

УДК 651. 04

К.С. Шапошников, доц., канд. екон. наук
Херсонський державний університет

Поліалог у сфері телекомунікацій: соціально-економічна сутність та особливості проведення

В статті визначено соціально-економічну сутність поліалогу як особливого механізму організації корпоративного гносеологічного процесу, наведено системоутворюючі креативні ознаки поліалогу, запропоновано логічно-структурну схему проведення поліалогу у сфері телекомунікацій.
інноваційна війна, корпоративне управління, оператор телекомунікацій, поліалог

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одним із найбільш важливих, хоча й не помітних на перший погляд підсумків минулого століття стала можливість ведення бізнесу у сфері телекомунікацій на основі прямих рівноправних зв'язків усіх з усіма. Такий спосіб організації взаємодії у економічній та багатьох інших науках одержав назву мережі. Мережний спосіб ведення бізнесу дозволяє діяти без урахування природжених або набутих статусів і обов'язкової участі бюрократичних структур, а також набагато швидше, ніж при використанні традиційної системи опосередкованих відносин. Фактично мережа звільняє економічних агентів від багатьох соціально-політичних та економічних обмежень, генеруючи таким чином вагомий приріст дієздатності. Сьогоднішня загальнодоступність мережних взаємин і ступінь відповідної інституціональної свободи від просторово-тимчасових обмежень забезпечені досягненнями в сфері інтернет- і нано-технологій, нової енергетики, а також генної інженерії. У зв'язку з цим сучасним економічним агентам, незалежно від сфери діяльності, необхідно шукати нові джерела генерації ідей і, у кінцевому підсумку, конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми пошуку нових форм (віртуальних, креативних, мережних) генерації ідей, організації бізнесу загалом висвітлені у працях Й.Ханса, Д.Хомутського, Р.Патюреля, В.Тарасова, Я.Квача, О.Редькіна [1-5]. Хоча названі вчені є представниками різних наукових шкіл, всі вони погоджуються з думкою про те, що епоха завжди прихильного клієнта завершилася, тому всім економічним агентам необхідно проектувати таку архітектуру організації корпоративного гносеологічного процесу, яка б на виході найповніше задовольнила постійно зростаючі потреби споживачів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на пильну увагу наукової спільноти до стратегій та технологій корпоративного управління операторами телекомунікацій, досі невисвітленими залишаються соціально-економічна сутність, характерні риси та особливості проведення поліалогу у цій сфері.

Метою статті є визначення соціально-економічної сутності та особливостей проведення поліалогу як особливого механізму корпоративного гносеологічного процесу у сфері телекомунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найперше розглянемо соціально-економічну сутність поліалогу. Почнемо з того, що поняття «поліалог» досить довго ототожнювали з поняттям «інноваційна війна», яке займає чільне місце серед складних синтетичних об'єктів мислення, що однозначно відносить це поняття до креативної сфери. Саме тому ми вважаємо за доцільне виділити (з безлічі необхідних і можливих) лише два родових поняття, найбільш необхідних, з нашої точки зору, для визначення поняття «інноваційної війни».

Природно, що такими родовими поняттями є «війна» і «логічна система». Наступним кроком ми маємо подати «інноваційну війну» як особливий вид воєн і логічних систем одночасно і обґрунтувати, чому для сфери телекомунікацій ми вважаємо за доцільне називати її поліалогом.

Тривалий час технологія інноваційної війни розроблялася і удосконалювалася у рамках програми «Метапейрон». Зокрема, деякі елементи технології інноваційних воєн були успішно експериментально застосовані ще у 1991 році, проте досі не використовуються у сучасному вітчизняному корпоративному управлінні операторами (провайдерами) телекомунікацій. Обмовимось, що станом на сьогоднішній день технологія інноваційних воєн складна і багатоаспектна, проте жодна з моделей креативного управління не є простою.

Розглянемо спочатку «інноваційну війну» як війну особливого роду. Ми вважаємо, що війну можна визначити, як спосіб насильницького вирішення суперечностей довільного походження між соціальними та економічними суб'єктами. Відповідно, безліч воєн найбільш доцільним для нашого викладу способом можна розділити на класи за критерієм домінуючого типу застосовуваного в ході бойових дій насильства (фізичне, економічне, психічне й інтелектуальне). Отже, ми одержуємо чотири основні категорії воєн: фізичні, економічні, психічні та інтелектуальні.

Загальною рисою названих широко представлених у людській історії видів воєн є та обставина, що перераховані види насильства застосовуються, головним чином, безпосередньо до особистості супротивника. У цьому контексті новим і досі мало вивченим та майже не застосовуваним видом воєн є інтелектуальні війни - війни, у яких єдино припустимим видом застосовуваного насильства є насильство над мисленням (інтелектуальне), спрямоване на доказ істинності власної інтелектуальної позиції, системи висунутих тез і, відповідно, хибності позиції супротивника, а не на дискредитацію (або придушення) інтелекту, психологічної стабільності чи інших якостей та інтересів супротивника як такого.

Історичним корінням інтелектуальних воєн ми вважаємо давньогрецькі діалоги, характерною особливістю яких була відсутність софістичних технологій і логічно некоректних вивертів, націлених на досягнення інтелектуальної перемоги незалежно від істинності тези, котра відстоюється. З певною умовністю до інтелектуальних воєн можна віднести також наукову дискусію (якщо вона націлена не на простий обмін думками, а на обов'язковий доказ правоти однієї зі сторін).

Інтелектуальні війни, у свою чергу, ми вважаємо за доцільне поділити на дві групи: репродуктивні війни та інноваційні війни. Репродуктивні війни ми визначаємо як інтелектуальні війни, спрямовані на доказ відомих, але не повною мірою доведених істин, щодо яких у різних суб'єктів мислення можуть бути діаметрально протилежні погляди. Загальнокорпоративною метою репродуктивної війни ми вважаємо упорядкування, розширення і гармонізацію існуючих знань, усунення міжособистісних протиріч між комбатантами. Відповідно, інноваційні війни коректним чином можуть бути визначені як інтелектуальні війни, спрямовані на генерацію і доведення нових істин, ідей (ідейних полей), адекватних дійсності та більш ефективних, ніж вже відомі.

При цьому загальнокорпоративна мета інноваційної війни - інтелектуальний розвиток у широкому змісті, здійснення фундаментальних проривів у невизначених, неструктурованих управлінських областях, що мають стратегічне значення. Інакше кажучи, у загальному випадку інноваційна війна - це спосіб вирішення антагоністичних гносеологічних чи аксіологічних протиріч еволюційного характеру між різними суб'єктами корпоративного управління шляхом застосування сторонами логічно коректного інтелектуального насильства (примусового доведення істинності одних тез і хибності інших).

Розглянемо тепер визначення інноваційної війни як особливої логічної системи. Визначимо, спочатку, поняття логічної системи взагалі. Ми погоджуємось з думкою В.Петросяна [6], котрий у загальному виді визначає довільну логічну систему (суб'єктивний логос) як деяке відносно адекватне, відчужене від мислячого соціального суб'єкта відбиття абсолютного об'єктивного логосу, що є, одночасно, засобом ефективного мислення та у широкому сенсі боротьби індивіда за існування. Така

інтерпретація дозволяє говорити про принципову можливість існування в одному інституціональному середовищі ієрархії взаємно субординованих логічних систем (суб'єктивних логосов), що являють собою різні якісні рівні відбиття абсолютного об'єктивного логосу, а також про абсолютну істину особливого роду - реально існуючу, хоча й непізнану абсолютну логічну істину.

Більше того, стає можливим логічно коректно міркувати про ступені істинності (відповідності абсолютному об'єктивному логосу) і гносеологічної ефективності порівнюваних між собою логічних систем.

Для адекватного визначення інноваційної війни як логічної системи нового покоління нам необхідно зробити ще одне зауваження. Ще за часів античності зародилося жорстке протиставлення логічних систем двох типів, які ми умовно назовемо діалогічними та монологічними. Діалогічні логічні системи призначалися для організації колективного мислення двох суб'єктів (діалогу), а монологічні - для підвищення продуктивності односуб'єктного мислення (монологу).

Наведені вище міркування дають нам можливість досить точно, хоча і попередньо, визначити інноваційну війну як синтетичну логічну систему, креативну технологію нового типу, котра поєднує в собі властивості формальної логіки, монологіки, діалектики та діалогіки. Принагідно зауважимо, що детермінуючою креативною особливістю інноваційної війни як логічної технології нового покоління є її відкритість, адже вона розрахована на необмежену кількість учасників антагоністичної інтелектуальної комунікації.

Саме тому інноваційна війна, розглянута нами як особлива багатополярна логічна система, нова креативна технологія впорядкованого масового мислення, котра дозволяє строго встановлювати порівняльну істинність і цінність тих або інших діаметрально протилежних ідеальних конструкцій, В.Петросяном [6] була названа «полілектикою», тому процес багатополісної антагоністичної інтелектуальної комунікації, який і утворює зміст інноваційної війни ми пропонуємо називати «поліалогом». Підсумовуючи сказане, відзначимо, що, хоча ми підходили до визначення інноваційної війни із двох різних сторін, підсумкові конструкції семантично досить близькі між собою і є комплементарними.

Виділимо тепер системоутворюючі креативні ознаки поліалогу:

- наявність багатополісного інтелектуального антагонізму серед потенційних комбатантів;
- наявність принаймні однієї нової ідеальної конструкції довільної природи, що претендує на більшу істинність і/або ефективність у порівнянні з уже відомими;
- наявність спеціального логічного інструментарію, що дозволяє гарантовано здійснити акт інтелектуального насильства;
- наявність спеціальних інститутів та інструментів, що дозволяють повністю блокувати застосування несумлінних логічних і психологічних вивертів, спрямованих на досягнення перемоги будь-якою ціною.

Визначивши такі ознаки, запропонуємо механізм реалізації поліалогу для сфери телекомунікацій.

Дослідивши існуючі понятійні апарати та методологічні підходи, ми дійшли висновку про те, що оптимальною ідейною та методологічною основою для опису і запуску поліалогу є ідеологія, термінологія та технологія, сформовані за кілька тисячоріч використання військової стратегії. Формування ефективного механізму поліалогу у сфері телекомунікацій стало цілком здійсненим завданням для нас після усвідомлення того, що предметну область довільної науки або комплексу наук, адекватно відображену у кваліфіковано підготовленому віртуальному інформаційному просторі мережі Інтернет, можна і доцільно описувати та оцінювати з погляду

потенційної уразливості ідей для логічної та онтологічної критики, а також з погляду порівняльних інноваційно - військових характеристик комбатантів.

Обмовимось, що ключові поняття та нормативно - правові інструментами, які визначають механізм управління інноваційною війною у будь-якій галузі наведено у працях [1; 3; 5]. Важливою креативною особливістю організаційно-економічного механізму поліалогу у сфері телекомунікацій є наявність низки нових корпоративних управлінських інститутів і підсистем, які ніколи раніше не використовувалися у практиці наукової полеміки. Мова йде про інноваційний арбітраж - високоспеціалізовані мережі логічного, семантичного та онтологічного контролю, покликані виявляти та усувати спроби софістичної аргументації, що гарантує новизну, патентну чистоту і якість пропонуваніх у даному поліалозі ідей і проєктів.

Наш методичний підхід спирається на логічно-структурну схему проведення експериментального поліалогу у сфері телекомунікацій, яка, на нашу думку, може виглядати у такий спосіб (рис. 1). Зауважимо, що у цій схемі ми застосовуємо загальнозживані та специфічні скорочення, серед яких:

- ЗПО - загальні проєкти оптимізації;
- ПП – інноваційні проєкти для підтримки загальних проєктів оптимізації;
- БО – бойові операції за схемою «теза – критика – спростування критики».

Тепер вважаємо за потрібно детальніше розглянути сутність кожного етапу проведення поліалогу. Підготовчий етап містить у собі такі основні складові:

- створення оператором телекомунікацій корпоративного оргкомітету з підготовки інноваційної війни;
- розробка її програми та блоків організаційно-нормативної документації;
- розробка середовища, у якому будуть проходити «бойові дії»;
- формування органів забезпечення та управлінського апарату;
- відбір та інструктаж потенційних учасників про умови участі у поліалозі та його правила.

На етапі первинної оптимізації ми вважаємо за доцільне виконати такі дії:

- добір і первинна порівняльна експертиза розроблених учасниками загальних проєктів оптимізації корпоративної стратегії розвитку оператора телекомунікацій, виконаних у єдиній структурі та за єдиними формальними стандартами;

- відбір та первинна порівняльна експертиза розроблених учасниками приватних інноваційних проєктів 2-5 рівнів спільності (ділових та функціональних стратегій розвитку), спрямованих на підтримку проєктів 1 рівня (корпоративної стратегії) оператора (провайдера) телекомунікацій;

- реєстрація та патентування проєктів, що претендують на статус інновацій;

- проведення комбатантами системи попередніх «бойових операцій» у мережі Інтернет, що мають метою зміцнення власних наукових позицій і ослаблення позицій супротивників у режимі «теза - критика - спростування критики» із заздалегідь обумовленою кількістю ітерацій (до 10);

- підведення підсумків етапу.

Останній етап, названий нами етапом кінцевої оптимізації, передбачає:

- уточнення комбатантами вихідних позицій, виявлення й подання ними в явному виді точок непримиренних розбіжностей, розробка та заповнення підсумкової анкети з контрадикторними альтернативами з найбільш істотних питань;

- проведення багатоітераційного «генерального бою», спрямованого на визначення порівняльної істинності та ефективності найбільш сильних інноваційних проєктів, котрі претендують на остаточну перемогу в інноваційній війні;

- здійснення підсумкових експертиз, анкетних опитувань учасників поліалогу та спостерігачів, нарахування підсумкової суми оціночних балів, набраних комбатантами;

- підбиття підсумків та узагальнення досвіду експериментального поліалогу.

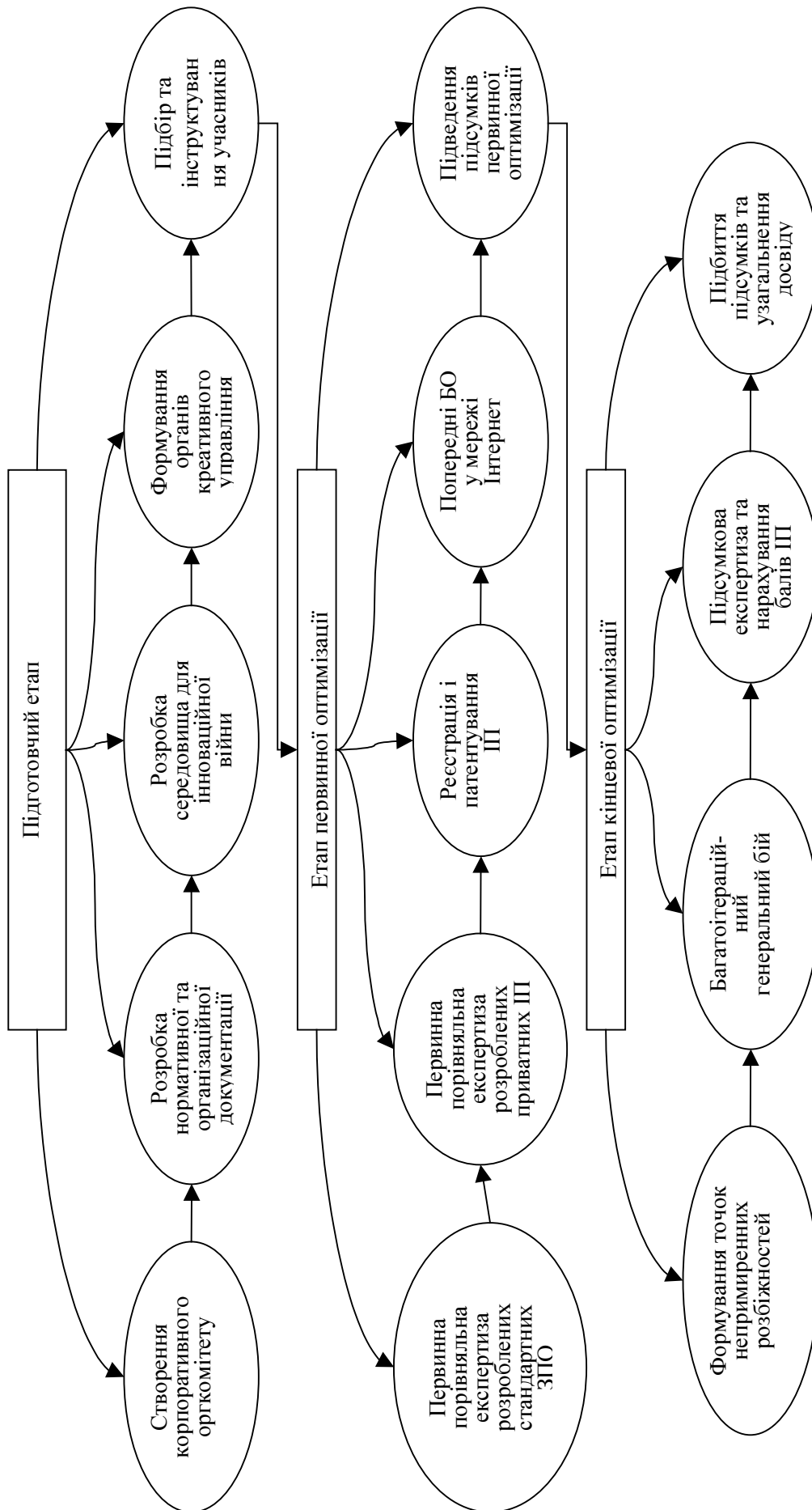


Рисунок 1 - Логічно-структурна схема проведення поліалогу у сфері телекомунікацій

Висновки і перспективи подальших розробок. Запропонований авторський підхід до здійснення поліалогу у сфері телекомунікацій, незважаючи на його технологічну складність, у край гнучкий і легко модифікується залежно від ступеня корпоративної самоорганізації та невизначеності предметної області, глибини інтелектуального антагонізму між учасниками, кількості точок інтелектуального протистояння, обсягу фінансування та інших чинників. Випереджаючи наших критиків, зауважимо, що навіть найбільш технологічно прості та дешеві варіанти організації поліалогу набагато дорожче проведення симпозіумів, конференцій та інших докреативних форм наукової комунікації, однак потенційні наукові та загальносоціальні ефекти описуваної технології настільки потужні, що можуть прискорити розвиток стратегічно важливих наукових дисциплін та соціальної еволюції в цілому на сотні років, а це не має адекватного фінансового вираження.

Список літератури

1. Ханс Й. Креативность действия: [монографія] / Й.Ханс // пер. с нем. – СПб.: Алетея, 2005. – 320 с.
2. Хомутский Д. Управление идеями: как организовать процесс / Д.Хомутский // Управление компанией. – 2005. - №8. – С.27 – 35.
3. Патюрель Р. Создание сетевых организационных структур / Р.Патюрель // Проблемы теории и практики управления. – 1997. - №3. – С.117 – 124.
4. Тарасов В. Виртуальное предприятие как эффективная форма организации внешнеэкономической деятельности / В.Тарасов // Проблемы теории и практики управления. – 2003. - №3. - С.27 – 31.
5. Корпоративне управління організаційним розвитком: креативні засади: [монографія] / О.С.Редькін, Я.П.Квач, К.С.Шапошников; Одес. ін-т. фінансів. – Ізмаїл: СМІЛ, 2008. – 27 с.
6. Петросян В. Механізм інноваційної війни / В.Петросян // Креакратія. – Київ: Креон, 2007. – С. 114-117.

К.Шапошников

Полиалог в сфере телекоммуникаций: социально-экономическая сущность и особенности проведения

В статье определена социально-экономическая сущность полиалога как особого механизма организации корпоративного гносеологического процесса, приведены системообразующие креативные признаки полиалога, предложена логично-структурная схема проведения полиалога в сфере телекоммуникаций.

K. Shaposhnykov

The social and economy nature and characteristics of polialoga in telecommunication sphere

In article was determined social and economy nature of the polialoga as a special mechanism of organizing corporate cognitive proces. The article presents the system-creative signs of polialoga, offered logical-block diagram of polialoga in telecommunication sphere.

Одержано 23.11.09