

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В VANI-МИРЕ

Ж. Е. Вавилова, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и медиакоммуникаций, Казанский государственный энергетический университет

Концепция VANI-мира, описывающая его как хрупкую, тревожную, нелинейную и непонятную среду, не могла не затронуть принципов осуществления стратегического коммуникационного менеджмента в бизнес-системах всех масштабов: от индивидуальных предпринимателей до транснациональных корпораций. В статье рассматривается понятие антихрупкости, позволяющее по-новому взглянуть на стратегические коммуникации как на компромисс между попытками контролировать среду и позволить ей оказывать эффект на развитие компании в целях повышения ее сопротивляемости к более значительным кризисным явлениям. Формулирование стратегии коммуникационными службами организации призвано наметить курс ее дальнейших действий в условиях нестабильности окружающей среды, которая представляет собой нормальное состояние бизнес-окружения, при этом оставляя аспекты, в наибольшей степени подверженные изменениям, на момент реализации стратегии в виде поэтапной тактической деятельности. Одним из способов выживания компании в среде с использованием коммуникационных средств автору представляется акцент на внутренних коммуникациях. В условиях тотального беспорядка, нелинейности, стрессогенности, текучести и переменчивости принцип взаимодействия в компании может усилить антихрупкость системы; культивирование эмпатии нейтрализует тревожность; вклад в тренинги персонала, развитие адаптивности станет ответом на нелинейность и непредсказуемость происходящих процессов; акцент на гибких навыках сотрудников поможет осознать непонятное.

Ключевые слова: коммуникации, коммуникационный менеджмент, стратегические коммуникации, VANI-мир, антихрупкость.

Джэмей Кэшио, американский футуролог, автор злободневного акронима VANI (brittle – хрупкий, anxious – тревожный, non-linear – нелинейный, incomprehensible – непонятный), используемого сегодня для обозначения системного хаоса, затрагивающего деятельность современных организаций и жизнь человечества в целом, считает, что его концепция особенно актуальна для развивающихся стран [1]. С момента ее введения в научный и публичный дискурс в 2018 г. прошло несколько лет, и можно констатировать, что определение окружающей среды, зашифрованное в VANI, касается любого субъекта в глобальном масштабе: это подтвердила ситуация пандемии, в которой беспомощным оказался не только индивид или государство с проблемами в сфере здравоохранения, но и развитые мировые державы. Техногенные катастрофы, международный терроризм, глобальные экологические проблемы, мировой энергетический кризис – вот лишь малая часть вопросов, нарушающих упорядоченность мира в целом [2].

В постпандемийный период особую актуальность также приобрела теория антихрупкости Нассима Талеба, для демонстрации которой автор часто обращается к сфере здравоохранения, где каждое медицинское вмешательство необходимо анализировать, чтобы по возможности его избежать как препятствующее выработке системой антихрупкости, т. е. устойчивости к кризисам, волатильности, шуму, ошибкам и неопределенностям, и часто как вредоносное [3, с. 176–199]. У Талеба же мы находим мысль о токсичности большого количества информации: погружение аналитиков компаний в инфопоток чревато общим неврозом и вовлеченностью в еще больший хаос [3, с. 200]; с другой стороны, в дозированном количестве информация об окружающей среде становится стрессором, который укрепляет систему, стимулирует ее самовосстановление и препятствует атрофии [3, с. 96–100]. Опираясь на его модель сложных систем, мы приходим к выводу, что в управлении коммуникациями попытки осуществления тотального контроля над информацией, циркулирующей по поводу деятельности субъекта, приведут к повышению хрупкости системы; открытость возможности потери контроля при этом будет способствовать «закаливанию» бизнес-системы.

Традиционно управление коммуникациями рассматривается в качестве ключевого актива, с помощью которого компания самоопределяется в постоянно изменяющейся среде и ограждается от чрезмерного средового влияния [4]. Благодаря реализации функции стратегирования управление коммуникациями помогает организации находить точки стабильности в условиях хаоса, когда действия со стороны среды могут пошатнуть хрупкий баланс системы. Стратегический коммуникационный менеджмент отличается от операционного повышенным вниманием к значимости средовых влияний на развитие компании при формулировании ответов на угрозы и возможности, которые перед ней открываются. «Коммуникация играет особую роль в этой системе – ей отводится роль пограничника, мембраны, достаточно эластичной, чтобы приспособиться к среде, но и достаточно крепкой, чтобы оградить организацию от натиска среды» [4, с. 36].

Можно констатировать, что в рамках этого подхода соблюдается баланс между решениями спланированными, нацеленными на контроль, и стихийными, вызванными всевозможными стрессорами. С одной стороны, логическое мышление руководителя, анализ и планирование, классическая рациональность – это то, что лежит в основе стратегического выбора. С другой стороны, дефицит, риски, кризисы, сопротивление и давление со стороны окружающей среды вынуждают компанию гибко реагировать, двигать сроки, корректировать бюджет, осуществляя известные принципы манифеста Agile.

Как известно, попытки искусственно контролировать среду в плановой экономике – любыми средствами достигать плановых показателей и превышать объем работ – чреваты тем, что принимаются заниженные показатели с целью выполнения и перевыполнения плана, что неизменно ведет к хрупкости системы. Либерализация экономики так или иначе сметает эти препятствия, и компании оказываются незащищенными перед угрозами со стороны среды. Если

экономистам требуется определенное усилие, чтобы осознать, что мир не управляется по схемам и планам, то философам суть концепции ВАНІ известна давно, со времен Гераклита: «мир не просто подвержен хаотичности и беспорядку, но и гениально открыт и свободен – еще ничто не завершено и не решено раз и навсегда. В процессе коммуникации мы влияем на наше будущее и проявляемся как таковые вместе с миром» [5, с. 108]. Сегодня в философском дискурсе речь идет о несводимости мировых процессов и дискурсов к единой истине, о тотальной рационализации модерна, как и о плюрализме постмодерна, а скорее о трансверсальности – преодолении разрывов в «ткани» коммуникации, вызванных в том числе средой [6, с. 128].

Одним из способов выживания с использованием коммуникационных средств, помимо очевидных инструментов антикризисных коммуникаций, нам представляется акцент на управлении внутренними коммуникациями с целью создания организационной подсистемы, в которой работники компании являются ее основными стейкхолдерами. Именно они формируют организационную идентичность как стратегически важный феномен, основанный на понимании организацией своей общности, миссии, целей и культуры. В хрупком, тревожном, нелинейном и непонятном мире компания не может пытаться влиять на внешнее окружение и выживать за счет усилий по развитию корпоративной идентичности, если у нее отсутствует ядро, идентичность организационная. В условиях тотального беспорядка, нелинейности, стрессогенности, текучести и переменчивости принцип взаимодействия может усилить антихрупкость системы; культивирование эмпатии нейтрализует тревожность; вклад в тренинги персонала, развитие адаптивности станет ответом на нелинейность и непредсказуемость происходящих процессов; акцент на гибких навыках поможет осознать непонятное.

Список использованных источников и литературы

1. *Cascio J.* The BANI World, for Rajarata University in Sri Lanka's International Research Symposium on Management. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=stBdyNBwfpU> (дата обращения: 28.11.2022).

2. *Вавилова, Ж. Е.* Этический дискурс в управлении вопросами: стратегические коммуникации в сфере экологических рисков // Стратегические коммуникации в современном мире : сборник материалов по результатам научно-практических конференций V, VI Международных научно-практических конференций, IV, V Всероссийских научно-практических конференций, Саратов. – Саратов : Саратовский источник, 2018. – С. 403–411.

3. *Талев, Н. Н.* Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса / пер. с англ. Н. Караева. – Москва : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2018. – 768 с.

4. *Вавилова, Ж. Е.* Стратегическое управление коммуникациями. – Казань : Казан. гос. энерг. ун-т, 2010. – 165 с.

5. *Гурьянов, А. С.* Диалог М. Бахтина в коммуникативном, культурологическом и экзистенциальном измерениях // Вестник Казанского государственного энергетического университета. – 2011. – № 2 (9). – С. 106–113.

6. *Миннуллина, Э. Б.* Средства социальной коммуникации как сфера трансверсальности // Исторические, философские, политические и юридические науки, куль-

турология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 7(81). – С. 127–130.

Zh. E. Vavilova, PhD in Philosophy, Assistant Professor, Philosophy and Media Communications, Kazan State Power Engineering University

COMMUNICATIONS MANAGEMENT IN THE BANI-WORLD

The concept of the BANI-world, which describes it as a brittle, anxious, non-linear and incomprehensible environment, could not but affect the principles of strategic communication management in business systems of all scales: from individual entrepreneurs to transnational corporations. The article examines the concept of antifragility, which allows us to take a fresh look at strategic communications as a compromise between attempts to control the environment and permission to let it go in order to increase company's resilience to larger crises. Strategy formulation by communications services is intended to draft a course of future actions in an unstable environment, which is its normal condition, while leaving the most volatile aspects for future strategy implementation in the form of incremental tactical activities. One of the ways for a company to survive in an environment is to focus on internal communications. In conditions of total disorder, non-linearity, stressfulness, fluidity and changeability, the principle of interaction can enhance the system's antifragility; cultivating empathy neutralizes anxiety; contribution to staff training, developing its adaptability will be a response to non-linearity and unpredictability of ongoing processes; focusing on employee soft skills will help to understand the incomprehensible.

Keywords: communications, communications management, strategic communications, BANI-world, antifragility.