

На правах рукописи



**ШУБА СЕРГЕЙ АЛЕКСЕЕВИЧ**

**СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СРЕДСТВ  
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

**22.00.08. – Социология управления**

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук



003452529

**Москва – 2008**

Работа выполнена на кафедре Социологии управления  
Современной Гуманитарной Академии

**Научный руководитель:** доктор социологических наук  
Гостев Александр Николаевич

**Официальные оппоненты:** доктор социологических наук, профессор  
Кукушин Виктор Михайлович  
кандидат социологических наук  
Сельская Ольга Владимировна

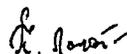
**Ведущая организация:** Московский городской  
педагогический университет

Защита состоится «26» ноября 2008 г. в 12 часов на заседании диссертационного совета ДМ 521.003.01 по присуждению ученых степеней по социологическим и философским наукам в Современной гуманитарной академии по адресу: 115114, г. Москва, ул. Кожевническая, 3, зал диссертационных советов.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Современной гуманитарной академии.

Автореферат разослан «24» октября 2008 г.

**И.о. ученого секретаря диссертационного совета**  
доктор философских наук, доцент



Лопата П.П.

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность работы.** В современной России средства массовой информации (СМИ) выступают важнейшим инструментом формирования общественного сознания, отношения каждого члена общества к сложившейся экономической, политической, социальной ситуации, а также к культуре, моде. В настоящее время на информационном пространстве России активно взаимодействуют три реальности: государственная власть, общество и рынок.

На управленческую деятельность любой организации оказывают влияние внешняя и внутренняя среда управления. Учитывая рыночную конкуренцию, политические и социально-экономические интересы властных структур, общественные запросы, руководители организаций СМИ вынуждены искать оптимальные модели управления коллективом. В условиях постоянного ускорения темпов научно-технического прогресса и интеллектуализации информационного бизнеса главным источником развития и повышения конкурентоспособности социальных организаций СМИ является персонал. Поэтому исследование различных моделей управления персоналом организации СМИ и мотивации персонала на труд становится важным звеном формирования высокопрофессионального коллектива.

Анализ литературы по теме диссертационной работы показывает, что различные аспекты социального управления организациями нашли отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых. Решению проблем управления посвящены работы зарубежных исследователей: Ф. Тейлора, А. Файоля, М. Вебера, Э. Мэйо, А. Маслоу, Ф. Херцберга, Д. Макгрегора, П. Друкера и других. Многие авторы исследовали проблемы управления организационными отношениями, культурой организации, мотивацией на труд и стимулирования работников в трудовых коллективах. Так, например, концепции организационной культуры и анализ ее составляющих изложены в работах И.В. Грошева, В.Д. Козлова, О. Родина, В.А. Спивака, В.В. Томилова и других. Теоретическое обоснование взаимосвязи организационной культуры с

различными процессами управления социальной организацией рассмотрено в работах Е.П. Ильина, А.Я. Кибанова, Н.П. Пищулина, А.Г. Поршнева, Т.О. Соломанидиной, Э.А. Уткина, С.А. Шапиро и других. Типологию организационной культуры разрабатывали К. Камерон, Р. Куинн, У. Нойман, Т. Дил, А. Кеннеди, Ф. Уайти, Г. Хофстед, Э. Шейн и другие.

Теории и практике управления социальными организациями СМИ посвящены работы зарубежных исследователей П. Бурдые, Дж. Виллиса, Р. Каплана, Д.Нортон, Д.Б. Уиллиса, К. Финка, П. Шампань и других. Исследованиям в области социологии управления организациями СМИ в современной России посвящены работы К.В. Ветрова, С.М. Гуревича, А.Б. Зверинцева, Е.Л. Варгановой, В.В. Ворошилова, А.И. Верховской, Н.Н. Мироненко и других.

При подготовке и проведении эмпирического исследования автором использовались работы И.Ф. Девятко, А.И. Кравченко, Д. Ж. Марковича, Г.В. Осипова, В.А. Ядова и других авторов.

Таким образом, общие проблемы социального управления организациями исследовались и анализировались многими учеными, но, отмечая важность полученных результатов, следует констатировать, что социальное управление организациями СМИ осталось недостаточно освещенным.

В настоящее время в российской социальной теории сложилось реальное **противоречие** между необходимостью повышения уровня эффективности социального управления с целью создания высокопрофессионального коллектива и недостаточным уровнем развития научно-методического обеспечения управленческих структур для решения задач, связанных с повышением эффективности социального управления организациями СМИ. В связи с этим выдвигается гипотеза: основными условиями разрешения противоречия являются: совершенствование механизмов социального управления организациями СМИ; всесторонний учет воздействий социальной среды управления; разработка новых путей совершенствования социального

управления с учетом реализованности творческого потенциала персонала организаций СМИ.

**Объект исследования** – социальная организация СМИ.

**Предмет** – социальное управление организациями СМИ.

**Цель** – на основе теоретико-методологических основ социального управления организациями средств массовой информации разработать и эмпирическим путем определить оптимальные пути совершенствования социального управления организациями СМИ.

**Научная задача** – уточнить теоретические положения социального управления конкретными организациями СМИ и разработать практические рекомендации руководящему составу по совершенствованию управленческой деятельности.

**Исследовательские задачи:**

– уточнить сущность и содержание социального управления организациями СМИ и дать определение социологической категории «социальная организация СМИ»;

– разработать систему показателей оценки эффективности социального управления организациями СМИ;

– определить состав и содержание факторов среды, влияющих на развитие социального управления организациями СМИ и обеспечивающих успешное осуществление организационных изменений с учетом требований рынка;

– разработать пути совершенствования социального управления организациями СМИ.

**Источниковую базу исследования составили:** положения Конституции РФ, законы, регулирующие деятельность СМИ, рекламу, авторские права; научные труды отечественных и зарубежных исследователей; энциклопедическая и справочная литература; монографии и публикации в периодических научных изданиях; диссертации на тему социального управления организациями; источники сети Интернет.

**Теоретико-методологическая база исследования:** концепция социального управления Ф. Тейлора; основы концепции школы человеческих отношений Э. Мэйо; теории системного и синергетического подходов к управлению; методологии и методики социально-управленческих исследований К. Камерона и Р. Куинна, Т.О. Соломанидиной, И.В. Грошева, А.Я. Кибанова, Н.П. Пищулина, А.Г. Поршнева.

**Эмпирическую базу диссертационного исследования** составили результаты социологического исследования, проведенного автором в Издательском Доме «Конде Наст» в 2003 – 2007 годах (численность работающих – 240 человек).

В работе применялись методы: источниковедческого подхода, экономико-статистического анализа, экспертных оценок, анкетирования, дискуссии фокус-группы, корреляционного и кластерного анализов.

**Достоверность научных результатов, обоснованность теоретических положений, выводов и практических рекомендаций обеспечиваются:**

- представительным объемом использованной статистической информации о состоянии социальных организаций СМИ;
- результатами анализа отечественного и зарубежного опыта становления и развития теории управления социальной организацией;
- применением методик диагностики организационной культуры, анализа структуры и содержания мотивации на труд персонала, управленческого поведения сотрудников;
- использованием апробированных методов и технологий получения информации.

**Научная новизна работы:**

1. Раскрыта сущность и обосновано содержание социального управления организациями СМИ.
2. Уточнено и раскрыто понятие социологической категории «социальные организации средств массовой информации».

3. Определены критерии и показатели эффективности социального управления организациями СМИ.

4. Разработан авторский подход к оценке факторов среды социального управления организациями СМИ.

5. Определены оптимальные пути совершенствования социального управления организациями СМИ.

**Теоретическая значимость результатов работы.** Предлагаемый автором подход к исследованию социального управления организациями СМИ существенно дополняет предметную область социологии. Теоретические положения, разработанные в диссертации, применимы для анализа и прогнозирования процессов социального управления организациями СМИ.

**Практическая значимость результатов диссертационного исследования.** Содержащиеся в работе положения и рекомендации могут быть использованы для практической деятельности администрации организаций СМИ при разработке путей повышения эффективности социального управления. Методика исследования специфики социальных организаций СМИ дает возможность управленческим кадрам более квалифицированно судить о социальных процессах в организации. Результаты данной работы могут рассматриваться как основной алгоритм действий по оптимизации социального управления персоналом организациями СМИ. Созданная модель исследования влияния среды управления используется в системе социального управления организацией ИД «Конде Наст», а также применима в других подобных организациях.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и выводы диссертации докладывались автором на научно-практической конференции «Актуальные социально-экономические проблемы развития России» (г. Москва, 2006 г.), на всероссийской научно-практической конференции «Стратегия и тактика развития России» (г. Москва, 2006 г.); на XIII Международных Дашковских чтениях (г. Москва, 2007 г.); на XII ежегодной конференции профессиональных управляющих «Совершенствование

управления предприятием – 2007» (г. Москва 2007 г.); на международной конференции «Социально-экономическое развитие России: новые рубежи» (г. Москва, 2007 г.), всероссийской научно-практической конференции студентов и аспирантов «Универсальные закономерности и национальные модели развития» (Москва, 2007 г.). Результаты работы получили практическое применение и обеспечили повышение уровня управления в ИД «Конде Наст».

#### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Сущность социального управления организациями СМИ заключается в осуществлении целенаправленных комплексных административных и неформальных (неадминистративных) воздействий на персонал с целью создания высокопрофессионального коллектива для повышения конкурентоспособности создаваемого товара на информационном рынке. Содержание социального управления организациями СМИ состоит в совокупности организационно-оформленных подразделений и управленческих связей между ними, при осуществлении которых реализуется взаимодействие между организациями СМИ и различными социальными институтами.

2. Социальные организации средств массовой информации – особые, относительно самостоятельные системы социальных групп, созданные для передачи информации массовой аудитории. Социальные организации СМИ отличаются спецификой производственной деятельности. Основным источником существования современных организаций СМИ является доход от рекламы. Структура трудового коллектива организаций СМИ включает управленческий, творческий и производственный персонал. Эти отличия обуславливают необходимость разработки научно-методического обеспечения путей совершенствования социального управления с целью обеспечения конкурентоспособности организации СМИ на информационном рынке.

3. Эффективность социального управления организациями СМИ определяется общими (комплексными и временными) критериями макроуровня и частных критериями микроуровня и оценивается количественными и качественными показателями.

К комплексным критериям относятся: ценностно-рациональный, целерациональный и прагматический. К временным критериям относятся: долгосрочные (выживание), краткосрочные (производство, производительность и удовлетворенность персонала организацией) и промежуточные (адаптивность и развитие организации). Макроуровень социального управления оценивается показателем общественной полезности (качество продукции, комфортность приобретения, деловое общение). Микроуровень – показателем удовлетворенностью трудом в организации СМИ.

4. На развитие и совершенствование социального управления организациями СМИ оказывает влияние совокупность факторов внешней и внутренней среды организации. Факторы внешней среды включают факторы косвенного (экономические, политические, демографические и др.) и прямого (органы законодательной власти и местного самоуправления, информационный рынок) воздействия. К факторам внутренней среды относятся организационная культура, условия труда, система стимулирования и мотивации на труд, социально-психологический климат и уровень социальной защищенности персонала.

5. Основными путями совершенствования социального управления организациями СМИ являются: совершенствование нормативной правовой базы, обеспечивающей деятельность социальных организаций СМИ; оптимизация системы отбора и найма персонала, улучшение условий труда и социального климата в коллективе; разработка и внедрение способов материального и морального стимулирования; повышение уровня образования и квалификации сотрудников; усовершенствование систем внешней и внутренней коммуникации.

**Структура диссертации.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка, приложений.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования; анализируется степень ее научной разработанности; определяются научная и исследовательские задачи; характеризуются объект, предмет, цель исследования; показывается теоретико-методологическая основа, источниковая и эмпирическая база диссертации; дается характеристика научной новизны результатов исследования и его практической значимости.

В **первой главе** «Теоретико-методологические основы исследования социального управления организациями средств массовой информации» анализируются теоретические основы социального управления современной организацией; дается авторское определение понятий «социальные организации средств массовой информации», определяется сущность и разрабатывается содержание социального управления современными организациями СМИ; систематизируются критерии и показатели эффективности социального управления организациями СМИ; исследуется состав и содержание факторов среды, непосредственно влияющих на социальное управление организациями СМИ.

В **первом параграфе** «Сущность и содержание социального управления современными организациями СМИ» автором проведен сравнительный анализ работ, посвященных социальному управлению организациями, исследованы и систематизированы различные методологические подходы к пониманию его сущности и содержания.

Контент-анализом научных источников установлено, что большинство ученых определяют социальное управление организациями как: осознанное, специально-организованное воздействие на социальные процессы для достижения поставленных целей с учетом интересов отдельных личностей, формальных и неформальных групп и общества в целом; особое проявление сознания, воли, потребностей и устремлений людей, выражающееся в создании соответствующего социального института – системно-организованной

совокупности человеческих знаний, поведения, социальных практик и информационных потоков, обеспечивающих постоянный контакт между субъектами и объектами социальных отношений<sup>1</sup>.

В работе дано авторское определение понятию «социальные организации средств массовой информации» и установлены сущность и содержание социального управления организациями СМИ.

Социальные организации средств массовой информации – это особые, относительно самостоятельные системы социальных групп, созданные для передачи информации массовой аудитории. Сущность социального управления организациями СМИ состоит в осуществлении целенаправленных комплексных воздействий на персонал на административном и неформальном (неадминистративном) уровне для создания высокопрофессионального коллектива. Содержание социального управления организациями СМИ заключается в совокупности организационно-оформленных подразделений и управленческих связей между ними, при осуществлении которых реализуется взаимодействие между организациями СМИ и различными социальными институтами гражданского общества.

В содержании современного управления организациями СМИ выявлено несколько особенностей. Например, в нем получили применение: стратегический подход к управлению персоналом, где главное внимание уделяется человеку, созданию условий для реализации его творческого потенциала и организации коллективной деятельности; системный подход, результатом которого стало внедрение в управление организациями СМИ концепции маркетинга и другие.

На основе анализа различных подходов к определению социального управления организацией конкретизируются полученные выводы применительно к социальному управлению организациями СМИ, учитывая их особенности (специфику производственной деятельности, внутреннюю

---

<sup>1</sup>Бурганова Л.А. Теория управления. – М., 2007. – С. 29, Платонов, Д.В. Гражданское участие и информационное участие // Теория и социология СМИ. – М., 2006. – С. 140, Финк, К. Стратегический газетный менеджмент. – С. 79, Шевелев, В.Н. Социология управления – Ростов н/Д, 2004. – С. 39 и другие.

структуру, основной источник существования – доход от рекламы), функции (обеспечение массовой аудитории достоверной и актуальной информацией, участие в формировании и выражении общественного мнения о различных сферах общества, осуществление коммуникации между различными социальными группами, снятие социального напряжения в обществе) и задачи (информационное обслуживание общества и обеспечение его информационной безопасности, формирование определенных социальных взглядов, анализ событий и поиск путей решения проблем, отражение различных мнений).

**Во втором параграфе** «Критерии и показатели эффективности системы социального управления организациями СМИ» рассматриваются и систематизируются структурные элементы оценки эффективности социального управления организациями СМИ.

Обобщенно под критериями эффективности социального управления понимаются: целевая направленность, уровень и качество управления, обеспеченность потребностей персонала организации. Показатели внешней и внутренней среды обеспечивают точную оценку эффективности социального управления организациями СМИ. Полная классификация показателей эффективности социального управления персоналом организаций СМИ представлена в табл. 1.

**В третьем параграфе** «Состав и содержание факторов среды управления социальными организациями СМИ» рассматриваются факторы внешней и внутренней среды организации, обуславливающие ее развитие и пути совершенствования социального управления организациями СМИ.

Факторы внешней и внутренней среды влияют на эффективность социального управления организациями СМИ с разной интенсивностью. В современных условиях они становятся все более разнообразными, и учет их влияния является обязательным условием успешной деятельности организаций СМИ.

## Критерии и показатели эффективности социального управления организацией СМИ

Критерии		Виды критериев	Показатели
М а к р о у р о в е н ь	Общие: – комплексные	Ценностно-рациональный	Социальная значимость организации, рост численности аудитории, сокращения времени на обслуживание, качество выпускаемой продукции, рейтинг журналов на информационном рынке
		Целерациональный	Степень воздействия управляющей подсистемы на управляемую подсистему, конкурентоспособность, престиж в деловом мире или в глазах общественности, количество размещаемой рекламы, расширение организации
	временные: (по сроку действия)	Прагматический	Рациональность использования ресурсов, прием на работу высококвалифицированных специалистов через поставщиков трудовых ресурсов, простота и качество методов управления
		Долгосрочные	Выживание организации СМИ на информационном рынке
		Краткосрочные: – производство – производительность – удовлетворение персонала организацией	Прибыль, объем продаж, долю на рынке и т. п.
			Отношение выпуска продукции к вводимым ресурсам Бренд, престижность и т.д.
		Промежуточные: – адаптивность – развитие организации	Способность управления реагировать на изменение внешней и внутренней среды
			Программы обучения персонала, улучшение организационной культуры
М и к р о у р о в е н ь	Частные	Социальная структура персонала	Половозрастной состав работников; квалификационный состав работников; образовательный уровень работников и др.
		Уровень удовлетворенности персонала стимулированием труда	Средняя заработная плата, премии, социально-психологическое стимулирование
		Уровень удовлетворенности качеством трудовой жизни	Удовлетворенность работниками отношениями в трудовом коллективе, уровнем социальных благ и гарантий, организацией рабочего места

Внешнюю среду социальных организаций СМИ составляют: органы государственной власти; финансовые учреждения; инвесторы; потребители (аудитория); конкуренты; поставщики материальных, информационных и трудовых ресурсов; акционеры.

Воздействие внутренней среды прослеживается через организационную культуру, условия труда, систему стимулирования и мотивации на труд, социально-психологический климат в коллективе, социальную защищенность персонала.

**Вторая глава** «Эмпирическое исследование социального управления организациями СМИ и путей его совершенствования» посвящена анализу состояния управляемости организацией СМИ и ее оценке по показателям эффективности.

**В первом параграфе** «Методика эмпирического исследования социального управления организациями СМИ» было изучено состояние, определены особенности и проблемы организаций СМИ, разработана методика эмпирического исследования социального управления ими.

Социальные организации СМИ имеют ряд общих проблем, обусловленных средой управления: несовершенство законодательной базы, регламентирующей взаимодействие российских учредителей социальных организаций СМИ с авторами; несовершенство организации изучения рынка для продвижения товаров (маркетинга); низкий уровень профессионализма сотрудников и другие.

Социальная структура организаций СМИ, выпускающих русскоязычный вариант зарубежного издания, примерно одинакова и образована разделением персонала на административно-коммерческий, творческий и производственный; издательский бизнес требует определенный возрастной ценз сотрудников и высокий уровень образования, что поднимает уровень требований к вопросу поиска, отбора и найма персонала, повышению уровня образования и квалификации и другим.

Решить общие проблемы, можно лишь совершенствуя социальное управление организациями СМИ, направленное на обеспечение их успешного развития и конкурентоспособности на информационном рынке.

Определение путей совершенствования эффективности социального управления организациями СМИ осуществлялось в ходе эмпирического исследования социального управления Издательским Домом (ИД) «Конде Наст» – объединения нескольких редакций, выпускающих периодические печатные издания. ИД подобного типа являются типичным примером формы вложения средств зарубежных инвесторов в российский информационный бизнес, которая обеспечивает выпуск русскоязычных вариантов зарубежных изданий и предполагает участие российских учредителей.

Эмпирическое исследование проводилось с января 2003 года по декабрь 2007 год в три этапа: подготовительный (2003–2004 гг.), основной (2005–2006 гг.), результирующий (2006–2007 гг.).

В ходе подготовительного этапа была разработана программа эмпирического исследования «Социальное управление организациями СМИ». Методика эмпирического исследования включала: выбор и обоснование показателей оценки социального управления организацией; установление значений показателей эффективности социального управления организацией и их анализ; определение факторов, оказывающих решающее воздействие на процесс управления; обработку и анализ полученных данных, определение путей совершенствования социального управления организацией СМИ.

Определена основная проблема управления социальными организациями СМИ, заключающаяся в неудовлетворенности персонала организаций социальным управлением, что выражается в ухудшении трудовой дисциплины, увеличением текучести кадров и т.п.

Численность организации Издательского Дома (ИД) «Конде Наст» составляла 240 человек. Выборка (репрезентативная, квотная) была определена в количестве 204 человек. Квотируемым признаком, на основании которого было определено 3 квоты, служила профессиональная принадлежность: в

каждой квоте участвовало 68 человек: управленческо-коммерческий персонал (1 группа); сотрудники редакций (творческий персонал) (2 группа); производственный персонал (3 группа).

Методы сбора информации: анализ статистической документации и информации об организации, анкетный опрос респондентов, экспертный опрос, дискуссии фокус-группы.

На основном этапе исследования производился сбор первичной информации. Опрос респондентов методом анкетирования производился раздаточным способом; экспертов – с помощью внутренней связи (Интернет); опрос фокус-групп – в процессе дискуссий.

Выявление взаимосвязи двух переменных факторов осуществлялось методами частотного анализа, анализа таблиц сопряженности. Для измерения степени и характера взаимосвязи переменных использовался коэффициент связи хи-квадрат (коэффициент сопряженности Пирсона). Для классификации объектов исследования был применен иерархический кластерный анализ, который позволил определить их группировку на основе совокупного интегрального критерия. Основным способом формирования кластеров на каждом этапе был метод межгруппового связывания (связывание внутри групп).

Обработка и анализ полученного материала проводились в специальной статистической программе Statistical Packet for Social Science (SPSS) 14.01. Для получения одномерных распределений ответов строились частотные таблицы с помощью процедур Analyze, Descriptive Statistics, Frequencies. Для построения таблиц взаимосвязей двух переменных использовались команды Crosstabs, Analyze, Descriptive Statistics. Ответы на вопросы с множественными ответами обрабатывались с помощью команд Analyze, Multiple Response, Define Sets, Frequencies. Составление таблиц, рисунков, структурных схем осуществлялось с использованием программного пакета Microsoft Office (Excel, Word), SPSS 14.01. Для проведения кластерного анализа использовалась команда Hierarchical Cluster Analysis: Statistics, Squared Euclidean Distance, Between

groups linkage, Hierarchical Cluster Analysis: Plots. На основании полученных данных были сделаны выводы и разработаны практические рекомендации по совершенствованию социального управления организациями СМИ.

Результурующий этап эмпирического исследования состоял в разработке предложений по повышению эффективности социального управления организациями СМИ.

**Во втором параграфе** «Исследование влияния макросреды управления на социальные организации СМИ» проводилось исследование факторов прямого воздействия внешней среды (конкуренты, потребители (аудитория), поставщики интеллектуальных ресурсов).

В результате исследования было установлено, что, будучи связанными между собой, эти факторы оказывают существенное влияние на эффективность социального управления организациями СМИ.

В ходе анализа результатов фокус-групповых дискуссий были выявлены достоинства журнала «Glamour» (продукт ИД «Конде Наст»): высокий уровень восприятия материала аудиторией, актуальность тем публикаций и другие. Недостатки: излишне «рекламный» характер статей, недостаточная новизна некоторых рекомендаций и другие. Конкуренты – журналы «Cosmopolitan» и «Mini» (ИД Burda), «Marie Claire» (ИД HFS).

Синергический показатель, характеризующий общественную полезность организаций СМИ, рассчитывался по формуле:

$$S_{\text{соп}} = \sqrt{I_{\text{кжм}} I_{\text{коа}} I_{\text{кдо}}},$$

где:  $S_{\text{соп}}$  – синергический показатель;  $I_{\text{кжм}}$  – индекс качества журналистского материала;  $I_{\text{коа}}$  – индекс комфортности обслуживания аудитории;  $I_{\text{кдо}}$  – индекс качества делового общения. Значение данного показателя указывает на то, что в системе социального управления организациями СМИ есть отдельные недостатки, которые с большой вероятностью объясняются нерегулярностью проведения маркетинговых исследований, недостаточным уровнем качества отбора и найма сотрудников.

Исследование методов отбора и найма показало, что в отношении творческих работников наиболее эффективен поиск сотрудников через учебные заведения (16%) и личные контакты (7%), в производственные и административные – через рекрутинговые компании (20%), «охоту за головами» (27%) и личные контакты (7%). Результаты анализа свидетельствуют, что при помощи методов отбора рекрутинговыми агентствами и «охоты за головами» было найдено 54% всех кандидатов, а 46% – при помощи других методов. Сделан вывод о том, что для создания высокопрофессионального штата сотрудников в целях повышения конкурентоспособности организации СМИ на информационном рынке необходимо усовершенствовать процесс управления отбором персонала.

В третьем параграфе «Исследование микросреды среды управления социальных организаций СМИ» проводилась оценка факторов, обуславливающих социальное управление организациями СМИ.

Исследование факторов микросреды, влияющих на эффективность социального управления, включало в себя анализ организации управления, интеллектуального капитала, культуры организации, систем стимулирования и мотивации на труд.

Количественный анализ численности и состава персонала ИД «Конде Наст» показал, что на 01 января 2007 г. в ИД «Конде Наст» работало 240 человек, из них 87 мужчин (36%) и 153 женщины (64%); средний возраст управленческого персонала составлял примерно 33 года, творческого персонала редакций – 35 лет, а производственного персонала – 37 лет. В первой и второй группах наблюдалась тенденция набора молодого персонала. Рост коэффициента текучести кадров можно объяснить частично уменьшением заработной платы и частично неудовлетворенностью условиями труда, уровнем социальной защиты и системой стимулирования труда, отсутствием возможности повышения квалификации и продолжения образования. Анализ анкетного опроса показал, что наибольшее число работников (68%) – это люди с высшим образованием, что объясняется высокими требованиями к труду в

издательском бизнесе. В результате проведенного анализа выявлено, что число респондентов, удовлетворенных использованием в работе профессиональных навыков и способностей составляет: в 1 группе – 43%; во 2 группе – 32%; в 3 группе – 84%. Таким образом, организация ИД «Конде Наст», имея в своем распоряжении достаточное количество нематериальных активов, не придает им значения, снижая тем самым эффективность их использования. Этому мнению придерживаются опрошенные в ходе исследования эксперты, в качестве которых выступали начальники отделов ИД «Конде Наст», ведущие специалисты редакций журналов, редакторы рубрик.

Изучение культурного пространства организации ИД «Конде Наст» проводилось посредством условно выделенных секторов: «Мотивированность и лояльность» и «Социальный микроклимат, квалификация и обучение, коммуникации». В процессе анализа полученных данных в секторе «Мотивированность и лояльность» «культурного пространства» были выявлены «слабые» места, отмечаемые респондентами всех групп: система стимулирования, удовлетворенность социальным пакетом и наличие возможности самостоятельно принимать решения, организация отбора и найма персонала; респонденты второй группы отмечали низкую удовлетворенность режимом труда. В секторе «Социальный микроклимат, квалификация и обучение, коммуникации» были выявлены «слабые» места: внутриорганизационная система коммуникаций и система обучения в организации.

Анализ мотивации персонала ИД «Конде Наст» на труд и вознаграждения трудового вклада персонала, показал, что респонденты всех групп считают существенным фактором мотивации на труд заработную плату, организацию процесса повышения квалификации и продолжения обучения, предоставление возможности проявления инициативы в работе, возможность пользования социальным пакетом, наличие системы стимулирования, благоприятный режим труда.

В результате исследования процесса управления показал, что в настоящее время в социальной организации ИД «Конде Наст» применяются следующие группы методов управления: административно-организационные, экономические, социальные и социально-психологические.

По результатам анкетного опроса был проведен количественно-качественный анализ удовлетворенности трудом персонала организации, который показал, что во всех группах наблюдалось несоответствие предъявляемых требований к трудовым ценностям и возможностью их удовлетворения.

Показатель удовлетворенности персонала организаций СМИ социальным управлением рассчитывался по формуле:

$$I_{cy} = I_{yf} / N,$$

где:  $I_{cy}$  – индекс удовлетворенности социальным управлением организацией СМИ;  $I_{yf}$  – сумма индексов удовлетворенности факторами внутренней среды, обуславливающими социальное управление;  $N$  – число респондентов.

Взаимосвязь между удовлетворенностью работой персонала в данной организации и переменными задачами социального управления выявлялась методом корреляционного анализа. На его основе с целью повышения удовлетворенности трудом автором был применен кластерный анализ для выявления более тесно связанных кластеров. В процессе анализа были выявлены следующие связи, позволяющие эффективно управлять социальной организацией (табл. 2).

Таблица 2

Взаимосвязи между переменными задачами социального управления организацией СМИ

Задачи управления	Код	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A6
Повышение квалификации	A1	-						
Найм и отбор новых сотрудников	A2	61	-					
Внутриорганизационные коммуникации	A3	62	57	-				
Социальная защищенность	A4	63	54	57	-			
Проявление самостоятельности	A5	49	54	57	43	-		
Режим труда	A6	62	35	50	49	67	-	

Анализ полученных группировок позволил выделить следующие комбинации различных кластеров, в которых существуют связи между переменными, оказывающими влияние на эффективность социального управления.

1) повышение уровня квалификации и образования, социальная защищенность, режим труда, система стимулирования ( $A1 + A4 + A6 + A7$ );

2) совершенствование методики найма и отбора персонала, повышение уровня квалификации и образования, проявление самостоятельности, система стимулирования ( $A1 + A2 + A5 + A7$ );

3) развитие внутриорганизационных коммуникаций, повышение уровня квалификации и образования, социальная защищенность, проявление самостоятельности, система стимулирования ( $A1 + A3 + A4 + A5 + A7$ );

4) повышение уровня квалификации и образования, режим труда, система стимулирования, социальная защищенность ( $A1 + A4 + A6 + A7$ ).

В этих кластерах выделяются повышение уровня квалификации и образования, социальная защищенность и система стимулирования. Содержание данных группировок свидетельствует об интересах респондентов всех групп, так как в них отражены задачи управления, интересующие представителей всех профессиональных страт. Составленный рейтинг кластеров показал, что первые три места заняли вопросы, затрагивающие социальную защищенность, образование и стимулирование. С минимальным отставанием следует кластер режима труда.

Таким образом, главными задачами социального управления организациями СМИ являются: повышение квалификации и уровня образования; обеспечение социальной защищенности; организация социально-психологического стимулирования, улучшение условий труда.

С точки зрения достижения цели деятельности организации СМИ, приоритетными путями эффективного социального управления являются: 1) повышение уровня квалификации и образования, совершенствование методики найма и отбора персонала, социальная защищенность, улучшение системы

стимулирования (A1 + A2 + A4 + A7); 2) развитие внутриорганизационных коммуникаций, проявление самостоятельности персоналом (A3 + A5). С точки зрения достижения удовлетворенности трудом в данной организации, для достижения эффективности социального управления требуют решения следующие сочетания кластеров: 1) повышение уровня квалификации и образования, социальная защищенность, система стимулирования (A1 + A4 + A7); 2) развитие внутриорганизационных коммуникаций, повышение уровня самостоятельности персонала, режим труда (A3 + A5 + A6).

**В четвертом параграфе** «Основные пути совершенствования социального управления организациями СМИ» предложены основные пути совершенствования социального управления организациями СМИ.

Одним из таких путей является совершенствование нормативной правовой базы. С целью обеспечения упорядочивания социальных отношений в организациях СМИ предлагается внести правки в существующий ФЗ «О средствах массовой информации»: в статью 22 – об установлении правовых отношений между учредителями СМИ, освобожденных от регистрации, и авторами (журналистами); в статьи 47 и 49 – о правах и обязанностях (авторов) журналистов, связанных с СМИ, освобожденными от регистрации.

Второй путь – оптимизация системы поиска, отбора и найма персонала. Здесь необходимо: изучать внутренний резерв сотрудников, соответствующих требованиям должности, с использованием процедуры внутреннего конкурса; составить список всех должностей и разработать документацию по определению критериев поиска новых сотрудников; разработать методический подход к организации работы по формированию требований к должностям; разработать практические рекомендации по организации и проведению собеседования при отборе кандидатов; составить перечень специфических вопросов, помогающих оценить, насколько кандидат подходит на ту или иную должность; ввести в практику сотрудничество с учебными заведениями с середины предпоследнего семестра; использовать при собеседовании услуги профессионального психолога.

Третий путь – совершенствование социально-психологического стимулирования. Основные способы деятельности на этом пути: способствовать продвижению персонала по службе, повышение роли сотрудников в управлении предприятием; использовать различные поощрения (подарки, почетные грамоты, знаки и звания, публичные устные благодарности); выделять средства на организацию питания в организации или хотя бы частично компенсировать подорожание продуктов; разработать систему гибких социальных выплат; дополнить социальный пакет.

На пути оптимизации системы коммуникации внутри организации предлагается помещать на информационных стендах и внутреннем сайте организаций СМИ регулярные отчеты виде сводок о достигнутых ИД результатах и другое.

Для улучшения социально-психологического климата в коллективе следует формировать позитивную корпоративную культуру, организовывать досуг персонала, проводить регулярные встречи руководителей с персоналом и другие коллективные мероприятия.

В заключении подводятся итоги исследования.

Формулируются теоретические выводы:

1. Совершенствование социального управления организациями СМИ представляет собой решение комплекса задач в области создания высокопрофессионального коллектива с целью повышения конкурентоспособности продукции организаций СМИ на информационном рынке.

2. Эффективность социального управления организациями СМИ определяется методами субъективных и объективных измерений с помощью количественных и качественных показателей.

2. Общественная полезность организаций СМИ характеризуется качеством журналистского материала; комфортностью обслуживания аудитории; качеством делового общения.

3. Организационная культура – социальный феномен, который может быть использован руководством для консолидации персонала и повышения уровня удовлетворенности трудом в организации.

На основе исследования процесса социального управления организациями СМИ предлагаются рекомендации:

1. Законодательным органам РФ рассмотреть возможность внесения поправок в существующий Федеральный Закон «О средствах массовой информации» (СТ.СТ. 22, 47, 49) о правах и обязанностях журналистов (авторов), связанных с СМИ, освобожденными от регистрации.

3. Руководителям организаций СМИ организовывать проведение исследований:

– по изучению общественного мнения о качестве продукции организации СМИ и ее конкурентоспособности на информационном рынке;

– по определению уровня удовлетворенности персонала трудом в данной организации СМИ.

2. Управленческим кадрам:

– развивать организационную культуру, совершенствовать информационное обеспечение, внедрять социальные инновации;

– обеспечить обратную связь между руководством и исполнителями;

– разработать и внедрить информационные системы, позволяющие получать, обрабатывать и оперативно распределять информацию между элементами организационной структуры.

**Библиографический список содержит 172 источника.**

**В приложениях** представлены информационные материалы, иллюстрирующие эмпирическое исследование, проведенное автором в рамках работы над диссертацией.

Основные результаты диссертационного исследования представлены автором в следующих публикациях:

1. Шуба, С.А. Особенности мотивации на эффективный труд в социальных организациях средств массовой информации // Научные труды

Института послевузовского профессионального образования СГА. Выпуск 19. Гуманитарные науки. Экономика. Юриспруденция. Социология и философия. – М., 2006. – С. 98–105.

2. Шуба, С.А. Влияние факторов внутренней среды на эффективность социального управления организациями средств массовой информации (СМИ) // Научные труды Института послевузовского профессионального образования СГА. Выпуск 8. Гуманитарные науки. Экономика. Юриспруденция. Социология и философия. Социология управления. – М., 2008. – С.111–118.

3. Шуба, С.А. Влияние факторов внешней среды на эффективность социального управления организациями средств массовой информации (СМИ) // Вестник Университета. Выпуск 4 (42). Социология управления. – М., 2008. – С. 113–115.

С.А. Шуба



Отпечатано в ООО «Компания Спутник+»  
ПД № 1-00007 от 25.09.2000 г.  
Подписано в печать 24.10.08.  
Тираж 80 экз. Усл. п.л. 1,44  
**Печать авторефератов (495) 730-47-74, 778-45-60**