существует общее содержание, приобретающее специфические формы. Таким общим содержанием выступает обмен специфической информацией между потребителем услуги и ее производителем.

Потребитель какой-либо услуги выражает свою потребность в ней и просьбу или пожелание ее удовлетворить за определенное вознаграждение, в качестве последнего выступают либо деньги, либо ответная услуга. Производитель услуги, в свою очередь, либо подтверждает свое согласие на ее оказание, либо отказывается; в случае согласия – информирует о ее выполнении. Подобная коммуникация может выступать в разных видах: если оказание услуги оплачивается деньгами, то это, как правило, взятка. Если же такие отношения складываются между руководителем и подчиненными, то возникают клиентарные отношения; если эти отношения присущи подчиненным, то имеет место сговор. Все

виды неформальной негативной коммуникации тщательно скрываются ее участниками, поскольку их действия имеют антиправовой характер.

Другой вид неформальной коммуникации – свободная, которую в теории и практике управления определяют, используя понятие «слух», рассматривая возникновение, распространение, потребление слухов. Специфику неформальной коммуникации, осуществляемую посредством слухов, зачастую связывают с двумя важными признаками: недостоверностью содержания информации и личными каналами связи. Д.В. Ольшанский, например, отмечает: «Слухи – это особая, обычно недостоверная информация (и/или искажающая форма передачи любой информации), распространяющаяся исключительно в устной форме, как бы «по секрету», «из уст в уста», и функционирующая исключительно в звуковой форме» [5]. Но такой признак слухов, как недостоверность, требует уточнения, как, кстати, и само количество признаков слуха. Дело в том, что недостоверность может быть присуща и формальной коммуникации, а это означает, что используемый признак при определении специфики неформальной коммуникации посредством слухов не является решающим. На наличие недостоверных моментов в формальной коммуникации неоднократно обращали внимание исследователи. «Смыслы (знания, умения, эмоции, стимулы), которые коммуниканты сообщают реципиентам, не всегда бывают правдивыми, искренними, достоверными. Ложь, обман, иллюзия, коварство – это коммуникационные явления, они не существуют вне социальной коммуникации» [8, с.96]. Если согласиться с представленной позицией, а также с тем, что слухи, в свою очередь, бывают относительно достоверными, то возникает вопрос о специфике слухов как содержания неформальной коммуникации. По нашему мнению, нужно обратить внимание на признаки неформальной коммуникации, которые противоположны признакам формальной коммуникации. Если исходить из этого, то могут быть выделены следующие признаки неформальной коммуникации:

– неопределенность источника информации (если в формальной коммуникации источник информации не просто явно определен, но подтверждает свое авторство через ряд атрибутов документа (печать, подпись), то в неформальной он скрывается, является анонимным);

– отсутствие формальных признаков достоверности информационного сообщения (перечисленные средства формальной коммуникации не гарантируют абсолютной достоверности, но они делают возможной проверку, в слухах же ничего подобного нет, они принимаются на веру);

– передача описательной информации, которая может содержать описание реальных или вымышленных фактов, намерений, оценок.

Таким образом, различные виды свободной неформальной коммуникации являются неконтролируемыми, можно сказать – неуправляемыми со стороны различных общностей, включая государство. Последнее пытается пресекать антиправовые виды неформальной коммуникации и неформальных отношений, такие как коррупция, клиентарные связи в своих рядах, однако полного искоренения этих видов коммуникации не наблюдается даже в развитых странах.

1. Грачев, М.Н. Политическая коммуникация теоретические концепции, модели, векторы развития.М.Н. Грачев: Монография. М., 2004. mht; E:\Основы теории коммуникации. Учебно-методический комплекс – Единое окно доступа к образовательным ресурсам.mht; Свадьбина Т.В. Коммуникации в организациях. Учебно-методическое пособие. Н. Новгород, 1999.

2. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации. Учебное пособие. Воронеж: изд-во DUNE, 2000. 175 с. URL: http://kachkine.narod.ru/CommTheory/Contents/Contents.htm (дата обращения: 10.01.2013).

3.Костин В.А., Костина Т.В. Менеджмент. Учебное пособие. М.: Гардарики, 2008. 334 с.

4. Моисеева А.П. Основы теории коммуникации. Учебное пособие. Томск, 2004. 170 с.

5. Ольшанский Д.В. Классификация слухов. URL: http://psyfactor.org/lib/rumours5.htm (дата обращения: 10.01.2013).

6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» – 2001. 656 с. URL: http://www.nir.ru/socio/articles/poch.htm (дата обращения: 10.01.2013).

7. Рой О.М. Теория управления. СПб.: Питер, 2008. 364 с.

8. Соколов А.В.Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. URL: http://socioline.ru/pages/av-sokolov-obschaya-teoriya-sotsialnoj-kommunikatsii (дата обращения: 10.01.2013).