

Kynev A.V., Liubarev A.E. *Partii i vybory v sovremennoy Rossii: Evoliucija i devoliucija. [Parties and Elections in Modern Russia: Evolution and Devolution]*. M.: «Liberal'naja missija» Fund Publ.; Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 2011. 266 p.

Podyachev C.V. *Protestnoe dvizhenie v Rossii «nulevykh»: genesis i specifika [The Protest Movement in Russia of the 2000s: Genesis and Specificity]*. – *Vestnik Instituta sociologii* (on-line scientific journal). 2012. No 5. URL: [http://www.vestnik.isras.ru/files/File/Vestnik\\_2012\\_5/Podyachev.pdf](http://www.vestnik.isras.ru/files/File/Vestnik_2012_5/Podyachev.pdf)

УДК 316.305-057.175

**ВЯТКИНА Наталья Владимировна** – аспирант кафедры социологии и политологии Пермского национального исследовательского политехнического университета (614990, Россия, г. Пермь, Комсомольский просп., 29; [zxcx1@yandex.ru](mailto:zxcx1@yandex.ru))

## СОЦИАЛЬНО-СТАТУСНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

**Аннотация.** В статье исследуются взаимосвязи между социально-статусными и ценностно-мотивационными характеристиками управленческой деятельности и инновационными процессами в российском обществе. Социально-статусные характеристики влияют на процессы формирования профессионального самосознания, самооценку, мотивацию и культуру управления менеджеров среднего звена. Показано, что необходимым условием управленческой деятельности руководителя любого уровня, обеспечивающей рост инновационного потенциала организации, является завершенность социального образа и успешность профессии менеджера. В контексте рассмотрения категории «социальный успех менеджеров среднего звена» приводится графическая модель взаимосвязи социально-статусных характеристик менеджеров и инновационного потенциала компаний. Связующим элементом модели выступает профессиональная компетентность менеджера, что позволяет использовать предложенную модель для экспериментального исследования социальной структуры профессиональной группы менеджеров среднего звена, которая в современных социально-экономических условиях в рамках сложившихся социально-статусных позиций может выступать движителем процессов модернизации и трансформации российского общества.

**Ключевые слова:** социальный статус, управленческая деятельность, менеджмент, социология менеджмента, инновационный потенциал

Переход к инновационной экономике, являющейся базисом нового информационного общества, предполагает внедрение управленческих инноваций с учетом национальной российской специфики менеджмента. Эта специфика выражается в наиболее распространенных способах и методах организации бизнеса, обусловленных национально-культурными особенностями, или менталитетом. Внедрение управленческих инноваций должно подкрепляться соответствующим качеством «профессионального субстрата» – менеджмента, подпитываемого социальными установками на модернизацию. Прежде всего, это касается менеджеров среднего звена – профессиональной социальной группы, члены которой реализуют функции оперативно-тактического управления менеджерами низшего звена на предприятиях различных форм собственности в рамках стратегий, определяемых высшим менеджментом.

Социальный успех данной профессиональной группы во многом предопределяет преобладающие парадигмы управленческой деятельности, оказывающей влияние на динамику инновационного потенциала предприятий и на инновационный процесс в обществе в целом. Поэтому важно установить модели взаимовлияния социально-статусных факторов профессиональной деятельности менеджеров среднего звена на коммерческих предприятиях России и процесса перехода к инновационному обществу.

В ходе ранее выполненных исследований было показано, что социальный образ профессии и социальный успех связаны между собой причинно-следственными и функциональными связями, обусловленными в т.ч. общностью ряда компонентов, составляющих содержание рассматриваемых категорий [Вяткина 2014: 71]. В рамках предметной области социально-статусных характеристик профессиональной деятельности к понятиям «социальный успех» и «социальный образ профессии» примыкают понятия «репутация» и «социальный статус».

По наблюдению М.А. Шабановой, конкретный вклад менеджеров в институциональные трансформации российского общества в значительной степени определяется качеством более широкой социальной системы, являющейся средой функционирования коммерческих организаций. Показателями качества этой среды являются ресурсный потенциал различных социальных групп, включающий уровень развития человеческого потенциала, прогрессивность и крепость формально-правовых оснований для деловой активности, степень их легитимности и т.д. [Шабанова 2011: 27].

Скорость инновационного развития общества определяется его инновационным потенциалом, интегрирующим инновационные потенциалы различных его институтов и стран. Инновационный потенциал бизнес-сообщества складывается из инновационных потенциалов отдельных предприятий и организаций, т.е. их возможностей в достижении целей за счет реализации инновационных проектов.

Инновационный потенциал компании определяется креативностью ее менеджмента и персонала, т.е. их индивидуальными и групповыми способностями к инновациям, реализацией потребности в самообразовании и профессиональной подготовке, социальной солидарности и уверенности. Ю.Г. Волков характеризует креативный класс как группу, занятую в интеллектуальном производстве, для которой творческая самореализация выступает основным социально-статусным показателем. Креативность верифицируется критериями инновационности, нацеленности на профессиональную самореализацию, профессиональным альтруизмом, ценностями свободы, творчества и развития личности [Волков 2010: 50].

Ценность понимается как синоним равнодушия человека к тому или иному аспекту действительности, необходимому для его сохранения и развития. Система человеческих ценностей способна при определенных условиях подтолкнуть человека к практическим действиям, направленным на воплощение этих ценностей в жизнь [Нестерова 2012: 2006]. В трудовой и управленческой деятельности осознание человеком социальной ценности результата его труда определяется степенью индивидуальных и групповых представлений о требованиях к результату труда, отношением к делу, эмоциональными проявлениями и сознательным предвосхищением социальной ценности объекта труда [Любенко 2003: 68].

Э.В. Бушкова-Шиклина в своем диссертационном исследовании определяет систему ценностных ориентаций менеджеров как целостное образование, включающее три группы ценностных ориентаций, реализуемых в процессе принятия управленческих решений [Бушкова-Шиклина 2007: 111]: 1) характеризующие лидерский потенциал менеджера; 2) обеспечивающие успешность взаимодействия менеджера с коллективом, людьми; 3) способствующие эффективности процесса принятия управленческих решений.

Автор устанавливает, что ценностные ориентации, регулирующие поведение менеджеров в профессиональной сфере, тесно связаны с ценностными ориентациями, реализуемыми в межличностной сфере среди всех групп менеджеров. Иерархии профессиональных и личностных ценностей менеджеров обусловлены их принадлежностью к той или иной статусной группе внутри организации. Иерархии личностных ценностей менеджера также зависят от уровня управления: они различны для менеджеров среднего и высшего звена [Бушкова-Шиклина 2007: 113]. Связующим звеном между индивидуально-личностным контекстом (личностными ценностями) и социально-личностным контекстом (профессиональными ценностями) выступают личностные стратегии менеджера.

Е.А. Смирнов рассматривает их как важнейший способ конструирования жиз-

ненного пути и управленческой деятельности менеджера за счет поэтапного формирования модели будущего. В ходе формирования личностной стратегии управленец осуществляет процедуры выбора, построения и презентации своего жизненного и социального проекта. На основе доминирующих ценностных ориентаций менеджер выбирает и обосновывает одну из стратегий (например, благополучие, успех или самореализация). Современный менеджер предпочитает, как правило, стратегию жизненного и делового успеха [Смирнов 2003: 202].

Социальный успех интегрирует в себе привлекательные идеальные образы, оформленные из системы ценностей, являющиеся сильнейшими мотиваторами деятельности человека. В.П. Колкутина связывает модель успеха с ролевым дифференцированием деятельности, в т.ч. управленческой. Мотивируя деятельность человека на достижение определенных ценностно-привлекательных атрибутов жизнедеятельности, модель успеха одновременно приобретает к желаемым в данной социальной структуре формам поведения, стимулирует активность человека в направлении достижения позиций в социальной структуре, которые предполагают прямой доступ к ценным ресурсам общества и получение вознаграждений, оцениваемых индивидом как наиболее необходимые [Колкутина 2007: 76].

Таким образом, управленческие роли – нормативно одобренные образы поведения, ожидаемые от каждого члена сообщества менеджеров того или иного уровня, – определяются определенными мотивами и установками реализации ценностных ориентаций. Э.В. Бушкова-Шиклина перечисляет среди основных групп таких мотивов следование социальным нормам и традициям; стремление к стабильности и получению опыта; самореализацию посредством власти и лидерства; долженствование по отношению к друзьям и подчиненным [Бушкова-Шиклина 2007: 115].

Д.Л. Любенко утверждает, что на общий уровень активности руководителя и его управленческую концепцию успешности может воздействовать социальное восприятие образа профессии. При прочих равных условиях высокая степень идентичности социального образа профессии снижает затраты управленческих ресурсов и способствует трансформации профессиональной солидарности в корпоративную культуру [Любенко 2003: 71].

В исследовании Л.И. Дементия приведена иерархия факторов достижения успеха с точки зрения оптимально ответственных респондентов российского общества, т.е. лиц, ориентированных на развитие, инновационность: личная ответственность, трудолюбие и настойчивость, интеллектуальность, социальный статус, доброжелательность, социальная компетентность, работа и семья [Дементий, Лейфрид 2012: 294]. В теории социальных представлений в качестве значимых элементов эмоциональной саморегуляции и самоотношения человека, способствующих профессиональной самореализации и совершенствованию личности, рассматриваются: установка на успех, чувство удовлетворенности от достижения поставленной цели, приобретение престижа и статуса.

В условиях реформирования российской экономики деятельность менеджера характеризуется возрастающей стратегической, аналитической, инновационной и творческой направленностью, усилением персонального начала и жесточением ответственности за принимаемые решения. Применительно к деятельности менеджеров Р.А. Мовчан рассматривает инновационно-деятельностную активность как производную от экономической активности с ее социологическими индикаторами. При этом существует прямая зависимость между новой формой экономического поведения, укорененного в социальном контексте, и ее носителями – менеджерами среднего звена [Мовчан 2007: 75].

В связи с проблемностью существующей институциональной среды для накопления инновационного потенциала в среде менеджеров М.А. Шабанова называет три их важных качества: специфическое понимание деловой репутации, уровень институционального и персонального доверия, а также особенности правового сознания и поведения [Шабанова 2011: 37].

Основу эффективности управления коллективом любой организации, по мнению В.В. Казакова, составляет реализация ролевого потенциала и социальных качеств руководителя, учет социального контекста и использование менеджерами много-

образия социальных технологий [Казаков 2007: 182]. Поэтому ведущим базисным принципом социологической концепции социальной роли руководителя выступает поход, связанный с пониманием его управленческой функции, направленной на управление людьми как субъектами деятельности и человеческими ресурсами как основой для создания других ресурсов.

Р.Р. Гарипов выделяет следующие необходимые качества, которыми должны обладать менеджеры нового типа: изобретательность и способность к инновациям; способность к риску; стремление к саморазвитию; умение работать с людьми и формировать коллектив; способность управлять собой; профессиональная компетентность и профессиональная честность [Гарипов 1999: 123]. А.В. Рушева добавляет к ним такой показатель, влияющий на эффективность процесса принятия управленческих решений, как стиль принятия управленческих решений. Кроме того, она отмечает, что степень совершенства процедуры оценки деятельности имеет большое значение при установлении соответствия руководителей занимаемой должности и возможности раскрытия в них творческого потенциала [Рушева 2007: 165].

Детерминантами и составляющими профессиональной компетентности менеджера являются коммуникативная и социальная компетентности. По определению Л.М. Поляновой, коммуникативная компетентность менеджера является интегральной характеристикой управленческого потенциала организации и играет ведущую роль в повышении коммуникативной эффективности системы корпоративного управления в целом [Полянова 2009: 154]. Становление и развитие коммуникативной компетентности менеджеров определяется развитием парадигмы управленческих отношений, что нашло свое выражение в процессе менеджериализации. С точки зрения социологии управления детерминантами повышения коммуникативной компетентности менеджеров являются квалификационная и содержательная составляющие. Таким образом, коммуникативная и профессиональная компетентности находятся в прямой зависимости друг от друга. Социальная компетентность управляющего, его социальное развитие предусматривает адекватность в сфере взаимодействия, умение предупреждать конфликты в коллективе, гибкость стиля управления.

Профессиональная, коммуникативная и социальная компетентности менеджера обусловлены социальным образом профессии, который, по заключению Д.Л. Любенко, должен включать в себя совокупность образных проекций множества знаний и умений, обеспечивающих социально и управленчески значимое межличностное взаимодействие [Любенко 2003: 75]. Социальный образ развивающегося и успешного руководителя находит свое выражение в профессиональной готовности осознанно, своевременно и творчески решать многообразные управленческие задачи.

По нашему мнению, сформированность социального образа профессии менеджера, подкрепленного социальным успехом, – необходимое условие оптимальной управленческой деятельности руководителя любого уровня, обеспечивающей согласованность деятельности коллектива, рост управленческого потенциала и, как следствие, – инновационного потенциала организации (см. рис. 1).

Приведенная графологическая модель взаимосвязи социально-статусных характеристик менеджеров и инновационного потенциала компаний позволяет заключить, что в современных социально-экономических условиях менеджеры среднего звена в рамках своих социально-статусных позиций могут выступать движителями процессов модернизации и трансформации российского общества. Нарращивание профессионально-делового, управленческого и инновационного потенциала этой профессиональной социальной группы приводит к сдвигам в институциональной среде, срабатыванию положительной обратной связи, которая в свою очередь может серьезно расширить этот креативный слой.

Представленную модель предполагается использовать в последующем эмпирическом исследовании социальной структуры и социально-статусной сферы профессиональной группы менеджеров среднего звена коммерческих предприятий России.

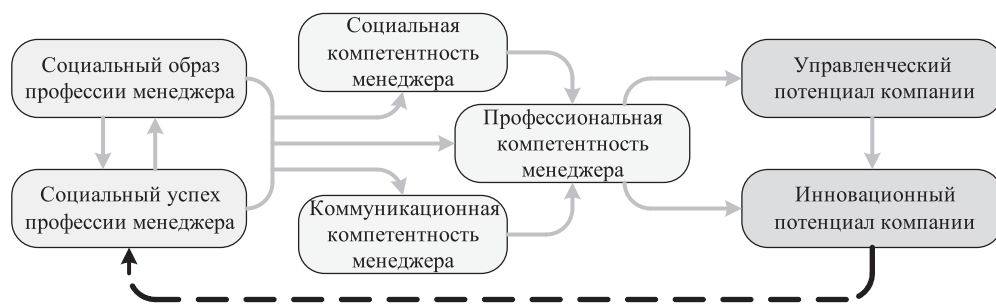


Рисунок 1 Обобщенная модель взаимосвязи социально-статусных характеристик менеджеров и инновационного потенциала компаний

### Список литературы

Бушкова-Шиклина Э.В. 2007. *Ценностные ориентации менеджеров и процесс принятия управленческих решений: корреляционные связи*: дис. ... к.соц.н. Нижний Новгород. 203 с.

Волков Ю.Г. 2010. Креативный класс: поиск социологического концепта. — *Россия реформирующаяся*. № 9. С. 43-60.

Вяткина Н.В. 2014. Информационные аспекты исследования социального успеха менеджеров среднего звена в контексте инновационного развития России. — *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. № 1. С. 68-76.

Гарипов Р.Р. 1999. *Образ жизни современного менеджера*: дис. ... к.соц.н. Казань. 145 с.

Дементий Л.И., Лейфрид Н.В. 2012. Ответственность как детерминанта социальных представлений об успехе и условиях его достижения. — *Вестник Омского университета*. № 3. С. 289-295.

Казаков В.В. 2007. *Ролевой потенциал руководителя среднего звена строительной организации: опыт социологического анализа*: дис. ... к.соц.н. Екатеринбург. 192 с.

Колкутина В.П. 2007. Ценностный характер социального мифа. Ценность «успех». — *Современные наукоёмкие технологии*. № 3. С. 74-77.

Любенко Д.Л. 2003. *Воздействие социального образа профессии на управленческую активность менеджера*: дис. ... к.соц.н. Саратов. 184 с.

Мовчан Р.А. 2007. Инновационно-деятельностная активность как категория социологического анализа. — *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Сер. Социальные науки*. № 3. С. 72-75.

Нестерова Н.В. 2012. Успех как актуальная ценность современной личности в России: опыт эмпирического исследования в условиях качественной парадигмы. — *Материалы IV Всероссийского социологического конгресса «Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие». Сессия 13. «Российская социология сегодня»*. С. 2004-2008. Доступ: <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part13.pdf>

Полянова Л.М. 2009. *Социальная оценка управленческого персонала как фактор совершенствования системы управления организацией*: дис. ... к.соц.н. СПб. 177 с.

Рушева А.В. 2007. *Процесс разработки и принятия управленческих решений в социальных учреждениях: социологический аспект*: дис. ... к.соц.н. Н. Новгород. 191 с.

Смирнов Е.А. 2003. *Стратегии жизни и деятельности современного руководителя: Социологический анализ*: дис. ... д.соц.н. М. 364 с.

Шабанова М.А. 2011. Новое поколение предпринимателей и менеджеров в меняющейся институциональной среде. — *Журнал институциональных исследований*. Т. 3. № 2. С. 23-38.

VYATKINA Natalia Vladimirovna, postgraduate of the Department of Sociology and Political Science, State National Research Polytechnic University of Perm (Komsomol'skij prospect, 29, Perm, Russia, 614990; zxcx1@yandex.ru)

## SOCIAL STATUS CHARACTERISTICS OF MANAGEMENT AS DETERMINANTS OF FORMATION OF INNOVATION SOCIETY

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the relationship between the social status and the value motivation in processes of management and innovation in the Russian society. The author demonstrates that the perfection of a social image and success of the manager's profession is a necessary condition for the management activities of any manager leading to the increase of the innovative potential of the organization. Considering the problem of a social success of middle managers the author provides a graphic model of the correlation between the social status of a manager and the innovative potential of a company.

**Keywords:** social status characteristics, social success, management, middle managers, innovative potential

### References

- Bushkova-Shiklina E.V. *Tsennostnye orientatsii menedzherov i protsess prinyatiya upravlencheskikh resheniy: korrelyatsionnye svyazi*: dis. ... k.sots.n. [Value Orientations of Managers and the Process of Management Decision-making: Correlation Links: Cand. Soc. Diss.]. Nizhny Novgorod. 2007. 203 p.
- Dementiy L.I., Leyfrid N.V. Responsibility as the Determinant Factor of Social Views on Success and Its Conditions. — *Vestnik Omskogo universiteta*. 2012. No 3. P. 289-295. (In Russ.)
- Garipov R.R. *Obraz zhizni sovremennogo menedzhera*: dis. ... k.sots.n. [The Life Style of a Modern Manager: Cand. Soc. Diss.]. Kazan'. 1999. 145 p.
- Kazakov V.V. *Rolevoy potentsial rukovoditelya srednego zvena stroitel'noy organizatsii: opyt sotsiologicheskogo analiza*: dis. ... k.sots.n. [The Role Potential of the Middle Managers of Construction Company: the Experience of the Sociological Analysis: Cand. Soc. Diss.]. Ekaterinburg. 2007. 192 p.
- Kolkutina V.P. The Essence of a Success Value Social Myth. — *Sovremennye naukoemkie tekhnologii*. 2007. No 3. P. 74-77. (In Russ.)
- Lyubenko D.L. *Vozdeystvie sotsial'nogo obraza professii na upravlencheskuyu aktivnost' menedzhera*: dis. ... k.sots.n. [Influence of a Profession Social Image on a Manager's Administrative Activity: Cand. Soc. Diss.]. Saratov. 2003. 184 p.
- Movchan R.A. Innovative Business Activity as a Category of the Sociological Analysis. — *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. Ser. Sotsial'nye nauki*. 2007. No 3. P. 72-75. (In Russ.)
- Nesterova N.V. Success as an Actual Value of a Modern Person in Russia: experience of the empirical research under conditions of a qualitative paradigm. — *Materialy IV Vserossijskogo sotsiologicheskogo kongressa «Sociologiya i obshchestvo: global'nye vyzovy i regional'noe razvitiye». Sessija 13. «Rossijskaja sociologiya segodnja» [The Materials of the 4<sup>th</sup> Regular All-Russian Sociological Congress «Sociology and Society: Global Challenges and Regional Development». Session 13. «The Russian Sociology Today»]*. P. 2004-2008. URL: <http://www.ssa-rss.ru/files/File/congress2012/part13.pdf>
- Polyanova L.M. *Sotsial'naya otsenka upravlencheskogo personala kak faktor sovershenstvovaniya sistemy upravleniya organizatsiyey*: dis. ... k.sots.n. [Social Valuation of the Executive Staff as a Factor of the Enhancement of a Management System of Organization: Cand. Soc. Diss.]. Saint Petersburg. 2009. 177 p.
- Rusheva A.V. *Protsess razrabotki i prinyatiya upravlencheskikh resheniy v sotsial'nykh uchrezhdeniyakh: sotsiologicheskii aspekt*: dis. ... k.sots.n. [The Process of Development Making Management Decisions in Social Organizations: the sociological aspect: Cand. Soc. Diss.]. Nizhny Novgorod. 2007. 191 p.
- Shabanova M.A. New Generation of Businessmen and Managers in Changing Institutional Environment. — *Zhurnal institutsional'nykh issledovaniy*. 2011. Vol. 3. No 2. P. 23-38. (In Russ.)
- Smirnov E.A. *Strategii zhizni i deyatel'nosti sovremennogo rukovoditelya: Sotsiologicheskii analiz*: dis. ... d.sots.n. [Strategies of Living and Activity of the Contemporary Administration: the sociological analysis: Dr. Soc. Diss.]. Moscow. 2003. 364 p.
- Volkov Yu.G. Creative Class: Looking for the Sociological Concept. — *Rossiya reformiruyushchayasya*. 2010. No 9. P. 43-60. (In Russ.)
- Vyatkina N.V. Informational Aspects of the Social Success of the Middle Managers in the Context of the Innovation Development of Russia. — *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskie nauki*. 2014. No 1. P. 68-76. (In Russ.)