

## СОЦИАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ДИНАМИКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Волошенко Ж.Г.

В данной статье исследовано социологическое содержание социального планирования в динамике управленческой коммуникации личности. Для коммуникатора главным условием успешности коммуникации является правильная социальная ориентация на потенциальную аудиторию – на фоновые знания и интересы как массовой аудитории, так и малых групп.

**Ключевые слова:** коммуникация, планирование, личность, управление.

УДК 316

Взаимодействие есть один из способов бытия личности в социальном мире. Социальные факты, действия и поступки обладают особыми приоритетами, логиками. С одной стороны, в социальном взаимодействии наблюдается причинность, обусловленность извне, а с другой, самодетерминация личностью своих действий, свобода выбора. Эта двойственность отражает двойственность бытия человека как части целого общества и как автономного индивида и объясняет сложность его планирования и регулирования. В своем развитии процесс взаимодействия складывается из множества взаимодействий, переплетенных между собой в глобальную объемную структуру. Плановость социального взаимодействия позволяет проецировать социальные модели, построенные для микропроцессов с учетом вариативности личностного начала, на социальные общности различных по степени глобальности уровней. Это объективно способствует повышению эффективности социального управления и прогнозированию развития коммуникационных ситуаций.

Для коммуникатора главным условием успешности коммуникации является правильная социальная ориентация на потенциальную аудиторию – на фоновые знания и интересы как массовой аудитории, так и малых групп. От этого зависит отбор информации, её оптимальный объем и структура, а также отбор вербальных и невербальных коммуникативных средств. Осуществление базовых функций массовой коммуникации связано с тем, что непосредственный отправитель и получатель информации должны отвечать общим требованиям: 1) иметь определенный минимум общих фоновых знаний, 2) владеть общим кодом – необходимым объемом вербальных и невербальных коммуникативных единиц, 3) уметь пользоваться этим кодом и правильно интерпретировать его единицы, 4) обладать мотивацией – обоюдным стремлением к осуществлению коммуникации, при которой целенаправленная информация отвечает ожиданиям её получателя.

Функционально коммуникативные факторы связаны с процессом, так называемого кодирования и декодирования – процессом передачи идентичной информации и адекватного восприятия её. Выделение социальных фактов проводится на основе двух главных критериев: актуальности и ориентации на социальную и личностную мотивированность аудитории. Перечисленными обстоятельствами, по нашему мнению, определяются общие требования к базовым функциям массовой коммуникации. Условия возникновения барьеров коммуникации различны по своим масштабам. Так, при смене коммуникативных систем большую роль играют и коммуникативная установка, и каналы коммуникации (устная и письменная речь), и возрастные особенности людей, уровень их образования и род занятий. В настоящее время возрастает значение решения задач совершенствования систем, обеспечивающих хранение, поиск и выдачу потребителю научной, технической и управленческой информации, а также расширения возможностей комплексной автоматизации умственного труда и переработки информации в заданном направлении при помощи новых технологий. Решение технологических задач коммуникации по существу является залогом успешного решения проблем управления во взаимодействии.

Следует отметить, что в научной литературе нет единой точки зрения на соотношение понятий «действие» и «поступок». Как правило, действие рассматривают как единицу деятельности, а поступок – единицу поведения. С точки зрения этого подхода, понятия

действия и поступка могут использоваться как равнозначные, так и разноуровневые, в зависимости от соотношения понятий деятельности и поведения. В данной работе действие и поступок рассматриваются как единицы поведения потому, что социальное поведение личности анализируется не в логике деятельности, а в логике бытия.

Исходным для понимания любого человеческого предприятия является понятие социального действия. Обратимся к его определению. Психологи и социологи под действием понимают локализованный в пространстве и времени конкретный акт деятельности общественного субъекта по преобразованию социальной ситуации соответственно его потребностям и целям и реализуемый посредством изменения поведения, установок, стремлений других индивидов или общностей [1]. Социальные науки изучают поведение личности постольку, поскольку индивиды вкладывают в свои действия определенный смысл. «Действием, – пишет М. Вебер, – называется ... человеческое поведение ... в том случае и постольку, если и постольку действующий индивид или действующие индивиды связывают с ним субъективный смысл» [2].

Существует несколько классов социальных теорий, объясняющих специфику действия: с помощью категории «система», потребностей социальной системы, потребностей индивидов. Действие рассматривается согласно традиции научной рациональности с точки зрения его техники, структуры, заданности извне.

Классифицируются социальные действия по разным основаниям: по материальным или идеальным, рациональным или иррациональным мотивам, видам и типам достигаемых целей и т.д. Широкое распространение получила классификация действий М. Вебера по степеням связи между целью и средствами их достижения. Шаблоном, единицей измерения этих степеней социального действия он выбрал действие целерациональное, которое направлено к достижению индивидом ясно осознаваемых целей и которое использует средства, признаваемые в качестве адекватных самим индивидом. Все остальные действия будут своеобразными отклонениями от целерационального действия – самого простого действия, в котором понимание действия и самого индивида совпадают: «1) более или менее приближенно достигнутый правильный тип; 2) (субъективно) целерационально ориентированный тип; 3) действие, более или менее сознательно и более или менее однозначно целерационально ориентированное; 4) действие, ориентированное не целерационально, но понятное по своему замыслу; 5) действие, по своему замыслу более или менее понятно мотивированное, однако нарушаемое – более или менее сильно – вторжением непонятных элементов, и, наконец, 6) действие, в котором совершенно непонятные психические или физические факты связаны «с» человеком или «в» человеке незаметными переходами» [3].

По мнению М. Вебера, тенденция всемирно-исторического процесса заключается в вытеснении целерациональным действием всех остальных. Именно это положение вызывает критику веберовской концепции социального действия. Так, например, Ю. Хабермас считает, что веберовское понимание социального действия является слишком узким. Он предлагает другое основание для классификации социальных действий, о которых уже упоминалось в работе: их ориентация на успех или на достижение понимания. Инструментальными называют действия, ориентированные на успех, если рассматривают его с точки зрения соответствия техническим правилам и оценивают эффективность вмешательства в комплекс событий и обстоятельств. Стратегическими называют действия, ориентированные на успех, если оценивается оно с точки зрения следования правилам рационального выбора и влияния на решение рационального оппонента. Коммуникативным называют такие действия, субъекты которых скоординированы не посредством эгоцентричных подсчетов успеха, а при помощи актов достижения понимания. В коммуникативных действиях акторы первоначально не ориентированы на индивидуальные успехи, а на нахождение взаимопонимания между разными социальными субъектами. Они преследуют свои индивидуальные цели при условии, что могут скоординировать планы своих действий на основе общих для всех определений ситуации. Мы будем ориентироваться на классификацию социальных действий Ю. Хабермаса и рассматривать их как единицы социальной реальности, выступающие ее конституирующим элементом.

Таким образом, в структуре действия выделяются два обязательных компонента: субъект и объект действия. Некоторые ученые, наряду с субъектом и объектом, включают в структуру

действия потребности, интересы, цели, мотивы, стимулы и другие явления. Так, например, Н. Смелзер описывает социальное действие через его компоненты: генерализированные цели и ценности, которые дают самое общее управление целенаправленному действию; регулирующие правила, управляющие достижением этих целей; мобилизация индивидуальной энергии на достижение определенных целей; имеющиеся ситуационные условия, которые индивид использует как средства [4]. Я. Щепаньский предлагает к рассмотрению следующие составные элементы действия: действующее лицо; предмет действия или лицо, на которое действуют; средства или орудия; метод действия или способ использования средств действия; реакция лица, на которое действуют или результат действия [5]. Приведенные примеры структурирования действия свидетельствуют о том, что единой, общепризнанной структуры действия в науке нет.

**Примечания:**

1. Психология. Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. 2-е изд. испр. и доп. М.: Политиздат, 1990. С. 94; Тесля С.Н. Проблема логики повседневного // Вестник СГУТиКД. 2007. № 1–2. С. 98–102.
2. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 503.
3. Там же. С.414.
4. Smelser N. Theory of collective behavior. N.Y.: Free press, 1963. 312 P.
5. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии. М.: Прогресс, 1964. С. 240.

**Сведения об авторе:**

Волошенко Жанна Георгиевна,  
соискатель Ессентукского института  
управления, бизнеса и права (г. Ессентуки).  
E-mail: s.n.k\_o8@bk.ru

DYNAMIC SOCIAL PLANNING OF INDIVIDUAL'S MANAGERIAL COMMUNICATION

VOLOSHENKO ZH.G.

The article studies social content of social planning in dynamic individual's managerial communication. Correct social audience-oriented communication, oriented on background knowledge and interests of both mass audience and small groups is the major condition of successful communication for the communicator.

**Keywords:** communication, planning, individual, management.

UDC 316