

СТРАТЕГИЧЕСКИ ДИСКУРС НА ОРГАНИЗАЦИОННАТА ПРОМЯНА

Доц. д-р Даниела Димитрова Попова,

ВСУ „Черноризец Храбър“

E-mail: popovadaniela@hotmail.com

***Резюме:** Стратегическият дискурс на организационната промяна поставя акценти върху стратегически области за развитие на бизнеса и комуникационните умения да се формулират мисия и цели в съзвучие със средата и културата на организацията. Цел на доклада е да представи авторската дефиниция за понятието „стратегически дискурс“ и да изведе някои проблемни направления на организационната промяна.*

***Ключови думи:** стратегически дискурс, организационна промяна, бизнес*

STRATEGIC DISCOURSE OF THE ORGANIZATIONAL CHANGE

Assoc. Prof. Daniela Popova, PhD

Varna Free University

E-mail: popovadaniela@hotmail.com

***Resume:** The strategic discourse of the organizational change emphasizes strategic areas for business development and the communication skills to formulate mission and goals in harmony with the environment and culture of the organization. The aim of the paper is to present the author's definition of the concept of "strategic discourse" and to point out some problematic areas of the organizational change.*

***Key words:** strategic discourse, organizational change, business*

Въведение

Извеждането на стратегически дискурс формално акцентира върху послания за идейни намерения, споделени в конкретен контекст и при различни ориентации (индивидуализъм/колективизъм; дистанция от властта; избягване на несигурността и др.) към средата, в която се инвестират времеви ресурс и други активи, необходими за убеждаване или принуда при осъществяване на процеси на организационна промяна. Професионалният наратив в голяма степен обосновава предпочитанията, залегнали в стратегическия дискурс, като изгодни за всички, а не само като базови за съществуването на организирана общност. В периоди на кризи стратегическият дискурс внася яснота във визията и перспективата на развитие като често се представя за комуникиране на балансирана позиция на интереси, изградена на базата на съществуваща корпоративна култура и стратегия в изпълнение на мисията на бизнеса. В литературата като синоними се използват понятията „организационен дискурс“ (Hardy, C., et.al., 2005¹; Marshak R. J. & D. Grant, 2008²; Phillips, N. & C. Oswick, 2012³; Shukla, S. & S. Shukla, 2020⁴; Angel, A., 2022⁵ и др.) и „стратегически дискурс“ (Shapiro, M. J.,

¹ Hardy, C., T. Lawrence & D. Grant. (2005). Discourse and Collaboration: The Role of Conversations and Collective Identity. *Academy of Management Review*. Vol. 30 (1): pp. 58-77

² Marshak R. J. & D. Grant. (2008). Organizational Discourse and New Organization Development Practices. *British Journal of Management*, Vol. 19, S7-S19

³ Phillips, N., C. Oswick. (2012). Organizational Discourse: Domains, Debates, and Directions. *Academy of Management Annals*, Vol. 6 (1), pp. 435-481. doi: 10.1080/19416520.2012.681558

⁴ Shukla, S. & S. Shukla. (2020). Organizational discourse and dysfunctional leadership. *The Psychologist-Manager Journal*, Vol. 23(1), pp. 1-11

⁵ Angel, A. (2022). The Struggles for Organizational Discursive Hegemony on the Sustainability of Fracking in Colombia. *Southern Communication Journal*, Vol. 87 (1), pp. 1-14

1990⁶; Kruse, B., 2011⁷; Harwood, V. & N. Murray, 2019⁸ и др.). За целите на настоящото изложение се прави разграничение между организационен дискурс и стратегически такъв. Първият се възприема като организационен актив, специфично знание за структурирането на процеси и за йерархията, формално следващ в голяма степен нормативно заложен изисквания. Стратегическият дискурс е по-широкото понятие, което включва:

- разгръщането на реалността като постигнати резултати и проекции за бъдещето;

- лидерството като специфичен ресурс на комуникацията – *като поведенческа черта*: „Развитието на лидера е свързано със системно идентифициране на влияещи върху поведението му и това на организацията фактори, съответстващото на това развитие на усвоени вече качества, или придобиването на нови знания и умения, които осигуряват оптимално изпълнение на поставените цели.“ (Nikolaeva, V., 2021, стр.149⁹), *като ролеви модел* (Nikolaeva, V., 2021, стр.150-153¹⁰), *като същностна характеристика на властимащия* (Nikolaeva, V., 2019¹¹; Nikolaeva, V., 2020¹²), *като размисли*

⁶ Shapiro, M. J. (1990). Strategic Discourse/Discursive Strategy: The Representation of “Security Policy” in the Video Age. *International Studies Quarterly*, Vol. 34 (3), pp. 327–340

⁷ Kruse, B. (2011). *Strategic Discourse: Actors - Issues – Arenas*. Logos Verlag Berlin GmbH

⁸ Harwood, V. & N. Murray. (2019). Strategic discourse production and parent involvement: including parent knowledge and practices in the Lead My Learning campaign. *International Journal of Inclusive Education*, Vol. 23 (4), pp. 353-368

⁹ Nikolaeva, V. (2021). THE LEADER AS AN ENGINE OF CHANGE - TRENDS AND CHALLENGES. XIX INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “MANAGEMENT AND ENGINEERING’21“, pp.143-149

¹⁰ Nikolaeva, V. (2021). STRATEGIC DIMENSIONS OF LEADERSHIP BEHAVIOR. XIX INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “MANAGEMENT AND ENGINEERING’21“, pp. 150-158

¹¹ Nikolaeva, V. (2019). Strategic Leadership of the Business Organization and the Role of the Manager-Leader. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 8(1), pp.118-128.

¹² Nikolaeva, V. (2020). Leadership, Coaching and Emotional Intelligence of the Leader - Possible Relations, Dissonances and Realizations. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 9(1), pp.137-146

какво е да си успял човек (Ямукова, П., 2016, стр.28¹³), като съвременно разбиране за „администрация от нов тип“ (Ямукова, П., 2021, стр.7¹⁴), като промяна на мисленето относно фундаментални иновации и трансформации (Танкова, Е., 2022¹⁵), като възприятие за реалността: „Известен философски факт е, че възприятията за действителността още не са самата действителност и може да не отразяват тази действителност такава, каквата е. Нещо повече, формирането и насочването на тези възприятия от заинтересовани лица и групи е ключов инструмент в отношенията на власт. Самата философия възниква като инструмент за разобличаване на неистинността на човешките възприятия и показване как зад нашите представи за нещата се крие нещо съвсем различно.“ (Проданов, В., 2015, стр.43¹⁶) и др.;

- визионерството и философията за правенето на бизнес и др.

Стратегическият дискурс на организационната промяна представлява възможността да се дефинира обхвата на търсените иновативни решения в условия на нарастваща необходимост да се реагира на средата. Очаква се бизнесът да инвестира в обучение за съвременните тенденции на развитие,

¹³ Ямукова, П. (2016). ЗАЩО НАУКАТА Е ИНСТРУМЕНТ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ ПОСОКАТА НА РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕЧЕСТВОТО? Известия на Съюза на учените – Варна, кн.1, стр.24-28

¹⁴ Ямукова, П. (2021). ОПТИМИЗИРАНЕТО НА ОРГАНИЗАЦИОННИТЕ СТРУКТУРИ В ОБЩИНСКАТА АДМИНИСТРАЦИЯ - ПРЕДПОСТАВКА ЗА РЕФОРМИРАНЕ НА ПУБЛИЧНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ. Електронен журнал на ВСУ, бр.16, Достъпно на: https://ejournal.vfu.bg/pdfs/P_Y_adm_reforma_21.pdf, 05.07.2022

¹⁵ Танкова, Е. (2022). УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЕНИТЕ В ПРОЦЕСА НА ПРЕХОД КЪМ КРЪГОВА ИКОНОМИКА. Електронен журнал на ВСУ, бр.17, Достъпно на: <http://bitly.ws/sCcb>, 05.07.2022

¹⁶ Проданов, В. (2015). Конструирание и гарантиране на сигурността от позицията на социалната философия. Сборник „Култура на мира. Културата на мира и сътрудничеството като средство за гарантиране на социалната сигурност в Русия и Европа“. ИНСТИТУТ ПО ФИЛОСОФИЯ КЪМ РУСКАТА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ и МЕЖДУНАРОДНА АСОЦИАЦИЯ НА КОНФЛИКТОЛОЗИТЕ, Изд. къща „Дума“, достъпно на: <https://www.academia.edu/37000552>, 04.07.2022

като следва ръководството му да е подготвено в споделянето на стратегическия си дискурс относно проблемите, предизвикателствата и перспективите. Успоредно с изграждането на комуникационна стратегия, бизнесът следва активно да намали административната тежест като фактор за своя успех, а това би могло да се поощри с примери на обучаващи организации да разгръщат възможности като засилване на любознателност, изследване и участие в проектни предложения, подготовка за изграждане на собствена философия за хармония и благоденствие в глобалната среда.

Проблемни направления на организационната промяна

Колкото и неотложна да изглежда, организационната промяна изисква време от социална гледна точка. Информационните потоци, с които се обезпечават процесите и системите за вземане на мениджърски решения, са все по-често нерелевантни на приоритетите при структурни и йерархични промени, произтичащи като необходимост от средата. При натрупването на кризи (здравна, социална, икономическа, политическа, глобална – на доверието, на възприятията за света и др.) на мениджъра се налага да изведе по-дългосрочен хоризонт за развитие като, обаче, съблюдава темповете на живота и движението, защото технологично всичко може да изглежда бързо постижимо, но прагматичният подход към хората подсказва друга алтернатива за размисъл, а оттам и стратегическият дискурс следва друга логика.

Проблемите, които възникват в следствие на организационната промяна, произтичат от:

- динамичността на средата, характеризираща се с висока степен на неопределеност, медийни манипулации, рискове при позиционирането,

промотирането и презентирането на новите бизнеси възможности и пазарни ниши;

- скъпоструващите иновации, които трудно се поддържат на ниво във времето;

- липсата на мотивация за промяна, предхождаща необходимостта от трансформации, бързи реакции и неотложност за разходване на допълнителни ресурси;

- невъзможността да се поддържа диалогичност в обществената среда, за да се разчита на предсказуемост;

- неумението да се използва стратегически дискурс при убеждаване на заинтересованите страни да променят емоционалната си интелигентност, възприятията си за света и своето място в него, мисленето си в различни перспективи за развитие;

- комуникационната култура и нивото на доверие/недоверие при споделянето на конкурентни предимства с голяма степен на откритост на бизнес намеренията;

- лидерството, което извежда приоритети и прилага инструментариум за постигане на цели, срещу които съществува видима съпротива;

- несъгласуваността на етични практики, ценностни и културни модели, водеща до противоречия и конфликти вместо до синергия в управлението на различията за осъществяването на промяната;

- недостатъчната кадрова обезпеченост, която създава дефицити в квалификационната структура на заетите в бизнеса и възможности за осъществяване на прагматични подходи в следствие на натрупан емпиричен опит от хората в организацията;

- административната тежест при спазване на задължителните изисквания и нормативната база за функционирането на бизнеса, придружена със сътресения на пазара на структуроопределящи отрасли;

- натиска на глобалната конкуренция и на преразпределението на пазарни ниши в следствие на развитието на технологиите, иновациите и търсенето на стоки;

- засилваща се роля на социалните мрежи и необходимостта от брендиране, позициониране, съдържателен маркетинг и онлайн присъствие на бизнеса с тенденция да стане преобладаващо;

- ирационалните страхове на хората, че завинаги се отменят традиционни взаимоотношения в полза на нов тип комуникация и съвместяване на роли във все по-нарастваща несигурност на средата;

- репутационните рискове, свързани с неумението да се управляват кризи и др.

Вместо заключение

Стратегическият дискурс на организационната промяна до голяма степен проектира развитието на един бизнес в дългосрочна перспектива. Пример за успешно прилагане на този подход е Джеф Безос¹⁷, който управлява своята компания Amazon.com с годишни писма до акционерите от 1997 година до наши дни. Осмислянето на посланията при представяне на стратегическия дискурс на мениджърите извежда намирането на възможни решения в среда с висока степен на непредсказуемост и проблеми, създава

¹⁷ *Безос, Дж. (2021). КЛИЕТЪТ Е ЦАРЯТ, А АЗ СЪМ СЛУГАТА. ИЗБРАНИ ПИСМА, ИЗКАЗВАНИЯ И ИНТЕРВЮТА. ИК „БАРД“ ООД*

психологическа реалност и емоционална интелигентност в някакви рамки, което осигурява относително спокойствие и сигурност за бъдещето.

Използвана литература

1. *Безос, Дж. (2021).* КЛИЕТЪТ Е ЦАРЯТ, А АЗ СЪМ СЛУГАТА. ИЗБРАНИ ПИСМА, ИЗКАЗВАНИЯ И ИНТЕРВЮТА. ИК „БАРД“ ООД
2. *Проданов, В. (2015).* Конструирание и гарантиране на сигурността от позицията на социалната философия. Сборник „Култура на мира. Културата на мира и сътрудничеството като средство за гарантиране на социалната сигурност в Русия и Европа“. ИНСТИТУТ ПО ФИЛОСОФИЯ КЪМ РУСКАТА АКАДЕМИЯ НА НАУКИТЕ и МЕЖДУНАРОДНА АСОЦИАЦИЯ НА КОНФЛИКТОЛОЗИТЕ, Изд. къща „Дума“, достъпно на: <https://www.academia.edu/37000552>, 04.07.2022
3. *Танкова, Е. (2022).* УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЕНИТЕ В ПРОЦЕСА НА ПРЕХОД КЪМ КРЪГОВА ИКОНОМИКА. Електронен журнал на ВСУ, бр.17, Достъпно на: <http://bitly.ws/sCcb>, 05.07.2022
4. *Ямукова, П. (2016).* ЗАЩО НАУКАТА Е ИНСТРУМЕНТ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ ПОСОКАТА НА РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕЧЕСТВОТО? Известия на Съюза на учените – Варна, кн.1, стр.24-28
5. *Ямукова, П. (2021).* ОПТИМИЗИРАНЕТО НА ОРГАНИЗАЦИОННИТЕ СТРУКТУРИ В ОБЩИНСКАТА АДМИНИСТРАЦИЯ - ПРЕДПОСТАВКА ЗА РЕФОРМИРАНЕ НА ПУБЛИЧНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ. Електронен журнал на ВСУ, бр.16, Достъпно на: https://ejournal.vfu.bg/pdfs/P_Y_adm_reforma_21.pdf, 05.07.2022

6. *Angel, A. (2022). The Struggles for Organizational Discursive Hegemony on the Sustainability of Fracking in Colombia. Southern Communication Journal, Vol. 87 (1), pp. 1-14*
7. *Hardy, C., T. Lawrence & D. Grant. (2005). Discourse and Collaboration: The Role of Conversations and Collective Identity. Academy of Management Review. Vol. 30 (1): pp. 58-77*
8. *Harwood, V. & N. Murray. (2019). Strategic discourse production and parent involvement: including parent knowledge and practices in the Lead My Learning campaign. International Journal of Inclusive Education, Vol. 23 (4), pp. 353-368*
9. *Kruse, B. (2011). Strategic Discourse: Actors - Issues – Arenas. Logos Verlag Berlin GmbH*
10. *Marshak R. J. & D. Grant. (2008). Organizational Discourse and New Organization Development Practices. British Journal of Management, Vol. 19, S7–S19*
11. *Phillips, N., C. Oswick. (2012). Organizational Discourse: Domains, Debates, and Directions. Academy of Management Annals, Vol. 6 (1), pp. 435-481. doi: 10.1080/19416520.2012.681558*
12. *Shapiro, M. J. (1990). Strategic Discourse/Discursive Strategy: The Representation of “Security Policy” in the Video Age. International Studies Quarterly, Vol. 34 (3), pp. 327–340*
13. *Shukla, S. & S. Shukla. (2020). Organizational discourse and dysfunctional leadership. The Psychologist-Manager Journal, Vol. 23(1), pp. 1–11*
14. *Nikolaeva, V. (2021). THE LEADER AS AN ENGINE OF CHANGE - TRENDS AND CHALLENGES. XIX INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “MANAGEMENT AND ENGINEERING’21“, pp.143-149*

15. *Nikolaeva, V. (2021)*. STRATEGIC DIMENSIONS OF LEADERSHIP BEHAVIOR. XIX INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE “MANAGEMENT AND ENGINEERING’21“, pp. 150-158
16. *Nikolaeva, V. (2019)*. Strategic Leadership of the Business Organization and the Role of the Manager-Leader. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 8(1), pp.118-128
17. *Nikolaeva, V. (2020)*. Leadership, Coaching and Emotional Intelligence of the Leader - Possible Relations, Dissonances and Realizations. *Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series*, 9(1), pp.137-146