

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Ефимова Н. В., канд. филос. наук, доц., г. Минск

Социальная структура, созданная и поддерживаемая постоянными устойчивыми схемами коммуникации, есть сеть. Коммуникационные сети в организациях возникают спонтанно, в результате реальных живых повседневных контактов, и в этом смысле сети относятся к неформальным коммуникациям. Но формальная коммуникационная система вляется в общую сеть, становится ее фрагментом.

Первоначально (1950—1960-е гг.) коммуникационные сети исследовались экспериментально, позже для их изучения стал использоваться метод социометрии.

При постановке задачи социометрического исследования коммуникационных сетей организаций необходимо учитывать следующее:

— невозможно учесть и представить все коммуникации, все случаи обмена информацией в организации. Поэтому социометрические данные отражают лишь наиболее явное коммуникативное поведение, основные линии коммуникации, используемые часто и интенсивно;

— это задача очень большой размерности. Например, если в организации 100 человек, то каждый в принципе может коммуницировать с 99 членами организации — всего 9900 коммуникационных отношений;

— универсальная сеть существует лишь в абстракции. В реальности же сети варьируют в зависимости от того, по какому вопросу приходится контактировать: нововведения — одна сеть, перспективное планирование — другая сеть и т. д.

Учитывая все это, для решения конкретной задачи исследования необходимо разбивать сеть организации на более мелкие сети с помощью социометрических вопросов (вопрос непременно должен касаться коммуникации). Пример: «Если Вам нужен технический совет по работе, к кому в организации Вы скорее всего за ним обратитесь?» (экспертная сеть); «Если Вы обеспокоены положением дел в организации, кому официально Вы выразите свое недовольство?» (властная сеть), «С кем из сослуживцев Вы чаще всего обсуждаете житейские вопросы?» (социальная сеть).

При проведении социометрического опроса с целью изучения коммуникационных сетей необходимо соблюдать следующие условия:

— опрос о фактах коммуникации в организации, их частоте, содержании должен проводиться «по горячим следам», так как цель — зафиксировать реальные контакты, которые не должны еще исчезнуть из памяти респондента;

— необходимо следить за согласованностью (совпадением) показаний о фактах коммуникации между коммуницирующими субъектами. Введение критерия совпадения показаний обусловлено тем, что коммуникация — процесс взаимный, двусторонний. Рекомендуется в дальнейшем анализе учитывать только те факты коммуникации, в отношении которых показания коммуницирующих субъектов согласуются.

Одна из общепринятых форм представления данных исследования коммуникационной сети организации — коммуникограмма, на которой представлены члены организации и — стрелками — коммуникации между ними. Коммуникограмма позволяет выявить или уточнить коммуникационные роли членов организации («сторож», «мостик», «связной», «космополит» и т. д.). Коммуникограмма сопоставляется с административной схемой организации. При таком сопоставлении выявляются сильные и слабые участки организационной коммуникации и при необходимости принимаются решения об изменениях в структуре организации.