***«Коммуникативные ресурсы в процессе управления».***

# ВВЕДЕНИЕ

*Актуальность темы социального управления* и власти, прежде *всего связана с потребностью в изучении регулятивного потенциала коммуникативных отношений*, с теоретическим осмыслением тех изменений, которые происходят под влиянием коммуникативного взаимодействия. Анализ социального пространства, социальной коммуникации, связан с социологией современного менеджмента - отраслью социологии, изучающей поведение руководителей и подчиненных в рамках отдельно взятой организации, а также отношения и взаимодействие больших социальных групп, связанных с управлением, например управленческих элит, в масштабах целого общества. Исследование в этой отрасли ориентировано на анализ соответствующих им систем управления, форм и особенностей социальной иерархии, социальной стратификации и структуры человеческих отношений.

В сферу пересечения социологии и менеджмента попадают различные разновидности менеджмента, связанные с изучением управления персоналом и мотивации поведения, принципов, структуры и стиля управления, социального управления, принятия решений, социальных программ и социальных технологий и т.д. Важной составляющей социального менеджмента является коммуникативный менеджмент.

Отсюда следует, что *субъектом коммуникативного социального менеджмента является коммуникативная личность, участвующая в процессе социального управления* (уровень коммуникативной компетентности является основной параметрической характеристикой коммуникативного менеджмента), а *объектом является непосредственно процесс социального взаимодействия* (социальное управления и управление коммуникацией).

Коммуникативный социальный менеджмент имеет следующие характерологические особенности:

- *коммуникативная заинтересованность*, выражающаяся в потребности в общении; реализации целей, замыслов говорящего; мотивация и стимулирование управленческого взаимодействия;
- *коммуникативное воздействие управленческой информации,* согласованное с внутренними свойствами системы управления, проявляющаяся в правильной пространственной организации управляющего воздействия;

- *коммуникативная адаптация субъектов социального взаимодействия*, заключающаяся в правильном восприятии и понимании апперцепционной базы субъектов социального взаимодействия.

Стратегия управленческого взаимодействия основывается на принципах и нормах коммуникативной культуры, что позволяет достичь максимальной эффективности коммуникативного воздействия.

*Субъектом коммуникативного социального менеджмента является коммуникативная личность, участвующая в процессе управления, объектом является непосредственно процесс социального взаимодействия* (социальное управления и управление коммуникацией); коммуникативный менеджмент включает и внеязыковые сущности (отношение, действие, состояние, эмоции, знания, убеждения и т.д.), на которые опосредованно влияют социальные факторы, такие как статус и роль; в связи с тем, что коммуникация подразумевает не только передачу социальной информации, но и определяет взаимоотношения, налагает обязательства на поведение, коммуникативный менеджмент может быть рассмотрен в двух аспектах коммуникации «передающем» и «командном», в связи с этим, успешность межличностной
коммуникации в процессе управления будет определяться параметрами индивидов как коммуникативных личностей.

Коммуникация и общение в общественных отношениях выступают в разных качествах: это прежде всего передача информации, взаимообмен эмоциями, трансляция личного и социального опыта, обучение и социализация. Важной особенностью коммуникации и общения является еще и то, что они выступают формами социального урегулирования и управления. Общество как социокоммуникативная система на разных уровнях социального бытия характеризуется наличием различных способов коммуникативного взаимодействия. Коммуникация и общение существуют одновременно и как реальность общественных отношений, и как реальность межличностных отношений.

*Основной задачей данного реферата является рассмотрение проблемы коммуникативного взаимодействия субъектов управления, в связи с этим ставится вопрос о сущности коммуникативного взаимодействия, рассматривается структура коммуникативного процесса.*

#  1. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К УПРАВЛЕНЧЕСКИМ РАБОТНИКАМ

Менеджмент занимается экономическими системами (ресурсное обеспечение, сырье, рынок, маркетинговые исследования, финансирование, стратегическое планирование и прогнозирование, конкурентоспособность и рентабельность), однако, выступая подсистемой управления, менеджмент реализует методы и принципы управления, способствуя максимальному достижению цели и миссии организации. Основным составляющим организации являются задачи, люди, управление, а менеджмент является глубоко персонифицированной системой. Таким образом, достигая наивысшей эффективности управленческого взаимодействия, мобилизации интересов, интенций менеджмент имеет дело с социальной группой, социумом. Реализовать задачи социального управления помогает социальный менеджмент, основанный не только на корпоративной культуре, но и на культурных ценностях социума.

В отличие от характера труда понятием «содержание труда» обозначают конкретную трудовую деятельность работника и ее признаки. Это его социально-технологическая характеристика, учитывающая виды, функции и организацию трудовых действий на рабочем месте, физическое и интеллектуальное напряжение, степень самостоятельности, или технологической привязанности, работника, монотонность и разнообразие труда. Содержание труда включает распределение функций (исполнительских, регистрации и контроля, наблюдения, наладки и др.) на рабочем месте и выражается в совокупности выполняемых операций.

Вещественной стороной данной категории являются предмет, средства и продукт труда. Взаимодействуя друг с другом, они образуют совокупность трудовых операций, что характеризует содержание труда в узком смысле слова. Оно ограничивается узко прагматическим истолкованием содержания труда как совокупности выполняемых операций и предписанных функций. Такой подход иногда оправдывает себя на практике, поскольку на нем основана вся техника профессионального отбора, методологическим базисом которого в американской социологии выступает так называемый метод анализа работы (job analyses), включающий описание круга обязанностей, функциональных характеристик рабочего места, условий труда, формы заработка и требований, предъявляемых к работнику.

Вещественное (технико-организационное) содержание труда целесообразно рассматривать на различных уровнях общественного производства. На уровне рабочего места совокупность операций выступает как содержание индивидуального труда. На уровне общества она превращается во взаимосвязанную систему отраслей и видов труда, т. е. как содержание общественного труда. Совершенствование общественного труда должно опережать и определять закономерности изменения его индивидуального содержания: увеличение доли операций, требующих высокой квалификации, повышение уровня политехнического образования работников. Методы совершенствования общественного и индивидуального содержания труда различны. Если первые зависят от развития средств производства, внедрения прогрессивной технологии, то вторые определяются новыми формами организации труда на рабочем месте. В силу этого в общественном производстве, как правило, существует рассогласование (противоречие) между уровнем квалификации работников (показатель индивидуального со держания труда) -и объективными требованиями сложности рабочих мест (выполняемых работ) — показатель общественного содержания труда.

Если человека назначают руководителем, всегда ли он задумывается над тем, как сложатся отношения между людьми в той группе, которой он будет руководить. Лидер - это прежде всего человек, на поведение которого ориентированны члены группы ; именно он задаёт тон и некий стандарт поведения, определяя цели и задачи группы. Именно он имеет психологическое право принудить членов группы выполнять поставленные перед ним задачи. Иными словами, лидер обладает властью. И, наконец, самое главное - лидер принимает на себя ответственность за группу людей и за её действия.

Бюрократия ( фран. bureaucratie, букв. - господство канцелярии, от франц. - бюро, канцелярия и греч - сила. власть, господство ), специфическая форма социальных организации в обществе существо которой заключается в отрыве центров исполнительной власти от воли и решении большинства членов этой организации, в главенстве формы над содержанием деятельности, в подчинении правил и задач функционирования организации целям ее сохранения.

*Проблемами положения управленческих работников в обществе занимались многие виднейшие социологи*, среди которых и Карл Маркс, и Макс Ведер, и Вильгельм Вундт.

Среди ученых были совершенно различные взгляды на их роль в обществе, а так же психологические характеристики руководителя.

Так, по Веберу «Бюрократия — это типичный пример легального господства. Она основывается на следующих принципах:

1) существование определенных служб, а стало быть, компетенций, строго определенных законами и правилами таким образом, что их (функции четко разграничены, как и власть принимать решения в целях выполнения соответствующих задач:

2) защита служащих в выполнении их (функций в соответствии с тем или иным положением (несменяемость судей, например). Как правило, служащим становятся на всю жизнь, и государственная служба становится основной профессией, а не второстепенным занятием, дополняющим другую работу;

3) иерархия в выполнении функций, что подразумевает четкую административную структуру, разграничивающую управленческие посты и подчиненные подразделения с возможностью обращения высших руководящих инстанций к низшим: обычно в такой структуре соблюдается единоначалие, а не коллегиальное руководство и налицо тенденция к максимальной централизации власти:

4) подбор кадров производится на конкурсной основе по прохождении экзаменов или по предпочтению дипломов, что требует от кандидатов наличия соответствующего специализированного образования. Как правило, функционер назначается (реже избирается) на основе свободного отбора на контрактной основе;

5) регулярная оплата труда служащего в виде фиксированной заработной платы и выплаты пенсии при уходе с государственной службы; размеры оплаты устанавливаются в соответствии со штатным расписанием, учитывающим внутреннюю административную иерархию и уровень ответственности служащего:

6) право контроля со стороны администрации за работой подчиненных (скажем, путем создания контрольно-дисциплинарной комиссии);

7) возможность продвижения по службе на основе оценки по объективным критериям, “ не по усмотрению администрации ” полное отделение выполняемой функции от личности служащего. поскольку никакой служащий не может быть собственником своего поста или средств управления.

Условия бюрократической организации формируют специфический тип личности, главными психологическими и моральными чертами которой является политический, моральный и идейный конформизм, ориентация на выполнение формальных обязанностей, стандартизация потребностей и интересов.

*Карьера зависит не только от общих условий, но и от личных качеств руководителя. Его успех возможен при осуществлении ряда функций.* Назовем некоторые из них.

Конструктивная функция - выражение интересов общества в конкретной программе. Она должна быть ориентирована на удовлетворение интересов всех или деятельного большинства общества, притязаний возможно большего числа людей и групп, но при условии, что они не будут ущемлять интересы других слоев общества. Эта идеальная установка на практике редко может быть осуществлена, особенно полностью, без исключений. Но сама по себе она - условие лидерства и его успеха. Немало реформ и революций окончилось неудачей из-за отсутствия своевременных, ясных и продуманных, понятных обществу и доступных для выполнения политических программ.

Когда в далеком 1517 г. Мартин Лютер прибил на портале церкви в Виттенберге свои знаменитые 95 тезисов о злоупотреблениях католической иерархии и церковных властей, он точно отразил в них настроение отчаявшегося от нужды и преследований народа. Лютер оказался подлинным лидером. Идея религиозной и политической реформы овладела умами и всколыхнула Германию, а за ней и другие страны. Лидер предлагает обществу свою программу и по существу вырабатывает ее совместно с обществом и лучшими выразителями его интересов. Когда в 1917 г., через 400 лет, в другую эпоху великих исторических перемен, в России у власти оказалось Временное правительство, его глава А. Ф. Керенский не сумел найти программы, которая отвечала бы чаяниям общества. И оно не пошло за Керенским, не ставшим лидером.

Организационная функция включает создание кадров и системы управления, сплочение сторонников, планирование политических процессов и действий, практических аспектов политической работы. Руководитель формирует аппарат, распределяет в нем обязанности, создает условия для воспитания, выдвижения и назначения руководителей, контролирует и регулирует отношения между ними, ориентирует их на компромисс или на решительное изменение политики и замену руководства и др.

Координационная функция - согласование действий институтов власти, учреждений, направлений их деятельности. Руководитель должен приводить их решения и политический выбор в соответствие с общественным мнением, с принятой в обществе системой ценностей.

Интегративная функция - сплочение единомышленников, окружения, общества вокруг программы лидера.

Когда мы говорим управленец, начальник, руководитель то представляем себе человека в нарукавниках со строгим, несколько отсутствующим видом. У нас подсознательно складывается довольно нелицеприятное отношение к нему. Управленческий работник выполняет свои профессиональные обязанности, обособленные от его личности. Имея дело с руководителем любого ранга, сидящем на своем рабочем месте, мы обращаемся не к личности, а к безымянному исполнителю какой-либо функции. Нас даже несколько шокирует, если он захочет обменяться с нами замечаниями личного характера. Административный служащий должен исполнять свои профессиональные обязанности, не имеющие никакого отношения, например, к детям, к отдыху. Такого рода обезличенность составляет основу бюрократической природы: здесь каждый теоретически должен знать законы и поступать в соответствии с абстрактными положениями жесткого порядка.

Формы и требования к руководящим работникам менялись в связи с изменениями социально-экономических форм устройства общества. Она характерна не только для западного общества, но и для восточного. Египет периода нового царства, китайские империи, Римская католическая церковь, европейские государства - все они имели свою бюрократию на подобие той, какая сохраняется на крупнейших современных капиталистических предприятиях.

Каков же портрет идеально управленца ? Его нарисовали М. Хенинг и А. Жарден. Это яркая личность, он мужественен, не жесток и не холоден, интеллектуально и физически активен, решения принимает сам, но прекрасно улавливает настроения других ; ему несвойственна мелочная опека подчиненных. Он готов рисковать, целеустремлён, уверен в себе, достойно реагирует на критику, замечания и даже оскорбления. Умеет оперативно переключаться с одной социальной роли (“руководитель, деловая женщина ) на другую (“отец, мать, муж, жена“), уверен в понимании, поддержке и помощи со стороны близких.

И ещё одно немаловажное условие, а может быть, и самое важное: проблема наиболее полной реализации своих способностей в достижении жизненных целей может быть решена только совместными усилиями с коллективом. Женщина - лидер зачастую демонстративно игнорирует и даже противостоит возможному сотрудничеству с мужчинами, подсознательно оберегая свою территорию от соперника противоположного пола, тем более что ранее эта территория принадлежала ему. Это заведомо бесперспективный ход, путём которого женщина - лидер лишает себя “опыта предыдущего поколения“, что неверно по сути.

Врождённые качества - необходимое, но недостаточное условие для настоящего лидера.

Доминанта в социально-психологическом поведении вместо того, чтобы подолгу обдумывать проблему, подолгу анализировать её, надо смотреть в будущее, думать, как избежать повторения ошибки в дальнейшем. Не надо также бояться говорить с человеком прямо : любой откровенный разговор только прибавит вам очков. Быть руководителем в России - двойная ответственность. К сожалению, культура отношений между начальником и подчинённым здесь, мягко говоря, отличается от западной модели.

В нашей стране слова бюрократия и коррупция стали почти тождественны, и поэтому люди представляют бюрократию, как один из главных бичей общественного развития, что совершенно неверно. Бюрократия же представляет собой часть государства, без которого оно давно стало бы неуправляемым.

Хочу сказать несколько слов о политическом лидере, образ которого не сходит с телеэкранов. Никакие нравственные, интеллектуальные, духовные добродетели сами по себе не превращают политического деятеля в лидера, их достаточно разве что для святого. Но святость для политика не обязательна и слишком необычна, хотя такое сочетание известно в истории. Вспомним пример Сергия Радонежского, в тяжелую годину объединившего незаурядное благочестие с выдающейся политической ролью защитника страны. Современный же политический лидер должен обладать и незаурядными организаторскими способностями.

Выработка организаторских, управленческих качеств лидера - это уже проблема его собственного обучения и воспитания. Умение сформировать группу, сплотить ее, определить цели, поставить перед обществом (или учреждением, властью) необходимые задачи, сформулировать сплачивающую общество программу - таковы современные требования к политику.

Политика, ее задачи, цели различаются на разных уровнях политической деятельности, поэтому существуют и разные лидеры.

В малой группе (это может быть элита верхних уровней власти и ядро любого иного руководства) роль лидера заключается в сплочении ее участников и направлении их деятельности. От него требуется тесное личное общение с ближайшим окружением. При этом выявляются и играют организующую роль его личные качества." умение владеть ситуацией, принимать решения, брать на себя ответственность, делать верный политический выбор (людей, проблем, первоочередных задач). Одновременно лидер должен уметь удовлетворять интересы группы, не выходя за пределы права и гражданских норм и не ставя свое окружение в зависимость от своих благодеяний. На отношения с группой и авторитет лидера оказывают значительное влияние личный стиль его поведения (авторитарный, жесткий или демократический).

Иным оказывается лидерство на уровне большой политики, управления страной, политических движений. От лидера такого масштаба требуется сплочение интересов широкой общественной базы власти. Здесь имеют значение не столько личные качества лидера, сколько его умение формулировать общие политические требования, обнаруживать высокие критические и конструктивные, творческие качества, общаться с гораздо более широким кругом людей и убеждать их.

Лидер в этой ситуации удален от тех, кого он ведет за собой. Его личные качества обнаруживаются для них слабее либо совсем утрачивают значение, но его лидерство получает моральную оценку. Он должен считаться с ней. Его успех или неудачи воспринимаются весьма эмоционально. Поэтому большое значение имеет способность лидера улавливать настроения, знать подлинные нужды людей и выражать их интересы. Тогда он становится символом движения, партии, общества.

Таким образом, на всех уровнях политики лидерство реально при определенных условиях. Лидер не только должен хотеть вести людей за собой, но и обладать для этого необходимыми качествами. Ведомые должны быть готовы идти за ним и выполнять намеченную им программу. Одно из условий лидерства - получение максимальной информации в минимальное время. Современные технические средства связи и информации отвечают этому требованию.

# 2. ПОЗИЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

*Социальные ресурсы представляют собой творческий потенциал личностей, социальных групп, организаций, их возможностей, творческой энергии.*

*Социальные ресурсы являются основой всех ресурсов.* Поэтому перед социальным управлением стоит задача более продуктивно использовать социальные ресурсы для эффективного достижения поставленных целей.

**Социальные ресурсы – это носители социального потенциала.** *Социальный потенциал является характеристикой возможностей социальных ресурсов в удовлетворении общественных потребностей.*

Социальный менеджмент, с точки зрения С.Г.Попова[[1]](#footnote-1), являясь подструктурой управления, позволяет достичь цели организации путем методологии и техники управления. Исходя из основных функций социального управления (планирование, делегирование полномочий, контроль, прогнозирование, мотивация и стимулирование, принятие управленческих решений) определяются признаки управленческой деятельности, основой которых является управленческое взаимодействие и обмен информацией по вертикали и горизонтали управленческой иерархии, одним из специфических признаков социального менеджмента выступает взаимодействие.

 Управленческая деятельность предполагает определенный характер ближайшего окружения. Оно должно быть отобрано по деловым, профессиональным признакам. Личная преданность - важное качество окружения, но недостаточное для современного стиля профессиональных отношений. Единомыслие, взаимопонимание, интерес к делу, взаимное доверие, уверенность в правильности выбора, нравственная устойчивость, убежденность также дают право занимать место в коллективе, окружающем руководителя. Привлекательными для окружения выступают престижность места, возможность карьеры, признание в коллективе и вне его, в сферах власти управления, в обществе и в стране. Но важно, чтобы все это было при высокой профессиональной компетентности. Соратник должен иметь ясное представление об общем состоянии дел, которыми он занимается под руководством конкретного управленца, о своей роли, обязанностях в группе, обладать аналитическими, творческими способностями для политической работы. В лидере как бы концентрируются качества его сподвижников. Поэтому он должен быть заинтересован в подборе людей, превосходящих его по каким-либо качествам.

Отношения руководителя и его коллектива - важный аспект новой, лидерской организации власти. Целеустремленность, принципиальность, сознание ответственности перед обществом (или управляемым учреждением), понимание его задач и запросов являются неотъемлемыми качествами руководителя. Они должны быть и у его окружения. Эти качества сплачивают их так же, как общее умение вести дискуссию, сочетать стремление к самоутверждению с интересами коллектива и коллег, положительно относиться к их заслугам. Руководителя должен уметь разумно, обоснованно и своевременно перемещать своих сотрудников и создавать условия для их профессионального роста, использовать их способности и возможности.

Управление политическими процессами настолько связано с управлением кадрами, что глубокое знание способностей и психологии подчиненных и окружения оказывается порой для политического лидера более важным, чем собственный опыт. Он должен иметь ясное представление о проблемах, которые волнуют его работников, и считаться с их настроениями.

Хорошо, если руководителю удается создать в своем окружении <мозговой центр> - совет наиболее квалифицированных экспертов по важнейшим проблемам производства. Тогда власть располагает компетентными рекомендациями и консультациями, результатами так называемой <мозговой атаки> - срочной и напряженной коллективной работы узкого или более широкого круга специалистов для решения какой-либо неотложной проблемы. Современные государственные деятели и политики обычно создают в центрах власти штаты советников и экспертов-профессионалов. Они всегда существовали при государях в виде всевозможных государственных или тайных советов. Новизна состоит в том, чтобы заполнять такие учреждения разного рода Советы безопасности, комитеты и комиссии) не сановниками, а знатоками. Так решаются не только отдельные политические задачи, но и проблема научной политики, которую в нашем столетии все так или иначе пытаются решить.

Понимают ли его будущие сотрудники друг друга и поймут ли нового человека - руководителя. Настроение каждого из нас в огромной степени зависит от поведения и отношения людей, с которыми мы общаемся. Хорошее отношение радует, плохое огорчает, тревожит, настораживает. А руководителю еще труднее, потому что по своему социальному статусу он как бы противостоит группе людей, объединенных общим “мы”. И вот такое взаимодействие человеческого “я” и группового “мы” очень сложно и противоречиво, изменчиво и неустойчиво. Мы часто, говоря о коллективе, рассматриваем это взаимодействие как соотношение индивидуальности и коллективности, при этом, как правило, отдаем предпочтение коллективности. Отсюда - стремление к усреднению, уравниванию людей и нелюбовь к “выскочкам”, желание поставить их “на место”.

Такая тенденция очень вредна для развития общества, особенно его творческого, интеллектуального потенциала. Оказывается, что чем ярче и богаче индивидуальность, выше уровень развития каждого члена коллектива, тем более дееспособным, человечным является и коллектив в целом. Поэтому так важно проникнуть в особенности тончайшей ткани взаимоотношений “я” и ”мы”, складывающихся в социальной группе, т.е. в коллективе, которым мы руководим или собираемся руководить. Психология может стать здесь хорошим помощником.[[2]](#footnote-2)

Психологи А.А. Бодалев, В.Н. Панферов специально изучали в экспериментальных условиях, что производит наиболее сильное впечатление при знакомстве. Оказалось, первое что бросается в глаза и запоминается человеку - это прическа, которая может менять лицо до неузнаваемости. Например, если женщина надевает парик и долго его носит, стоит ей появиться без парика - она становится неузнаваемой. Обычно экстравагантная мода, особенно среди молодежи, начинается с прически, вспомним панков, хиппи и др. Это резко выделяет их на фоне других людей. Руководитель любого ранга должен хорошо знать основы этикета и уметь пользоваться ими с пользой для себя. Прическа, костюм, поведение за столом все имеет свое значение, особенно сейчас.

После прически мы обращаем внимание на глаза человека, которые, как известно, зеркало души. Глаза могут быть добрыми, холодными, лучистыми, хитрыми, злыми, колючими. Они как бы настраивают другого человека на определенный лад: доверительный, настороженный, агрессивный. И, конечно же, улыбка человека нас очень привлекает, особенно, если она добрая и приветливая, а не злая и натянутая. Не зря известный американский специалист по общению Дейл Карнеги в качестве первой заповеди хорошего общения провозгласил: если хотите понравиться человеку - улыбайтесь, учитесь улыбаться, делайте специальные упражнения перед зеркалом.

В целом, выражение лица формируется мимикой, которая у одних людей очень динамичная, разнообразная, а у других бедная, от чего создается впечатление угрюмости, неприветливости, скрытности.

Каждого человека отличает также определенная манера поведения, жесты, походка, движения тела. Интересно, что когда люди долго не видятся (допустим, сокурсники встречаются через 30 лет после окончания института), они узнают друг друга чаще всего не по лицу, которое очень изменилось, а по отдельным жестам и манере движения. Один как-то особенно пожимал плечами, другой размахивал руками, третий вздергивал головой.

Когда мы начинаем с человеком говорить, то в речи выделяются две стороны: сам текст (слова) - что говорит, и подтекст - как говорит, с какой интонацией. Одно и то же слово: “да”, “здравствуйте” - можно произнести приветливо, уважительно, а можно - зло и сердито. Интонация является могучим выразительным средством, она всегда богаче, полнее и сложнее текста. Для людей чувствительных часто более значимо не что говорят, а как говорят.

Руководители не всегда это понимают. “Ведь я никаких обидных слов не сказал”, - жалуются они. А обидеть можно и без слов, не текстом, а подтекстом. Последите, пожалуйста, за своими интонациями, и Вы увидите, как сразу изменится отношение к Вам людей.

Внешнее впечатление составлено. Можно добавить: одежда человека тоже влияет на его восприятие, не зря существует пословица: ”по одежке встречают, по делу провожают”. Но в “одежду”, по нашему мнению, включается все внешнее впечатление от человека.

А дальше мы уже присматриваемся к личным качествам. Кто он? Что из себя представляет? Можно ли довериться этому человеку? И тут в ход, как правило, идут сложившиеся социальные стереотипы, установки и эталоны восприятия, житейские представления, сформированные у каждого человека и, конечно, уровень психологической культуры в части умения воспринимать и оценивать другого.[[3]](#footnote-3)

Пример социального стереотипа: многие люди считают, что профессор рассеян, близорук и не приспособлен к повседневной жизни; студент всегда остроумен, подвижен и никогда не готов к экзамену; все англичане худощавы, надменны и хладнокровны, а французы только и думают о любви.

Внешние признаки: большой лоб - умный, квадратный подбородок - сильная воля, полные люди - добродушные, худые - сердитые и замкнутые.

Встречая нового человека, мы сразу относим его к определенной категории и строим свое поведение в соответствии со сложившимся стереотипом.

Психологи различают три типа установки на восприятие другого человека: позитивная, негативная и адекватная. При позитивной установке мы переоцениваем положительные качества и даем человеку большой аванс, который проявляется в неосознаваемой доверчивости. Негативная установка приводит к тому, что воспринимаются в основном отрицательные качества другого человека, что выражается в недоверчивости, подозрительности.

Лучше всего, конечно, адекватная установка на то, что у каждого человека есть как положительные, так и отрицательные качества. Главное, как они сбалансированы и оцениваются самим человеком. Наличие установок рассматривается как неосознаваемая предрасположенность воспринимать и оценивать качества других людей. Эти установки лежат в основе типичных искажений представления о другом человеке.

При отборе персонала наниматели имеют дело с людьми, которые стремятся реализовать свои цели, выбирая ту или иную организацию. Точно так же менеджеры стремятся реализовать свои цели, отбирая кандидата. К тому же надо иметь в виду, что люди ищут не просто какую-либо работу, а именно ту, которая их устраивает. Неправильный выбор работы может иметь невосполнимые последствия как для работника, менеджера, так и для организации в целом.

Когда появляется вакансия по причине, например, изменения работы или продвижения по службе внутри организации, то исходным моментом должно быть рассмотрение самой работы. Если вы собираетесь найти подходящего человека для определенной работы, то должны получить точное представление о характере самой работы, квалификации и качества претендента, которые требуются для ее выполнения. Это наиболее важная часть для предварительной подготовки при отборе претендента, которая как раз часто и недооценивается. Сбор такой информации обычно проводится в три этапа: анализ содержания работы; подписание характера работы (должностная инструкция); требования к персоналу (требования, предъявляемые работой).

Деловая оценка персонала - это целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик персонала (способностей, мотиваций и свойств) требованиям должности или рабочего места.

На основании степени указанного соответствия решаются главным образом следующие задачи:

* выбор места в организационной структуре и установлении функциональной роли оцениваемого сотрудника;
* разработка возможных путей совершенствования деловых или личностных качеств сотрудника;
* определение степени соответствия заданным критериям оплаты труда и установление ее величины.

Кроме того, деловая оценка персонала может помочь в решении ряда дополнительных задач:

* установление обратной связи с сотрудником по профессиональным, организационным и иным вопросам;
* удовлетворение потребности сотрудника в оценке собственного труда и качественных характеристик.

Деловая оценка является важнейшей составляющей процесса отбора и развития персонала. Различают два основных вида деловой оценки:

* оценку кандидатов на вакантную должность;
* текущую периодическую оценку сотрудников организации.

Оба вида оценки позволяют решать в основном аналогичные (из приведенных выше) задачи, поэтому в их формулировке под словом “сотрудник” следует понимать также ”кандидат на должность”.

Отечественная и зарубежная практика деловой оценки кандидатов на вакантную должность позволяет говорить о четырех основных этапах, определяющих содержание процесса оценки данного вида. К этим типовым этапам можно отнести: анализ анкетных данных; наведение справок об испытуемом работнике (по месту прежней работы или учебы); проверочные испытания; собеседование.

Текущая периодическая оценка сотрудников сводится, как правило, к двум основным этапам:

(а) оценке результатов работы и факторов, определяющих степень достижения этих результатов;

(б) анализу динамики результативности труда за определенный промежуток времени, а также динамики состояния факторов (условий), влияющих на достижение результатов.

Таким образом, в процессе исследования проблемы коммуникации в менеджменте, определяются условия эффективного взаимодействия субъектов управленческой системы, особенности культуры управленческого общения, интерактивная, перцептивная и коммуникативная стороны общения.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммуникативный социальный менеджмент выражается в коммуникативной деятельности, связанной с реализацией целей и замыслов коммуникативного менеджера, в стимулировании управленческого взаимодействия на основе коммуникативной компетентности и в форме коммуникативного дискурса. **Субъектом** коммуникативного социального менеджмента является коммуникативная личность, участвующая в процессе управления, объектом является непосредственно процесс социального взаимодействия (социальное управления и управление коммуникацией); коммуникативный менеджмент включает и внеязыковые сущности (отношение, действие, состояние, эмоции, знания, убеждения и т.д.), на которые опосредованно влияют социальные факторы, такие как статус и социальная роль.

 Коммуникация как деятельность представляет собой систему элементарных актов, состоящих из цепи взаимосвязанных коммуникативных действий: вхождение субъекта в коммуникативную ситуацию, ее оценка, выбор субъекта для возможного взаимодействия, постановка задачи коммуникативного менеджмента, привлечение субъект-партнера, настройка на его эмоционально-психическое состояние, формирование общего фона коммуникативного взаимодействия, стимулирование коммуникативных действий партнера. Каждый акт определяется: а) субъектом-инициатором общения, б) субъектом, которому адресована инициатива, в) нормами, по которым организуется общение, г) целями, которые преследуют участники общения, д) ситуацией, в которой осуществляется коммуникативное взаимодействие.

Содержание коммуникативных категорий представляет собой упорядоченную совокупность суждений, установок, ментальных стереотипов, правил, касающихся языкового общения. Коммуникативная категория содержит концептуальное знание о коммуникации (информационный аспект, информационная составляющая категории), а также прескрипции -предписания по осуществлению коммуникативного процесса (правила общения). Основное назначение коммуникативных категорий - не упорядочение сведений о нормах и правилах общения (это делает исследователь, выделяющий и систематизирующий коммуникативные категории народа), а обеспечение, организация речевого общения индивида в обществе.

Для русского коммуникативного сознания характерны такие коммуникативные категории как собственно категория общение, категории вежливость, грубость, коммуникабельность, коммуникативная неприкосновенность, коммуникативная ответственность, эмоциональность, коммуникативная оценочность, коммуникативное доверие, коммуникативное давление, спор, конфликт, коммуникативная серьезность, коммуникативная эффективность, молчание, коммуникативный оптимизм/пессимизм, сохранение лица, категория тематики общения, грамотность, категория коммуникативного идеала.

# ЛИТЕРАТУРА:

1. Практическая психология для менеджеров. Информационно-издательский дом “ФИЛИНЪ”. Коллектив авторов. Ответственный редактор профессор Тутушкина М.К.-М., 2006.
2. Питерс Т, Уотермен Р. В поисках эффективного управления. М., 2006.
3. Попов С.Г. "Социальный менеджмент. Учебное пособие. – М.,2009.
4. Социальный менеджмент. Курс лекций. Под ред. д.ф.н., проф. Иванова В.Н., д.с.н., проф. Патрушева В.И. - М., 2008.
5. Социология. –М.: Мысль,2008.
6. Управление персоналом организации. Высшее образование М.: ИНФРА-М. 2007.
7. Этика в юриспруденции и предпринимательской деятельности. Под ред. профессор В.Л. Васильев.- Санкт-Петербург.: Общество “Знание” России. 2005.
1. Попов С.Г. "Социальный менеджмент. Учебное пособие. – М.,2009.- С.122. [↑](#footnote-ref-1)
2. Социальный менеджмент. Курс лекций. Под ред. д.ф.н., проф. Иванова В.Н., д.с.н., проф. Патрушева В.И. - М., 2008.- С.215. [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же. [↑](#footnote-ref-3)