непродуктивная «виртуалистика»

– Сынок, сходи в магазин.
– А волшебное слово!
– Интернет отключу!
– Уже бегу, бегу!

Аннотация

Автор делает попытку доказать, что засилье электронных средств коммуникаций в реальном бизнесе является пагубным, снижающим эффективность каждодневных экономических процессов.

Ключевые слова: коммуникации, виртуалистика, организационное развитие, консалтинг, информационные технологии, управление процессами

Понятие «виртуалистика» как особая философская категория было введено в научную теорию в 1990-х годах Н.А. Носовым вкупе с соответствующим термином. Рассмотрим общие принципиальные вопросы формирования этой концепции и ее структуры – реальности телесности, сознания, личности, индивидуальности воли, а также ее значение для теории и практики управления и организационного развития.

У медали есть обратная сторона

В целом виртуалистика есть совокупность современных информационно-технологических решений по дистанционному управлению процессами (анализ, выработка решений, выдача управляющих воздействий и последующий контроль).

Благодаря ноутбукам, мобильным телефонам, смартфонам, айпэдам и прочим достижениям электроники и телекома мы получили возможность быть все время в режиме «онлайн». И это существенно повысило эффективность бизнеса и открыло новые горизонты. Но у медали есть и обратная сторона.

Шевченко Сергей Григорьевич
кандидат экон. наук, генеральный директор, консультационная компания «Сплан», г. Москва
info@splan.ru

все начинают отвлекаться все больше, все чаще и чаще, а потом просто привыкают смотреть в экран

Одна из серьезнейших опасностей новых технологий как комплекса средств виртуализации – это снижение внимания и как следствие качества решений каждой конкретной задачи. Вспомните любое совещание в вашей компании. Сколько людей внимательно слушало и активно участвовало в дискуссии? А сколько было постоянно погружено в свой мобильный телефон или ноутбук? [2].

Совершенно неважно, что именно ваши сотрудники писали друзьям или знакомым – возможно, они тоже решали другие рабочие вопросы.

Всем кажется, что небольшое отвлечение на письмо или звонок не сильно скажется на эффективности. Но происходит иначе: все начинают отвлекаться все больше, все чаще и чаще, а потом просто привыкают смотреть в экран.

С электронной почтой все еще хуже, потому что здесь дело касается личной эффективности сотрудника, времени, когда он работает один: почта открыта целый день и настроена на оповещение о входящих письмах. И начинается вмешательство в почту, как только пришло новое письмо.

Сотрудник большой компании может получать более сотни писем в день, средней организации – десятки. Режим работы становится рваным, потому что каждые 10–20 минут он отвлекается на новое письмо. Ситуация усугубляется тем, что во многих компаниях принято ставить в список рассылки имена сотрудников всех подразделений, которые имеют хоть какое-то отношение к делу [2].

Что из этого следует? Потеря концентрации приводит к снижению глубины погружения в предмет и к потере качества принимаемых решений. По большому счету, уже не сотрудник, а почтовая программа начинает управлять его рабочим временем и расставлять за него приоритеты.

На первый взгляд, проблема может решаться очень просто: надо смотреть электронную почту по графику, а на все остальное время ее отключать. С мобильниками и ноутбуками еще проще – выключать на время совещаний. Но на практике поступать таким образом почему-то не всегда получается [2].

Данная ситуация уже стала серьезной проблемой, поэтому и руководителям бизнеса стоит заняться ею всерьез.

«Креативная экономика»

Кроме того, следует помнить о повальном увлечении наших коллег присутствием в виртуальной социальной среде (в так называемых «социальных сетях») [4].

Виртуальная социальная среда – может ли она использоваться в деловой практике?

До недавних пор считалось, что особенностями Интернета как среды социальных взаимодействий является слияние информационных и социальных технологий. Предполагалось, что в ближайшие годы это станет передним краем развития Всемирной сети [4]. Обнадеживает то, что основными тенденциями виртуализации становятся:

- установление отношений между пользователями;
- поиск контента (от английского *content* – содержание);
- личностное самопредъявление и развитие.

На самом деле на практике это пока приводит к непродуктивному использованию сотрудниками рабочего времени – к большой радости интернет-провайдеров.

Тем большие сомнения вызывают предложения некоторых представителей бизнеса (в частности консалтингового) использовать этот ресурс в деловых коммуникациях.

Вот как это, например, реализовано на одном из сайтов:

1) делайте ссылку на статью в Фейсбуке и комментарии к ней;
2) по ссылке открывайте соответствующий сайт (на нем нет механизма обсуждения), но есть переход на страницы в социальных сетях.

Совершенно удивительными для деловой бизнес-практики являются утверждения типа: «Надо максимально встраиваться в интернет-пространство и выносить обсуждения в открытые социальные сети. Там их проще найти – многие там бывают, и там больше аудитория, которой это может быть интересно...» – Н.В. Колобова, из переписки по Совету НИСКУ (Национальный институт сертифицированных консультантов по управлению), октябрь 2012 г.

Техника не заменит живого общения

Следует признать, что реальная сила новых коммуникационных технологий заключается не в повышении эффективности старых процессов, а в том,

потеря концентрации приводит к снижению глубины погружения в предмет и к потере качества принимаемых решений

технологические прорывы делают реальностью то, о чем люди еще не знали и даже не подозревали

что они позволяют отказаться от старых правил и создать новые приемы работы.

Очевиден посыл: потребности и стремления людей определяются их пониманием того, что возможно. Технологические прорывы делают реальностью то, о чем люди еще не знали и даже не подозревали. Это понятный и простительный «недостаток».

Вспомним, например, телеконференции. При наличии у сотрудников кабинетов со специальным оборудованием эта технология позволяет людям слышать, видеть друг друга и работать вместе, хотя их могут разделять большие расстояния. Сначала большинство организаций думали, что ценность телеконференций в снижении командировочных расходов, но в этом отношении телеконференции потерпели неудачу, суть которой позже стала понятна. Люди ездят на деловые встречи не только за информацией, но и по другим важным причинам. Поездка в другой конец города или страны – это ресурс, который свидетельствует о важности отношения к обсуждаемой теме. Вероятно, **невербальное общение на личной встрече важнее произнесенных слов**. Поэтому не удивительно, что в большинстве компаний телеконференции мало повлияли на снижение командировочных расходов [6].

Но это не значит, что телеконференции бесполезны. Они ценны тем, что преобразуют приемы работы, хотя и не снижают ее издержки.

Впрочем, очевидно, что современные информационные технологии являются незаменимым фактором бизнеса, и их важность в этом процессе трудно переоценить. Но не следует думать, что такие технологии являются единственным важнейшим неотъемлемым элементом деловой практики.

Что дает реальную отдачу

Отдельно стоит вопрос о попытках организовать бизнес (особенно в сферах интеллектуальной деятельности) дистанционно, через систему вольнонаемных сотрудников – «фрилансеров».

Консультанты по управлению уже давно поняли, что максимальную отдачу от члена коллектива можно получить, лишь обратившись к его личнос-

продуктивная «записная книжка»

ти, предоставив ему возможность соединить свой ресурс с целями организации:
«Формулируй свою задачу. И мы скоординируем ее решение под общую целевую установку» [3].
По большому счету, здесь речь идет о побуждении сотрудника к вхождению в наиболее органичные для него роли в организации. Это дает возможность «расширить диапазон восприятия человека, задействовать его резервы, ... разбудить дремлющий, гигантский запас человеческой энергии и возможностей, превратить его в ресурс» [1].
При всей своей эффектности данный тезис не является средством на все случаи деловой практики, ведь для эффективной деятельности необходимы некоторые «дополнительные» условия:
1) изначальная ответственность сотрудника в административной структуре, подкрепляемая, возможно, определенными стимулами и средствами дисциплинарного воздействия;
2) корпоративные идеология и культура, опирающиеся на внутренние деловые традиции;
3) необходимая интенсивность «живых» коммуникаций между членами коллектива.
Для реального воспроизведения отдачи в бизнесе нужны не фрагменты воспоминаний индивидуумов о совместном участии в некоторых проектах, а целостная идеология коллективной деятельности в компании.
Понятно, что соблюдение этих условий возможно только в уже состоявшейся организации, так как требует общей инфраструктуры для совместной работы, совместных традиций, финансовых резервов [5]. Не отрицая, разумеется, огромной пользы современных информационно-компьютерных технологий.

Вывод

Для начинающих коммерческих организаций могут быть использованы энтузиазм и первичная работоспособность с возможной небольшой стартовой финансовой помощью.
Остальным можно порекомендовать меньше «заигрываться» Интернетом и прочими техническими средствами «виртуалистики», а больше общаться по-человечески, вживую. Ничто не может заменить полноценного человеческого общения, в том числе и в деловой сфере.

нужны не фрагменты воспоминаний индивидуумов о совместном участии в некоторых проектах, а целостная идеология коллективной деятельности в компании

Литература

1. Дудченко В. С. ММК в лицах [Текст]. – М.: Фонд Щедровицкого Г. П., Т.2. – 2007.
2. Печерский А. «Заметки на полях: как мобильник, электронная почта и социальные сети снижают производительность труда сотрудников компаний [Текст]. – М., АСКОНКО, 2012.
3. Пригожин А.И. Методы развития организаций [Текст]. – М.: МЦФЭР, 2003.
4. Растянников П. В. Управление виртуальной социальной средой: концепты и опыт консультирования: Доклад в Институте философии РАН, 24.09.2012 г. [Текст].
5. Шевченко С. Г. Национальный доклад «Опыт системного анализа для Объединений консультантов по управлению» [Текст]. – М.: СПЛАН, 2011 г.
6. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпорации. Манифест корпорации в бизнесе [Текст]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011

КЭ

Sergey G. Shevchenko
Candidate of Economic Sci., General Director,
Consulting Company Splan, Moscow

Unproductive "Virtualistics"

Abstract

The Author makes an attempt to prove that dominance of electronic means of communication in an actual business is destructive, decreasing efficiency of everyday economic processes.

Key words: communications, virtualistics, organization development, consulting, information technologies, process management, communications