особенностей «меньших» этносов, этнических групп по сравнению с «большей» общностью россиян. Подобный подход усматривается и в принятой в России в 2012 г. «Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2015 года». Среди недостатков данного документа: недостаточная терминологическая четкость, нивелирование статуса народов страны до объектов государственной национальной политики, доминирование задачи общероссийского гражданского самосознания над задачей сохранения этнокультурного разнообразия, неравновесность внимания к темам межэтнических отношений и этнокультурного разнообразия как такового. Именно поэтому ученые и общественные деятели призывают к формированию и реализации политики, позволяющей согласовать интересы личности и государства, этнических групп большинства и меньшинств.

При поддержке РФФИ (проект «Дивергенция будущего человека: конвергенция технологий, их философское осмысление и этико-правовое нормирование», грант № 17-23-01017а(м)).

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ РОТАЦИИ КАДРОВ ЯПОНСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

Е. Н. ЛЕБЕДЕВА, М. А. ДЕМИДОВА

Рост международной конкуренции, а также кризисные явления, которые переживает современная белорусская промышленность, требуют анализа положительного опыта управления предприятиями других стран и исследования возможностей его использования в условиях рыночной экономики Республики Беларусь. В частности, это касается одной из самых эффективных систем управления – японского менеджмента. Безусловно, в силу влияния ментальных особенностей на характер менеджмента невозможно автоматически перенести всю японскую систему управления предприятием в организации Республики Беларусь. Однако представляется, что японские системы управления и организации производства нашим предприятиям воспринять все же проще, чем, например, американские, в связи со схожестью многих этнокультурных характеристик населения Беларуси и Японии.

Японская система менеджмента эффективна благодаря синергетическому действию ряда составляющих: системы пожизненного найма, системы кадровой ротации, системы «репутации», системы подготовки на рабочем месте и системы оплаты туда.

Особую роль играет система кадровой ротации, которая позволяет руководству предприятия создавать условия для долгосрочной заинтересованной занятости сотрудников. Считается, что длительное пребывание работника в одной должности приводит к потере его интереса к работе и снижению уровня

ответственности, поэтому трудовая ротация является нормой и часто совмещается с продвижением по службе. В результате каждый служащий приобретает до пяти специальностей и становится профессионалом широкого профиля. Во многих случаях это решает проблему взаимозаменяемости кадров.

В зависимости от траектории движения в практике японских предприятий используют различные виды ротаций: 1) кольцевую; 2) безвозвратную; 3) рокировку. В зависимости от того, кто является инициатором, ротации могут осуществляться по инициативе администрации организации, по инициативе работника, по инициативе отдела по управлению персоналом. В белорусских бюджетных организациях руководители высшего и среднего звеньев в подавляющем большинстве случаев перемещаются по первому типу.

В организациях Республики Беларусь наиболее широко представлена вертикальная ротация, поскольку она сопряжена с наименьшим количеством бумажной волокиты и в целом более привычна. На наш взгляд, при текущем состоянии ротации в организациях Республики Беларусь именно горизонтальный вид ротации имеет наибольший шанс быть внедренным в управленческий аппарат. Горизонтальная ротация имеет ряд черт, благодаря которым она и получила столь широкое применение на предприятиях Японии. Среди них самыми значительными являются возможность перспективного обучения как внутри компании (внутренняя школа), так и внешнего обучения, что может рассматриваться в качестве одного из мотивирующих факторов для деятельности сотрудников.

В целом японская практика разработки системы менеджмента, основанная на творческом, осознанном и целенаправленном соединении принципов американского менеджмента с приемами, обусловленными национальной ментальностью, может стать основой совершенствования менеджмента в Республике Беларусь.

ДЕНЬГИ КАК УНИВЕРСАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ЭКОНОМИКЕ И КУЛЬТУРЕ

И. Ю. ЛЕМЕЦ

Долгое время анализ роли денег в социальной коммуникации сводился лишь к выявлению их инструментальной функции – обеспечению качества и возможностей коммуникации. Сейчас очевидно, что подобный подход к деньгам не отражает их истинного значения. Деньги с момента своего появления уже выступали элементом коммуникации, а именно – выполняли функцию сообщения. В настоящее же время они стали универсальным языком общения, приобретя свойство абсолютной значимости, доминирующей во всех культурах. Деньги приобрели статус определяющей характеристики субъектов коммуникации, став не только средством обмена, но и символом, определяющим социальный статус, связанный с общим количеством наличия денег у субъекта.