

УДК 005.32/167+001.8

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/71-3-16>**Павло ХРАПКО,***orcid.org/0000-0002-2468-1838*

кандидат філософських наук,

старший викладач кафедри філософії та культурології

Національного університету водного господарства та природокористування

(Рівне, Україна) *khrapko\_m23@niwmt.edu.ua***Наталія ЗОЩУК,***orcid.org/0000-0003-3910-9364*

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри іноземних мов

Національного університету водного господарства та природокористування

(Рівне, Україна) *n.v.zoshchuk@niwmt.edu.ua***Оксана КЛЮХА,***orcid.org/0000-0002-4607-4465*

кандидат технічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту

Національного університету водного господарства та природокористування

(Рівне, Україна) *o.o.kluha@niwmt.edu.ua*

## «ПОВЕДІНКОВИЙ ПІДХІД» В УПРАВЛІННІ, АНАЛІЗІ ТА ПРОЕКТУВАННІ ОРГАНІЗАЦІЙ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І МЕТОДОЛОГІЇ

Загальна мета роботи полягає в аналізі Поведінкового підходу, як одного з найефективніших сучасних методів вивчення організації. Досягнення поставленої мети передбачає розкриття змісту базових понять вказаного підходу, встановлення логічних взаємозв'язків між ними та розгляд головних методологічних стратегій. В дослідженні було використано аналітичний та компаративний методи. За допомогою першого проведено визначення основних концептів та понять, а також, дефініцію контенту методологічного інструментарію нового підходу. Другий використано у процесі порівняльного співставлення понять та концептів і встановленні смислових взаємозв'язків між ними. Показано, що «організаційна семіотика» є новим сучасним міждисциплінарним методом вивчення організації на етапі інформаційного суспільства. В межах цього методу організація розуміється як складна інформаційна структура конституїована діяльністю різноманітних комунікаторів. Виявлено як причини появи організаційної семіотики так і її різновиди. Одним з найефективніших методологічних варіантів організаційної семіотики є Поведінковий підхід. Його концептуальна основа складається з таких понять як «семіотична драбина», «Інформаційне поле», «Умвельт» та «афорданс» між якими існують тісні смислові взаємозв'язки. Вказані поняття дають змогу зрозуміти функціонування організації як особливий семіотичний простір, який твориться за допомогою поведінкових патернів та соціальних норм. Їхнє використання дає змогу соціальним агентам вступати в комунікативні зв'язки, продукувати та змінювати знання, формальні та неформальні норми співжиття. Визначено методології поведінкового підходу. Проаналізовано головні з них, а саме – семантичний та нормативний. Розкрито фази їхнього розгортання. Наукова новизна роботи полягає у введених в український науковий дискурс про управління та організацію нових напрямів, методів та підходів.

**Ключові слова:** теорія організації, семіотика, менеджмент, моделювання, методологія, поведінковий підхід.

**Pavlo KHRAPKO,**

*orcid.org/0000-0002-2468-1838*

*Candidate of Philosophical Science,*

*Senior Lecturer at the Department of Philosophy and Cultural Studies*

*National University of Water and Environmental Engineering*

*(Rivne, Ukraine) khrapko\_m23@nuwm.edu.ua*

**Natalia ZOSHCHUK,**

*orcid.org/0000-0003-3910-9364*

*Candidate of Philological Sciences,*

*Associate Professor at the Department of Foreign Languages*

*National University of Water and Environmental Engineering*

*(Rivne, Ukraine) n.v.zoshchuk@nuwm.edu.ua*

**Oksana KLIUKHA,**

*orcid.org/0000-0002-4607-4465*

*Candidate of Technical Sciences,*

*Associate Professor at the Department of Management*

*National University of Water and Environmental Engineering*

*(Rivne, Ukraine) o.o.kluha@nuwm.edu.ua*

## **“BEHAVIORAL-ORIENTED APPROACH” IN MANAGEMENT, ANALYSIS AND DESIGN OF ORGANISATIONS: BASIC CONCEPTS AND METHODOLOGY**

*The general purpose of the work is to analyze the Behavioral Approach as one of the most effective modern methods of studying the organization. Achieving the set goal involves revealing the content of the basic concepts of the specified approach, establishing logical relationships between them, and considering the main methodological strategies. Analytical and comparative methods were used in the research. With the help of the first, the definition of the main concepts and concepts, as well as the definition of the content of the methodological toolkit of the new approach, was carried out. The second was used in the process of comparative comparison of concepts and establishing semantic relationships between them. It is shown that “organizational semiotics” is a new modern interdisciplinary method of studying organizations at the stage of the information society. Within this method, the organization is understood as a complex information structure constituted by the activities of various communicators. Both the reasons for the emergence of organizational semiotics and its varieties are revealed. One of the most effective methodological options of organizational semiotics is the Behavioral approach. Its conceptual basis consists of such concepts as “semiotic ladder”, “Information field”, “Umwelt” and “affordance”, between which there are close semantic relationships. These concepts make it possible to understand the functioning of the organization as a special semiotic space, which is created with the help of behavioral patterns and social norms. Their use enables social agents to enter into communicative relations, produce and change knowledge, formal and informal norms of coexistence. The methodology of the behavioral approach is defined. The main ones are analyzed, namely, semantic and normative. The phases of their deployment are revealed. The scientific novelty of the work consists in the introduction of new directions, methods and approaches into the Ukrainian scientific discourse on management and organization.*

**Key words:** *organization theory, semiotics, management, modeling, methodology, behavioral-oriented approach.*

**Постановка проблеми.** Одним з найважливіших завдань, що стоять перед сучасною теорією управління є розкриття особливостей діяльності організації на теперішньому постіндустріальному етапі існування розвинутих суспільств. Очевидно, що поява модерних інформаційних технологій, нового програмного забезпечення та стрімке зростання інформації, досить кардинально змінили не лише характер функціонування організацій економіки, чи суспільство в цілому, а й наше уявлення про світ та самих себе.

**Аналіз досліджень.** Вирішення такого типу проблем потребує нових методів та підходів. Одним з таких новітніх методів і є

метод, що отримав назву «Організаційна семіотика» (*Organizational semiotics*). Виникнувши на початку 70-рр. ХХ ст. (Stamper, 1973) найбільш продуктивно свої можливості цей метод розвинув в кінці 90-х рр. та на початку 2000-х. Саме в цей час починають з'являтися різноманітні огляди теоретичного характеру (Jorna, 2009), (Gazendam, 2004), (Pietarinen, 2010), (Stamper, 2001) проводяться конференції (Монреаль 2002, Дубровнік 2009, Барселона 2012), круглі столи (Ліон 2004), воркшопи (Делфт 2002, Редінг 2003), окрім того стрімко збільшується кількість робіт практичного характеру з безпосереднім застосуванням нової методології (Senyo, 2016),

(Senyo, 2018), (Rambo, 2011), (Liu, 2000). На сьогодні цей метод є одним з найперспективніших у вивченні діяльності організаційних структур різного типу.

**Мета статті.** Головним завданнями нашої роботи є розкриття змісту базових понять, встановлення логічних взаємозв'язків між ними та аналіз головних дослідницьких методологій поведінкового підходу (*behavior-oriented approaches*) – одного з найефективніших підходів «організаційної семіотики». Як і інші різновиди «організаційної семіотики» цей її варіант на теоретичному та концептуальному рівні є досить міждисциплінарним. Навіть первинний аналіз розкриє, що у якості його конститутивних елементів виступають складові з філософії, семіотики, когнітивної психології, соціології, економіки, теорії управління та інформатики. Безперечно, все це значно ускладнює не лише саме розуміння поведінкового різновиду «організаційної семіотики», а й його застосування у практичних дослідженнях. В свою чергу вирішення першого з поставлених завдань дозволить наблизитися до другого – ввести проблематику «організаційної семіотики», і поведінкового варіанту зокрема, в український сциєнтичний простір, оскільки наразі можемо констатувати великий дефіцит робіт з цієї проблематики в межах вітчизняного наукового дискурсу про управління та організацію.

**«Організаційна семіотика»: визначення, причини появи та підходи.**

Згідно з визначенням «організаційна семіотика намагається зрозуміти організації (фірми, інституції та компанії) в термінах використання та інтерпретації всіх видів знакових систем, знакових артефактів та комунікації, використовуючи, в якості наукових дисциплін (когнітивну) психологію, соціологію, економіку, управлінські студії, комп'ютерні науки та інформаційні системи» (Jorna, 2009: 311).

Наведене визначення вже дає нам три важливих складових необхідних для розуміння нового методу. По-перше, вказує на досить широку сферу його застосування, яка потенційно може охоплювати майже всі існуючі організації. По-друге, дещо тавтологічно, вказує на те, що головними базовими термінами підходу є знаки та знакові системи. Проте, як буде видно з подальшого викладу, цим методологічна складова «оргсеміотики», далеко не обмежується. Нарешті заключна частина визначення вказує на міждисциплінарний характер методу та ще більше розширює кількість дисциплін на які він опирається.

Сама поява організаційної семіотики була спричинена факторами різного характеру. З певною мірою умовності всі вони можуть бути поділені на дві групи: глобальні та локальні. До перших слід віднести подію інформаційної революції та переоцінку ролі інформації в сучасному світі, появу та стрімкий розвиток нового програмного забезпечення і всі ті проблеми, що з'явилися внаслідок його впровадження та використання.

Серед чинників локального характеру виокремимо наступні: а) неспроможність інших підходів проаналізувати особливості функціонування інформації в межах організації. Досить часто основну увагу звертають передусім на впровадження нового програмного забезпечення, ігноруючи проблеми його взаємодії з користувачами. На думку К. Лю одним з важливих наслідків такої диспропорції стала низька економічна віддача ІТ в різного роду організаціях і особливо комерційного характеру (Liu, 2000: 2-6);

б) недостатній рівень наукового обґрунтування методів пов'язаних з розробкою програмного забезпечення, які використовуються при вивченні та моделюванні інформаційних. Методи такого роду не можуть вважатися прийнятними для вирішення багатьох проблем спричинених швидким зростанням глобальних комунікацій, їхнім впливом на бізнес, управління, економіку та політику.

Проте, вирішити проблеми такого роду можливо за допомогою залучення семіотики. Саме використання науки про знакові системи допоможе досягнути рівня деталізації потрібного для вивчення, моделювання, конструювання організаційних та технічних систем, встановлення відношень в рамках таких бінарних опозицій як: індивідуальне-соціальне, людина-техніка, взаємозв'язки, що мають місце або в межах самої організації, або між організаціями. Іншими словами, організаційна семіотика це метод який дозволяє розглядати будь-яку організацію як складну соціальну семіотичну, інформаційну систему рівноцінними складовими якої є як програмне забезпечення так і комунікативні взаємозв'язки, що виникають в різних напрямках.

Класифікація підходів організаційної семіотики пов'язана з розумінням змін, які відбуваються в організаціях. Різноманіття відповідей на це питання обумовило виокремлення таких варіантів організаційної семіотики як: системно-орієнтований підхід, поведінково-орієнтований підхід та підхід орієнтований на знання. Найбільш ґрунтовно з вказаних підходів розроблено поведінково-орієнтований підхід тісно пов'язаний з самим засновником організаційної семіотики Р. Стемпером.

### **Базові поняття поведінкового підходу: дефініції та логічні взаємозв'язки.**

Основними концептами та поняттями на яких Р. Стемпер вибудовує свій поведінковий підхід є: поняття «семіотичної драбини» (*semiotics ladder*), інформаційного поля (*information field*), поняття «Умвельту» (*Umwelt*) та «аффордансу» (*affordance*).

Цілком можна стверджувати, що ідея «семіотичної драбини» була своєрідним початком формування «організаційної семіотики», оскільки саме тут в імпліцитному стані містилися її основні програмні положення. За словами самого науковця поява цього концепту тісно пов'язана з кризою у визначенні того, що ж таке інформація. Тогочасні підходи (кінець 60-х поч. 70-х рр. XX ст.) здебільшого базувалися на досить невизначених та нечітких термінах і по своїй природі були досить суб'єктивними. Потрібно було замінити їх на щось більш об'єктивне, практичне та таке, що піддається емпіричній фіксації і перевірці. (Stamper, 2001: 6). Початком такої переорієнтації могло стати використання остенсивного визначення інформації. Остенсивне визначення це один з варіантів непрямого визначення, в процесі якого активно використовуються наочні приклади. Здебільшого воно використовується тоді коли досить складно зробити дефініцію через рід та видову ознаку, але можливо надати певні наочні варіанти прикладів поняття.

На роль такого наочного прикладу в сфері інформації найкраще може претендувати феномен знаку. Знаки можуть бути сприйнятими, зафіксованими, продемонстрованими, обробленими та впорядкованими. За їхнього посередництва можливо встановити певні зв'язки з реальністю. Окрім того знак має відношення до інтерсуб'єктивної сфери, в межах якої ми можемо з високим ступенем ефективності спостерігати за поведінкою людей, які ці знаки використовують та інтерпретують. Досить детально всі можливі виміри знаку дозволяє продемонструвати так звана «семіотична драбина».

Перші три щаблі драбини репрезентують технічні виміри знаку. Початковий нижній фізичний щабель драбини має відношення до первинних фізичних якостей знаку (форма, розмір, інтенсивність, швидкість передавання, джерело і т. д.). Натомість на емпіричному щаблі ми вже маємо справу не з окремими знаками, а з їх впорядкованими потоками певної конфігурації. Це щабель найефективніше розроблений в межах математичної теорії інформації де на перший план виходять питання кодування, ефективності передачі, вимірювання ентропії. Верхній щабель первинного

рівня драбини це синтаксичний щабель граматики та правил поєднання знаків. Це сфера програмування та обробки знаків.

Перехід на верхні щаблі драбини це перехід на рівень безпосередньо пов'язаний з людською діяльністю. Семантичний щабель представлений проблемами значення, істини та денотації, які формуються в процесі соціальної взаємодії. Прагматичний має відношення до інтенцій, намірів, перемовин імпліцитно вбудованих в комунікативні обміни. Нарешті найвищий рівень – соціальний – це рівень розуміння, переконань, соціальних норм та цінностей. Як відзначив свого часу Р. Стемпер «Знання складається з наших світоглядних позицій та норм універсального характеру, які прямим чи непрямым чином керують нашою поведінкою. Світоглядні позиції є простими різновидами норм. Знаки не будуть мати ніякої цінності допоки вони не зможуть впливати на норми груп людей або їхні світоглядні позиції (Stamper, 2001: 12).

Таким чином, можна сказати, що вже в межах «семіотичної драбини» Стемперу вдалося виразити основні аспекти інформаційного функціонування сучасної організації. Якщо сфера різноманітних технічних девайсів та програмного забезпечення виражений першим рівнем драбини, то інтерсуб'єктивна комунікація другим. При цьому такого роду інформаційні взаємодії включають у себе не лише елементарний рівень людського спілкування чи сферу розуміння, намірів та цінностей, мова тут також іде як про між організаційні зв'язки так і про контакти між організаціями. Проте очевидно, що «семіотична драбина» повинна враховувати ще один важливий аспект сучасного функціонування організацій, важливість якого в сучасних умовах (в першу чергу мається на увазі винайдення та все активніше використання штучного інтелекту) лише зростає – проблему взаємодії людини з комп'ютером, програмним забезпеченням нового типу, Іншими словами, яким чином можуть ефективно взаємодіяти перший та другий рівні «семіотичної драбини»?

Проте слід вказати, що не зважаючи на визнання важливості дослідження всіх щаблів «семіотичної драбини» в контексті функціонування організації, головний акцент в поведінковому підході було зроблено на вивченні її верхніх рівнів. А якщо точніше, то саме соціального рівня, або рівня соціальних норм.

В свою чергу соціальні норми бачаться Стемпером як певний варіант чи різновид інформаційного поля (*information field*) (Stamper, 2001), (Liu, 2000). Так, згідно з визначенням, інформаційне поле являє собою «комплекс соціальних норм, які приймаються членами певної спільноти та вира-

жають знання про бажану та зразкову поведінку у ній» (Gazendam, 2004). Іншими словами, соціальні норми являють собою певні, не завжди усвідомлені та експліковані, закони яких дотримуються члени тієї чи іншої спільноти різновидами яких можуть бути сім'я, родина, бізнес-організація, партія і т. д. Кожна така спільнота і є своєрідним інформаційним полем. Саме існування такого поля в межах організації і дає можливість членам цієї спільноти реалізовувати свою поведінку певним впорядкованим та організованим чином. По суті це є певна примусова структура, яка змушує членів спільноти діяти тим чи іншим чином. З іншого боку, процес формування загальних соціальних норм у спільноті дозволяє виробити щодо них певний консенсус та згоду.

До певної міри уточнити концепт інформаційного поля можливо шляхом його порівняння з поняттям «Умвельт» (*Umwelt*). Автором терміну є німецький та естонський біолог Якоб фон Ікскюль (1864–1944). Під Умвельтом він розуміє певний особливий комунікативний взаємозв'язок зі світом, який вибудовується різноманітними біологічними організмами, включно з людиною, у процесі їхньої життєдіяльності. На думку вченого, не зважаючи на існування у певному спільному комунікативному полі кожен організм володіє своїм особистим та унікальним Умвельтом. Вибудовування цього світу, контакт між світом та організмом проходить завдяки тому, що останній вибирає у всьому різноманітті лише те, що підходить саме йому, а оточуюче його середовище дозволяє цей вибір здійснити. Окрім того, цей вибір зумовлено як особливостями його організації так і потребам виживання та успішної діяльності. Цілком можливо та продуктивно аналізувати цей взаємозв'язок організму та навколишнього середовища як певну комунікацію та обмін знаками.

Як і інформаційне поле Умвельт являє собою організований семіотичний простір в якому проживає людина. Проте якщо в першому на перший план виходить нормативність, примусовість та консенсус, то в другому, не зважаючи на біологічний контекст, акцент робиться на комунікативно-діалогічних аспектах. Умвельт кожного з нас твориться шляхом комунікативних обмінів не тільки в межах соціуму але й з навколишнім середовищем (*environment*). При цьому слід зважати на те, що кожен Умвельт незважаючи на те, що складається з різних інформаційних полів репрезентаціями яких виступають різні спільноти членами яких ми є (сім'я, робота, політична партія, релігійна община і т. д.) є цілісним оскільки є саме нашим персональним та унікальним.

Певного підсилення та уточнення обох концептів – інформаційного поля та Умвельту – Стемпер досягає шляхом введення третього – «афорданс» (*affordance*). Як і Умвельт концепт афордансу запозичений з еволюційної біології. Його автором є американський психолог та біолог Дж. Гібсон який розробляв екологічну теорію сприйняття. Даним терміном вчений позначає можливості які надають нам об'єкти навколишнього світу. Ми визнаємо про ці можливості через взаємодію з цими предметами, набуваючи життєвого досвіду та внаслідок соціалізації. Так, наприклад, форма крісла підказує нам, що його можливо використати для сидіння, ручка на чашці, що її можна тримати в руках, а щаблі драбини, що по ній можна підійматись уверх.

Для Стемпера афорданси «підкреслюють взаємозв'язок між людиною та її навколишнім середовищем (*environment*), що ґрунтується на поведінкових патернах, які протягом певного часу практикуються в спільноті» (Gazendam, 2004). По суті це ті можливості як оточуюче середовище надає організму, який і здійснює свою діяльність відштовхуючись від цих можливостей. Тут, знову ж таки як і у випадку з Умвельтом, потрібно враховувати цей взаємозв'язок між організмом і середовищем. Середовище надає певні можливості а організм діє враховуючи це.

Всі афорданси класифікуються на фізичні та соціальні. Якщо перші це репертуар певної поведінки, що має відношення до впізнавання властивостей фізичного навколишнього середовища, то другі, діють в межах середовища соціального. Наприклад, це певний репертуар поведінки налаштований на певне соціальне оточення або ж поведінка зумовлена ролями та обов'язками які люди мають у спільноті. Соціальні афорданси розуміються Стемпером як своєрідні соціальні конструкти, здійснення та створення яких може провадитися лише акторами наділеними певними соціальними повноваженнями. Фізичні афорданси акумулюють в собі накопичене протягом тривалого часу знання, яке передається від покоління до покоління.

Таким чином інформаційне поле можливо розглядати як таке, що складається з комплексу фізичних та соціальних афордансів, які приймаються певною спільнотою. Соціальні афорданси можна розглядати як соціальні конструкти існуючі у формі знаків, що творяться певними уповноваженими на це агентами.

#### **Основні методології поведінкового підходу.**

Розглянуті вище поняття стали концептуальною основою *MEASURE* (*Method for Eliciting, Analyzing and Specifying User's Requirements*) – дослідниць-

кої програми, що охоплює декілька робочих методологій вивчення організацій. Головна мета цієї програми надати комплекс методів, які можуть бути використані дослідниками та бізнес-користувачами у їхньому розумінні, розвитку, управлінні та використанні інформаційних систем.

Однією з базових позицій MEASURE соціальний конструктивізм. Як і представники останнього дослідники які працюють з цією програмою вважають, що середовище нашої життєдіяльності сконструйовано соціально та суб'єктивно. В бізнес-системах діють багато агентів/акторів, які керуються різними силами в інформаційному полі. Ці сили мають відношення до їхніх інтересів, завдань, цілей та цінностей. Як правило вони представлені у вигляді формальних чи неформальних правил, переконань, культурних звичок та конвенцій, що можуть бути названі нормами.

Основними методологіями MEASURE є: Метод Артикуляції Проблеми (*Problem Articulation Methods*), Метод Семантичного Аналізу (*Semantic Analysis Method*), Метод Аналізу Норм (*Norm Analysis Method*), Комунікація і контроль аналізу (*Communication and Control Analysis*) та Аналіз Мета-Систем (*Meta-Systems Analysis*). Проте зі всіх названих найкраще розроблені і найбільш ефективно використовуються *Semantic Analysis Method (SAM)* та *Norm Analysis Method (NAM)*.

Первинним об'єктами вивчення Семантичного Аналізу є Бізнес-системи та інші різновиди організацій. Усвідомлюючи, що неможливо за допомогою однієї методології, якою б ефективною вона не була, зрозуміти та охопити всі аспекти функціонування організації, розробники цієї методології спрямовують свою увагу передусім на моделювання та відтворення семантики поведінкових аспектів її членів. Важливою складовою цієї методології є добре розроблений метод формалізації, за допомогою чого можливо здійснити інформаційне моделювання вимог користувачів їхній аналіз, уточнення та представлення. Певним продовженням цієї формалізації є складання онтологічних діаграм в яких в наочному вигляді показано залежності існуючі між дійовими особами організації (акторами) та їхніми поведінковими аффордансами.

Важливою особливістю методології є те, що як правило вона розгортається у межах чотирьох фаз: 1) Визначення проблеми (*Problem Definition*), 2) Встановлення аффордансів агентів (*Candidate Affordance generation*), 3) Групування агентів (*Candidate Grouping*) та 4) Складання Онтологічних Діаграм (*Ontology Charting*). В межах першої фази головне завдання дослідника це виявлення та розуміння проблеми яку потрібно вирішити.

Другий етап складається з встановлення переліку семантичних одиниць, які можуть бути використаними в побудові моделей опису агентів і патернів їхньої поведінки. Фаза групування агентів дозволяє продовження попередньої, тобто подальший аналіз семантичних одиниць. Нарешті Складання Онтологічних Діаграм це по суті завершальний етап створення семантичних моделей організації.

Можна сказати, що Нормативний Аналіз є своєрідним продовженням та доповненням попереднього. За словами одного з провідних представників поведінкового підходу Солтера «Нормативний аналіз – це метод спрямований на вивчення особливостей норм, зокрема умов їхнього здійснення, агентів наділених правом їхнього виконання та тригерів, які їх запускають» (Salter, 2002). Можна також сказати, що Нормативний аналіз займається визначенням загальних моделей поведінки агентів в межах різноманітних бізнес-систем та організаціях. Вивчаються закономірності цієї поведінки, поведінкові патерни керуючі цією поведінкою. Як і у випадку з Семантичним Аналізом тут також активно використовують різноманітні варіанти формалізації, коли отримані результати репрезентуються у спеціальній мові представлення знань (*NORMA*), яку потім перекладають на обчислювальну мову (*LEGOL*) для її подальшої обробки.

Схожість Нормативного Аналізу з Семантичним проявляється також і у тому, що він також розгортається у межах чотирьох фаз, а саме: 1) Аналіз Відповідальності (*Responsibility Analysis*), 2) Інформаційна Ідентифікація (*Information Identification*), 3) Тригер Аналіз (*Trigger Analysis*) та 4) Уточнення Деталей Норм (*Detailed Norm Specification*).

В межах першої фази відбувається визначення агентів відповідальних за початок чи закінчення певних дій. В подальшому (Інформаційна Ідентифікація) йде визначення та аналіз інформації необхідної для прийняття певних рішень, які здійснює відповідальний агент. На етапі Тригер-Аналізу здійснюється «визначення будь-яких темпоральних, субстантивних чи семіотичних причин відповідальних за запуск норм» (Salter, 2002). На завершальному етапі (Уточнення Деталей Норм) відбувається формалізація результатів зібраних на попередніх стадіях аналізу.

**Висновки.** Таким чином ще раз підкреслимо, що поява оргсеміотики тісно пов'язана з проблемами, які постали внаслідок появи інформаційного суспільства і того як це відбулося на діяльності організацій (на розуміння цієї діяльності). Оскільки попередні підходи мали недостатне

наукове обґрунтування та не враховували появу нових інформаційних взаємозв'язків обумовлених введенням в комунікативний простір організації нового програмного забезпечення, з'явилася потреба підсилити їх іншими підходами. Організаційна семіотика це підхід спрямований на вивчення різноманітних організацій як складних інформаційних систем, складовими яких є як програми чи девайси, так і ті комунікативні структури, що творяться людьми, а також взаємозв'язки між ними (*Human-Computer Interaction*).

По суті для Стемпера будь-яка організація це є складно впорядковане інформаційне поле. Продукування інформації тут відбувається на різних рівнях (див. «семіотична драбина»), проте найважливішими все ж таки є рівні пов'язані з соціальним функціонуванням організації. Структурування та організація інформації на цьому рівні відбувається завдяки соціальним нормам які акумулюють у собі знання, є правилами співжиття у колективі та можуть бути вираженими у формі знаків. Проте таким самим інформаційним полем для засновника поведінкового підходу є також і

Умвельт. Вся різноманітність зв'язків, які існують між організмом та навколишнім середовищем, тут також зводиться до комунікативного обміну між ними, який також може ефективно відбуватися якщо він певною мірою організований та впорядкований. Ще більша ступінь нормативності та впорядкованості притаманна «аффордансам», оскільки останні розуміються як певні можливості, що їх надає людині середовище, але й також і як поведінкові патерни керуючі людською поведінкою. Разом з тим за рахунок комунікативної взаємодії та того, що будь-який патерн може розглядатися як певне соціально сконструйоване та набуто знання «аффорданси» також можуть розглядатися як унормоване та впорядковане інформаційне поле.

Певне закріплення та використання ці базові поняття отримали в межах методологій розроблених в поведінковому підході. Найбільш ефективніше в семантичному та нормативному аналізі. Якщо перший спрямовано головним чином на вивчення поведінкової семантики соціальних агентів, які утворюють організацію, то другий досліджує керуючі цією поведінкою патерни.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Evolution of norms in the emergence of digital business ecosystems / P. K. Senyo et al. *17th IFIP WG 8.1 International Conference on Informatics and Semiotics in Organisations*. Campinas, 2 August 2016.
2. Gazendam H., Jorna R., Liu K. Organizational Semiotics: *Round Table Workshop An organizational semiotic view on interculturality and globalization*. URL: [https://www.academia.edu/19665834/Round\\_Table\\_Workshop\\_An\\_organizational\\_semiotic\\_view\\_on\\_interculturality\\_and\\_globalization\\_at\\_the\\_IASS\\_2004\\_Conference](https://www.academia.edu/19665834/Round_Table_Workshop_An_organizational_semiotic_view_on_interculturality_and_globalization_at_the_IASS_2004_Conference) (дата звернення 24. 01. 2024).
3. Gazendam, Henk W. M. 2004. Organizational semiotics: A state of the art report. *Semiotix* URL: <http://www.semioticon.com/semiotix/semiotix1/sem-1-05.html>. (дата звернення 24. 01. 20204)
4. Helmhout M., Gazendam H. W. M., Jorna R. J. Social Constructs and Boundedly Rational Actors: A simulation Framework. *Virtual, distributed and flexible organizations: Studies in Organizational Semiotics* / ed. by K. Liu. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2004. P. 153–179.
5. Jorna R. Introduction: Organizational semiotics and social simulation. *Semiotica*. 2009. Vol. 175, no. 1/4. P. 311–316.
6. Liu K. *Semiotics in Information Systems Engineering*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 217 p.
7. Pietarinen A. On the Conceptual Underpinnings of Organizational Semiotics. *Conference: ICISO 2010 - Proceedings of the Twelfth International Conference on Informatics and Semiotics in Organisations*, Reading, 19 July 2010. URL: [https://www.researchgate.net/publication/221585857\\_On\\_the\\_Conceptual\\_Underpinnings\\_of\\_Organizational\\_Semiotics](https://www.researchgate.net/publication/221585857_On_the_Conceptual_Underpinnings_of_Organizational_Semiotics) (дата звернення 24. 01. 2024)
8. Rambo K., Liu K. An Organisational Semiotics Approach to Multicultural Requirements Engineering: Stakeholder's Analysis of Online Shopping for Saudi Arabian Female Consumers. *International Journal for Infonomics*. 2011. Volume 4, Issue 1/2. P. 473–483.
9. Salter A., Liu K. Using Semantic Analysis and Norms Analysis to Model Organisations. URL: [https://www.researchgate.net/publication/220709927\\_Using\\_Semantic\\_Analysis\\_and\\_Norm\\_Analysis\\_to\\_Model\\_Organisations](https://www.researchgate.net/publication/220709927_Using_Semantic_Analysis_and_Norm_Analysis_to_Model_Organisations) (дата звернення 24. 01. 2024)
10. Senyo P. K., Liu K., Effah J. Understanding behaviour patterns of multi-agents in digital business ecosystems: an organisational semiotics inspired framework. *Proceedings of the AHFE 2018 International Conference on Human Factors, Business Management and Society*, Orlando, 19 July 2018.
11. Stamper R. *Information in Business and Administrative Systems*. New York: Wiley, 1973. 362 p.
12. Stamper R. Organizational semiotics: Informatics without the computer? *Information, organisation and technology: Studies in organisational semiotics*. Boston, 2001. P. 115–171.

#### REFERENCES

1. Gazendam, Henk W. M. (2004). Organizational semiotics: A state of the art report. *Semiotix*.
2. Gazendam, H., Jorna, R., & Liu, K. (2004). Organizational Semiotics: Round Table Workshop An organizational semiotic view on interculturality and globalization.

3. Helmhout, M., Gazendam, H., & Jorna, R. (2004). Social constructs and boundedly rational actors: A simulation framework. *Virtual, distributed and flexible organizations: Studies in Organizational Semiotics* (pp. 153–179). Kluwer Academic Publishers.
4. Jorna, R. (2009). Introduction: Organizational semiotics and social simulation. *Semiotica*, 175(1/4), pp. 311–316.
5. Liu, K. (2000). *Semiotics in information systems engineering*. Cambridge University Press.
6. Pietarinen, A. (2010). On the conceptual underpinnings of organizational semiotics. *Conference: ICISO 2010 - proceedings of the twelfth international conference on informatics and semiotics in organisations*.
7. Rambo, K., & Liu, K. (2011). An organisational semiotics approach to multicultural requirements engineering: Stakeholder's analysis of online shopping for saudi arabian female consumers. *International Journal for Infonomics, Volume 4* (Issue 1/2), pp. 473–483.
8. Salter, A.M. (2002) Using semantic analysis and norm analysis to model organisations. Piattini, Mario G., Filipe, Joaquim and Braz, José (eds.) In *Enterprise Information Systems IV*. Springer. pp. 847-850 .
9. Senyo, P. K., Liu, K., & Effah, J. (2018). Understanding behaviour patterns of multi-agents in digital business ecosystems: An organisational semiotics inspired framework. *Proceedings of the AHFE 2018 international conference on human factors, business management and society*.
10. Senyo, P. K., Liu, K., Sun, L., & Effah, J. (2016). Evolution of norms in the emergence of digital business ecosystems. *17th IFIP WG 8.1 international conference on informatics and semiotics in organisations*.
11. Stamper, R. (1973). *Information in business and administrative systems*. Wiley.
12. Stamper, R. (2001). Organisational semiotics: Informatics without the computer? *Information, organisation and technology: Studies in organisational semiotics* (pp. 115–171). Kluwer Academic Publishers.