

террористических актов, им менее всего следует брать за образец американскую систему. Во-первых, она создавалась для решения совсем других задач, а во-вторых, за время ее эксплуатации стали видны ее существенные недостатки. Если сосредоточиться на решении задачи оптимизации риск-коммуникации между населением и властью по поводу риска террористической угрозы – то вместо американской модели более эффективным выглядит внедрение бинарной шкалы оценки террористической угрозы.

Литература

1. Beck, U. *The Terrorist Threat: World Risk Society Revisited* // *Theory, Culture & Society*. 2002. Vol. 19. No. 4. Pp. 39–55.
2. Толмач А.Д. Феномен терроризма в массовом сознании // *Социологические исследования*. 2009. №4. С. 82–88.
3. Sjöberg, L. *The Perceived Risk of Terrorism* // *Risk Management*. 2005. Vol. 7. No. 1. Pp. 43–61.
4. Heldring, M. *Talking to the public about terrorism: Promoting health and resilience* // *Families, Systems, & Health*. 2004. Vol. 22. No. 1. Pp. 67-71.
5. Shapiro, J. N., Cohen, D. K. *Color Bind: Lessons from the Failed Homeland Security Advisory System* // *International Security*. 2007. Vol. 32. No. 2. Pp. 121–154.
6. Jenkin, C. M. *Risk Perception and Terrorism: Applying the Psychometric Paradigm* // *Homeland Security Affairs*. 2006. Vol. 2. No. 2. Pp. 1–14. URL: <http://www.hsaj.org/pages/volume2/issue2/pdfs/2.2.6.pdf> (дата обращения: 27.09.2010).

ПОЛИЛИНГВАЛЬНЫЕ КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ В ГЛОБАЛИЗУЮЩЕМСЯ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Трунтова Е.С. (Балашов), Волкова О.А. (Белгород)

Статья подготовлена по результатам эмпирического социологического исследования, проведенного в период 2009-2010 гг. в нескольких городах Российской Федерации (г. Москва, г. Саратов, г. Балашов Саратовской области) и в Германии (г. Мюнхен). В исследовании применялись методы: 1) контент-анализ сайтов трудоустройства; 2) анкетирование студентов и специалистов-

практиков; 3) экспертное интервью с учеными. Исследование проводилось применительно к сфере менеджмента.

Сегодня менеджмент стал одним из важнейших факторов конкурентной борьбы в условиях рыночной экономики. С переходом экономики России на рыночные рельсы это понятие получило широкое распространение и в нашей стране, теоретический и практический отечественный опыт в области управления насчитывает не одно столетие. Быть менеджером означает уметь организовать и контролировать работу других людей. Введение категории полилингвизм в научный оборот социологии менеджмента и социологии языка является следствием функциональных изменений в системе менеджмента, носящих адаптивный характер. Трансформация современного российского менеджмента под влиянием полилингвизма представляет собой предсказуемый, направленный социальный процесс, предполагающий интеграцию и адаптацию в глобальной системе менеджмента.

Процесс глобализации, с одной стороны, стимулирует единообразие языкового поведения людей как членов всемирного общества, с другой стороны, глобализация ведет к культурному многообразию, что в языковом поведении реализуется как полилингвизм. Происходит процесс распределения сфер коммуникативных практик между активно функционирующими языками. Глобализация формирует новые типы глобальных коммуникативных практик: мировая наука, международное образование, международный бизнес. По мнению Н.Э. Гронской, рассматриваемая эволюция «Global English» является естественным лингвистическим процессом, позволяющим наблюдать и изучать мировую языковую ситуацию, которую предлагается именовать глобаллингвизмом, в ее динамическом развитии [1].

По социологическим данным, полилингвов в мире больше, чем монолингвов. Около 70 % населения земного шара в той или иной степени владеют двумя или более языками [3; С. 49-57]. Поскольку современное общество под влиянием процессов глобализации становится полилингвальным, отмечается социальная потребность в развитии полилингвизма [3; С. 49-57] по схеме: «монолингвизм – билингвизм – полилингвизм». Полилингвизм выступает не только как отражение социальных структур и процессов, но и как фактор, оказывающий влияние на структуры и процессы социума.

Так как в настоящее время технический прогресс делает мир компактным, бизнес становится международным. Однако

полилингвальная некомпетентность профессиональной группы российских менеджеров не позволяет им прогрессировать с той же скоростью, что и технология. Успешность отдельного менеджера, работающего достаточно обособленно, бывает очень низка; социально-профессиональные группы, практикующие групповой успех, оказываются конкурентоспособнее. Развитие социального института менеджмента и соответствующей социально-профессиональной группы является важной тенденцией развития российского общества.

В настоящее время уровень знания менеджерами социально-профессиональных явлений и процессов недостаточен. Привнесение полилингвальных навыков повышает уровень уверенности в принимаемых решениях, создает предпосылки для последовательного и более полного использования внешних условий [2; С. 32].

Таким образом, целями современного международного менеджмента являются: формирование, развитие и использование конкурентных преимуществ фирмы и сотрудников за счет ведения бизнеса в различных странах. Менеджер, являясь существом социальным, должен постоянно находиться в глобальном пространстве контекстов и смыслов, которые формируют и определяют систему его профессиональных ценностей.

Литература

1. Гронская Н.Э. «Полилингвизм versus глобаллингвизм: языки на весах глобализации» // VI Конвент Российской Ассоциации Международных Исследований (РАМИ) Официальный сайт: <http://www.convention2010.risa.ru/>;
2. Сурков С.А., Лукашев А.М., Бойко Ю.П. Использование социальных процессов для повышения эффективности деятельности менеджеров // *Кадры предприятия* №11, 2005. С 32;
3. Харисов Ф.Ф. Двуязычие и многоязычие как социальная потребность полилингвального общества // *Вестник Казанского государственного педагогического университета*. 2003. №1. С. 49-57.

ВИРТУАЛЬНОЕ ТРУДОВОЕ ПРОСТРАНСТВО – ТРЕНДЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ФРИЛАНСА КАК МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТРУДОВОЙ ЗАНЯТОСТИ

В.С. Харченко (Екатеринбург)

Мир труда становится все более многообразным – изменяются формы организации бизнеса, рынки труда приобретают формы «бирж удаленной работы», в сфере занятости доминируют нестандартные типы занятости, а на смену наемному работнику организации приходит удаленный работник (телеработник) и свободный занятый – фрилансер.

Использование в организации и развитии бизнеса практики выведения сотрудников и(или) направлений работы организации (аудит, бухгалтерия, информационная поддержка и пр.) за штат – аутстаффинг и аутсорсинг – является необходимым условием для гибкости и адаптивности. Внедрение и распространение аутстаффинга в деятельности организацией и фирм имеют как преимущества – в первую очередь экономические и профессиональные – так и недостатки в виде снижения корпоративной солидарности, или рисков утечки конфиденциальной информации [1]. Так же отметим, что формы организации трудовых отношений в виде виртуальных или временных проектов получают название «freelancer's pools» [2]. Это означает, что свободные работники (фрилансеры) объединяются в рабочие группы – виртуальные сообщества – распределяют между собой объем работ и этапы реализации проекта, выполняют её сообща, а по окончании выполнения проекта «рабочая группа» распадается. В итоге участники виртуального «рабочего коллектива» получают не только материальное вознаграждение и опыт профессиональной деятельности, но и социальный капитал в виде связей с co-worker'ами и заказчиками проекта. Далее образование новых «freelancer's pools» реализуется в многообразных комбинациях в зависимости от, например, профессионализма потенциальных участников, или возможности участвовать в других проектах. Таким образом, в e-lance есопону рабочее пространство фрилансеров (или как специально выделяют такой тип работников – е-лансеров) образуются в сети, а «сила слабых связей» (Грановеттер) приводит к тому, что работники зарабатывают, выстраивают профессиональную коммуникацию и формируют профессиональные сообщества.

Анализ таких форм занятости как вторичная, неформальная, дополнительная, вытесняющая являются достаточно популярной темой исследований экономистов и экономсоциологов – Барсукова С.Ю., Заиченко С.А., Клеман К., Попова И.П., Стребков Д.О., Шевчук А.В. и др. [3]. Если центральные идеи в изучении нестандартной занятости сформулированы как последствия нестабильности организаций и общества, а также социально-экономические изменения, то в литературе о фрилансе и фрилансерах, имеющей характер популяризации свободной занятости – например, «Фриланс. Когда сам себе начальник» [4], - нестабильность есть норма, а главным «козырем» такой нестабильности является *свобода*. В российском исследовании фрилансеров [5] распространение «нетрадиционных» форм занятости показывают, что современный работник готов самостоятельно справляться с вызовами информационного общества, где на место постоянной занятости приходят формы множественной или «портфельной» занятости. Понятие «портфельной» занятости становится наиболее адекватным для анализа свободных форм занятости, на основе которой формируется и новый тип работника – свободного агента. Профессиональная и трудовая карьера свободного работника становится «лоскутной», так как особенностями такого рода карьеры становятся множественная работа по проектам, нерегулярность занятости – колебание рабочего времени и объемов выполняемых работ и, конечно, оплаты труда.

Поэтому основной фокус исследований трудовых отношений, на наш взгляд, необходимо концентрировать на анализе нестандартных форм трудовой занятости. Специфика организации трудового пространства, взаимодействия с заказчиком, практики поиска новых проектов, коммуникации с «коллегами», а также баланс работы и приватной жизни – это лишь некоторые темы, которые мы считаем важными для осмысления и изучения трансформаций в мире труда и профессиональной деятельности.

Итак, развитие коммуникаций, и широкие их распространение в деятельности организаций, неразрывно связано с увеличением числа свободных занятых, для которых рабочим местом становится «домашний офис» или любое другое место, в котором можно выполнять заказ или проект, коммуницировать с заказчиком(-ами) и(или) коллегами по работе. Клубок сетей, образующихся в пространстве бирж удаленной работы и сообществ фрилансеров, одновременно усложняется и очерчивает свои границы, поэтому исследование коммуникационных сетей в фрилансе становится

важным аспектом для понимания трендов в развитии экономики и трудовых отношений.

Литература

1. Любавская Е.Ю., Бочарникова О.В. Потенциал использования аутстаффинга в кадровой политике // *Фундаментальные исследования*, 2009, №1.

2. Gareis K. «Lancing – The Future of Work?»

3. Барсукова С.Ю. Формальное и неформальное трудоустройство: парадоксальное сходство на фоне очевидных различий // *Социологические исследования*. 2003. № 7. С.3–15.; Заиченко С.А. Занятость в Интернет: нетипичные свойства и новые подходы к изучению // *Экономическая социология*, 2002. Т. 3. №5. С. 93–110.; Клеман К. «Флексибельность по-российски»: очерк о новых формах труда и подчинения в сфере услуг // *Социологический журнал*. 2007. № 4; Попова И.П. «Вытесняющая» вторичная занятость (специалисты депрессивных предприятий) // *Социологические исследования*. 2002. № 10. С. 57–66.; Стребков Д.О., Шевчук А.В. Фрилансеры на электронных рынках: роль социальных связей // *Экономическая социология*, 2009. Т.10, №5. С.11–32.

4. Мурадова А. Фриланс: когда сам себе начальник. М., 2007; Кузнецова С. Фриланс. Как заработать \$1000 в месяц, не приходя в офис. М., 2009.

5. Стребков Д. О., Шевчук А. В. Фрилансеры в информационной экономике: как россияне осваивают новые формы организации труда и занятости (по результатам Первой всероссийской переписи фрилансеров). Препринт WP4/2009/03. М.: ИД ГУ ВШЭ. 2009. <http://new.hse.ru/C3/C18/preprintsID/default.aspx?view=WP4/2009/04>.

ВИРТУАЛЬНЫЕ ПОДАРКИ

Хасанова Ю.В. (Саратов)

Подарки постоянно присутствуют в нашей жизни с раннего детства. Этот феномен играет важную роль в жизни каждого человека, поскольку почти каждый получает подарки и дарит их. Подарки присутствуют во всех праздничных и непраздничных ритуалах. История подарков началась с момента появления человека и продолжает развиваться до сих пор. Подарки несут в себе несколько функций: функция поддержания социальных сетей и функция разрыва повседневности[1].