

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС- КОММУНИКАЦИЙ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

*Работа представлена кафедрой социологии и социально- коммуникационных технологий
Уфимской государственной академии экономики и сервиса.
Научный руководитель – кандидат философских наук, профессор Р. Б. Шайхисламов*

Статья раскрывает сущность и роль бизнес-коммуникаций в условиях информационного общества, интенсивных изменений функционирования организационных структур. Большое внимание уделяется возрастающей роли науки, инноваций, новых информационных возможностей в бизнес-среде.

The article points out the essence and role of business communications in the conditions of information society, intensive changes in the sphere of organization structures' functioning. Special attention is paid to the growing role of science, innovations and new informative opportunities in the business sphere.

За последний век в жизни общества произошло множество кардинальных изменений. Но дело не столько в переменах, сколько в резком увеличении их скорости. По мнению ряда исследователей, в числе которых А. Тоффлер, Дж. Нисбит, Д. Белл, во второй половине XX в. происходило изменение направленности социального развития от индустриальной цивилизации к постиндустриальной, что в итоге обусловило переход к информационному обществу.

Происходящая в современном мире глобальная трансформация в информационно-коммуникативное общество сопровождается не только проникновением коммуникации во все сферы жизнедеятельности общества, возникновением и развитием качественно нового типа коммуникативных структур и процессов, но и глубоким переосмыслением коммуникативной природы социальной реальности¹, современных изменений в социально-коммуника-

тивной сфере, места и роли коммуникаций в развитии общества.

Сегодня представления Н. Лумана о коммуникации как о сущностной характеристике самого общества, его утверждения о том, что «человеческие отношения, да и сама общественная жизнь невозможны без коммуникации»², что «только коммуникация может осуществлять коммуникацию»³, приобретают новый смысл и вызывают особый интерес. Весьма актуальным в этом плане является осмысление с позиций современности теорий коммуникативного действия Юргена Хабермаса⁴, коммуникативного сообщества Карла-Отто Апеля⁵, коммуникативной рациональности (Ю. Хабермас, Н. Луман)⁶, так как именно здесь раскрывается сущность коммуникативности, коммуникативной общности, коммуникативного пространства, коммуникативной среды, коммуникативного действия, коммуникативного процесса, что, безусловно, имеет важное методологическое значение для понимания сущности и природы коммуникации.

Важно объективно оценить и определить суть этой новой формы общественной жизни, чтобы понять, какой отпечаток накладывают эти изменения на все сферы со-

циального бытия и в первую очередь на развитие коммуникативных процессов и форм их регуляции. В определении феномена информационного общества, очевидно, нельзя ограничиваться только экономическим аспектом или социальными факторами, поскольку комплексные и многонаправленные перемены охватывают практически все сферы человеческой жизнедеятельности.

На основе имеющихся подходов к анализу данного социального явления и различных толкований этой дефиниции можно вывести следующее наиболее общее определение: *информационное общество* – это исторически сложившийся тип общественного устройства, в котором главными продуктами производства являются информация и знания.

В основе развития и существования информационного общества лежит особая нематериальная субстанция, условно именуемая «информацией», обладающая свойством взаимодействия как с духовным, так и с материальным миром человека. Последнее свойство особенно важно для понимания сущности нового общества. Отличие информационного ресурса от традиционного представлены в табл. 1⁷.

Таблица 1

Сравнительная характеристика традиционного и информационного ресурсов

Традиционный ресурс	Информационный ресурс
Материальная природа	Нематериальная природа
В процессе использования стоимость уменьшается	В процессе использования стоимость увеличивается
Отчуждаем	Не отчуждаем
Тиражируется с большими затратами	Тиражируется с малыми затратами
Убывающая полезность	Возрастающая полезность
Ограничен пространством	Не ограничен пространством

Очевидно, что сегодня знания и наука действительно становятся решающей силой развития социохозяйственных систем. В силу этого сейчас происходит не менее очевидное смещение приоритетов в развитии различных экономических систем от материально-вещественных и энергетических

ресурсов – к ресурсам интеллектуального и информационного характера. Информация начинает играть такую существенную, основополагающую роль, что появляется возможность выделять ее как пятый фактор производства наряду с известными: трудом, капиталом, земельными ресурсами

и человеком. За социально-культурными скачками в отдельно взятых странах (точнее, мировых культурах) начинают проследиваться общие закономерности и тенденции, связанные с возрастающей ролью науки, инноваций, новых информационных возможностей в экономике. Этот новый экономический феномен, по существу, является социохозяйственной формой реализации более широкого явления, получившего название «информационное общество»⁸.

То есть «новая» макроэкономическая среда, сформировавшаяся под влиянием новых технологий и информации, рассматривается как особый экономический строй, который базируется на трансформации знаний в финансово-экономические и управленческие инновации. Сама же информация также представляет собой специфический «товар», если говорить об обмене информационными продуктами. В то же время знания и информация резко обесцениваются во времени, при этом информационный продукт в отличие от материального подвержен только одному виду износа – моральному.

В «новой» социохозяйственной среде возникает еще одна разновидность «внешних эффектов». Если в экономике традиционных товаров нарастание количества пользователей уменьшает полезность, получаемую каждым, поскольку один и тот же объем благ приходится на все большее количество потребителей, то в случае со знанием как основной продукцией «новой экономики» человек сталкивается с таким явлением, как «сетевые внешние эффекты», когда полезность блага для одного человека зависит от количества других людей, участвующих в потреблении данного блага. Это приводит к тому, что возникает новая структура приоритетов монополий, которые в современных условиях заинтересованы не в сохранении монопольно высоких цен, а в максимальном с тенденцией к монополизации рынка их удешевлении. Сам рынок в данном случае становится предметом монополизации как конструк-

ция обращения товара, а не какой-то конкретный товар⁹.

В информационной экономике хозяйственная деятельность – это главным образом производство и применение информации с целью сделать все другие формы производства более эффективными и тем самым создать большие материальные богатства. Лимитирующий фактор здесь – наличное знание. Данный подход с очевидностью свидетельствует о том, что переход к новым основаниям общественной жизни происходит при изменении основы хозяйствования и преодолении лимитирующего фактора.

Существует три основных способа, которыми страна может увеличить свое национальное богатство: 1) постоянное накопление капитала; 2) военные захваты и территориальные приращения; 3) использование новой технологии, переводящей «нересурсы» в ресурсы. В силу высокого уровня развития технологии в постиндустриальной экономике перевод нересурсов в ресурсы стал основным принципом создания нового богатства.

Так что, в то время как сделки по поводу материальных вещей ведут к прямой конкуренции (у кого больше ресурсов, тот имеет больше шансов в конкурентной борьбе), информационный обмен ведет к сотрудничеству, так как информацию в современном мире нельзя удерживать долгое время и она становится доступной всем заинтересованным лицам. Конкурировать можно только на уровне оперативности ее получения и готовности к ее внедрению и использованию. Сама информация, таким образом, – это специфический ресурс, которым можно делиться, надеясь на взаимный обмен.

Большое значение приобретает развитие сетевой проектной организации, суть которой заключается в том, что она преобразовывает рыночные сигналы (информацию) в товары и услуги, «процессируя знание». Если функция выступает ключевым элементом вертикальной пирамиды иерархической организации, то базовый

элемент сетевой организации более сложен – это проект, который реализуется сетью, когда люди, не подчиненные кому-то одному, в состоянии работать вместе, чтобы получить некий положительный результат.

Говоря об инновационных тенденциях развития современного социального бытия и роли в них коммуникаций, нельзя обойти стороной точку зрения Петера Штомпки. В его модели социального становления появляется некий «высший информационный метамеханизм», благодаря которому историческим изменениям подверга-

ются сами принципы социального преобразования. Постепенное подчинение природы потребностям общества, рост защиты от неблагоприятных воздействий с ее стороны означают рост контроля над природной средой. Что касается сознания, то рост знаний человека способствует развенчанию «ложного сознания», мифов, иллюзий, осознанию закономерностей социального функционирования и изменения. Все это позволяет точнее предвидеть и целенаправленно изменять социальную жизнь, делать социальное становление более успешным и динамичным¹⁰.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Бергер П., Лукман К. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания // Пер. с англ. Е. Руткевич. М., 1995.

² Луман Н. Что такое коммуникация? // Социологический журнал. 1995. № 5.

³ Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. СПб., 2000.

⁴ Habermas J. The theory of Communicative Action. Boston, 1984.

⁵ Апель К. О. Трансформация философии. М., 2001.

⁶ Habermas J. Der Philosophische Diskurs der Moderne. Frankfurt am Mein, 1985; Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии.

⁷ Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academy, 1999. С. 372–400; Красовский Ю. Д. Управление поведением в фирме: эффекты и парадоксы (на материалах 120 российских компаний): Практическое пособие. М: ИНФРА-М, 1997. С. 276.

⁸ Курлов А. Б. Информационная обусловленность развития современных социоэкономических систем // Россия и Башкортостан в условиях глобальных трансформаций. Уфа: РУМНЦ РАН, 2006. С. 167.

⁹ Там же.

¹⁰ Штомпка П. Социология социальных изменений. М.: Аспект-пресс. 1996. С. 291.