

УДК 316.334.23 (470.53)

Г.И. Селеткова

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ НАСЕЛЕНИЕМ (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

Рассматриваются сущностные характеристики дефиниции социально-профессиональной идентификации. Анализируется оценка социального статуса предпринимателей и руководителей как характеристика социально-профессиональной идентификации. Представлены также особенности в оценках социального статуса предпринимателей и руководителей «другими»: рабочими, специалистами и служащими.

Ключевые слова: *социально-профессиональная идентификация, социальный статус, социально-профессиональная самоидентификация, бизнес, предприниматель, руководитель, служащий, рабочий, специалист, студент.*

В современной социологической науке проблемы предпринимательства и бизнеса вызывают особый интерес: данные социальные группы являются фундаментальной составляющей общества, выступают основой социально-экономической стабильности и развития общества как представители среднего класса. Бизнес как социально-профессиональная среда и предприниматели как ее представители выступают объектом большого числа социологических исследований. Изучение бизнеса как деятельности и социально-профессиональной среды дает возможность более полного социологического анализа предпринимателей. Наиболее актуальной предметной областью социологических исследований является социально-профессиональная идентификация.

Социально-профессиональная идентификация предпринимателя сопровождается постижением норм, ценностей, социально-профессиональных ролей и других аспектов бизнес-сообщества, формированием представлений о своих социально-профессиональных качествах, способностях и других характеристиках, обеспечивающих профессионализацию. Социально-профессиональную идентификацию необходимо рассматривать и в рамках профессионального становления предпринимателя, бизнесмена, специфику выбора пути профессионального развития. В зависимости от идентификации выстраиваются жизненные цели, поэтому предприниматель, нашедший свое место в социально-профессиональной среде, лучше адаптируется к социуму,

© Селеткова Г.И., 2016

Селеткова Гюзель Ильясовна – ассистент кафедры социологии и политологии ФГБОУ ВПО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», e-mail: guzal.ka@mail.ru.

добивается большего успеха. Ввиду этого социально-профессиональная идентификация – междисциплинарная проблема, которая изучается социологами, психологами, философами, политологами.

С социологической точки зрения наиболее важным в социально-профессиональной идентификации является «социальный механизм» идентификации, какие социальные институты, социальные группы оказывают влияние на идентификацию, а также каковы последствия наличия или отсутствия процесса идентификации. В рамках анализа социально-профессиональной идентификации представляется интересным фрейм-анализ И. Гофмана. Социальные фреймы, по мнению И. Гофмана, «обеспечивают фоновое понимание событий, в которых участвует воля, целеполагание и разумность, – живая деятельность, воплощением которой является человек» [1, с. 82–83]. Так, социально-профессиональная идентичность может выступать фоном для интерпретации событий. Самоидентификация и идентификация другими в своей основе являются ситуативными и контекстуальными. При этом они находятся в диалектическом взаимодействии и не обязательно совпадают, так как есть еще один «ключевой тип внешней идентификации, который не имеет соответствия в области самоидентификации. Это формализованные, кодифицированные, объективированные системы категоризации, созданные мощными институтами власти, одним из которых является современное государство» [2, с. 91].

Д.В. Шляков определяет социально-профессиональную идентификацию как «динамичный процесс, развивающийся в рамках профессиональной деятельности, через социальное взаимодействие работников, организации и общества по формуле – “от ожиданий к обязанностям” и “от обязанностей к ожиданиям”» [3, с. 20]. Из этого следует, что социально-профессиональную идентификацию необходимо рассматривать как процесс отождествления себя с социально-профессиональной группой в социальном пространстве через социальное взаимодействие работника, организации, социально-профессиональной группы и общества, а также принятия отраженных оценок других. И при этом она определяется оценкой образа профессии и профессиональной группы с точки зрения статусных позиций и качества деятельности данной профессиональной группы, ее ролью в функционировании общества, а также степенью соответствия идеального образа профессии реальной деятельности индивида.

Профессиональная идентификация не может проходить вне социального взаимодействия, «согласно символическому интеракционизму, идентификация невозможна вне коммуникаций» [4, с. 75]. По мнению Г.Г. Дилигенского могут «акцентироваться, выдвигаться на первый план и выступать в тех или иных комбинациях разные аспекты индивидуальной профессиональной ситуации» [5, с. 83–85].

В социально-профессиональной идентификации можно выделить социальный, личностный уровни и уровень организации. На социальном уровне показателями являются статусные характеристики социально-профессиональной группы со стороны членов других социально-профессиональных групп и общества в целом, а также формирование статусных характеристик социально-профессиональной группы на основе оценки своей группы. На уровне организации показателями являются определение референтной группы, уровень развития солидарных ориентаций к группе, к коллективу, соответствие образа профессии реальной профессиональной ситуации, статус работника в социально-профессиональной группе (занимаемая должность, круг социально-профессиональных обязанностей), осознание и оценка принадлежности к социально-профессиональной группе, профессиональная культура данной организации.

Показателями личностного уровня являются: характеристика «профессионального образа» со стороны других членов социально-профессиональной группы и членов других социально-профессиональных групп и формирование на ее основе и на основе оценки своей группы «профессионального образа», информированность о значимых профессиональных качествах (уровень образования, уровень квалификации), профессиональные компетенции (знания, навыки, умения, и их практическая реализация), социальных компетенциях (умение работать в команде, лидерские качества и т.д.), о социально-профессиональных ролях, а также оценка степени соответствия профессиональным качествам, степени освоения социально-профессиональных ролей (содержание социально-профессиональных ролей, степень осознания и принятия социально-профессиональной роли, ожидания работника, притязания работника, формы и методы решения задач, профессиональных вопросов), качества социально-профессиональных функций, оценка профессиональных перспектив, степень готовности к повышению уровня профессиональных качеств, к продолжению работы в данной области или смене области, к сохранению принадлежности к социально-профессиональной группе или смене социально-профессиональной группы.

Одним из важных показателей социально-профессиональной идентификации предпринимателей является социальный статус. Так, согласно Д. Марковичу, идентификация выражается в стремлении проявить особенный статус профессиональной деятельности [6, с. 256]. Социальный статус рассматривается как интегрированный показатель положения личности или социально-профессиональной группы в социуме. Статусные характеристики представляют собой единство частных статусных характеристик, каждая из которых характеризует положение личности в какой-либо определенной сфере социальной жизни коллектива. Социологи предлагают следующую систему статусов: социально-производственный, социально-экономический, социаль-

но-политический, социально-организационный и социально-культурный [7, с. 70].

Социальный статус позволяет предположить характер оценочных суждений в обществе и направленность идентификации субъектов по отношению к профессиональной группе. Чем выше в обществе ценится социальный статус, тем сильнее степень идентификации с ним и стремление подчеркнуть, продемонстрировать его. Рассмотрим оценку социально-статусных характеристик со стороны «других» и со стороны предпринимателей и руководителей. В исследовании оценка статусных характеристик была проанализирована по следующим критериям: уровень образования, значимость для общества выполняемой работы, престиж профессии, материальное положение, уровень профессионального авторитета, степень социальной защиты, степень правовой защиты, степень участия в политической и общественной жизни страны, региона, города и место в обществе в целом¹.

В 2013–2014 годах в Пермском крае было проведено исследование, посвященное социально-профессиональной идентификации респондентов через изучение самоидентификации предпринимателей и руководителей (экспертный опрос) и внешней идентификации (опрос других групп населения: рабочие, служащие, специалисты, студенты о предпринимателях и руководителях)².

В первую очередь проанализируем, как оценивают статус предпринимателей и руководителей «другие», а именно служащие, специалисты, рабочие, студенты (студенты включены в исследование как представители молодого поколения, по которым возможно прогнозирование социально-профессиональной идентификации, будущее отношение к предпринимательству). Специалисты, служащие, рабочие, студенты наиболее высоко оценивают статусные позиции предпринимателей по материальному положению: средние показатели колеблются от 3,8 до 4,1. На втором месте согласно данным стоит престижность предпринимательской деятельности (от 3,6 до 3,9). На третьем месте у служащих и рабочих – уровень профессионального авторитета (3,4–3,5). Специалисты и студенты же на третье место поставили значимость для общества выполняемой работы предпринимателем (3,8). Низко респонденты оценивают уровень образования предпринимателей, хотя сами предприниматели оценивают свой уровень образования высоко. Респонденты дают низкую оценку степени участия предпринимателей в политической, обще-

¹ Респондентам предлагалось оценить статусные позиции по шкале от 1 (низшая ступень) до 5 (высшая ступень).

² Всего было опрошено 902 человека, из них 680 человек опрашивались относительно предпринимателей и руководителей, выборка формировалась квотным методом. С учетом того, что при проведении исследования применялся квотный метод формирования выборки, данное исследование не может претендовать на всеобщую характеристику ситуации, но при этом позволяет выявить основные тенденции социально-профессиональной идентификации предпринимателей и руководителей, включая самоидентификацию и идентификацию другими.

ственной жизни страны, региона, города, а также степени правовой защиты и защиты со стороны государства (рис. 1).

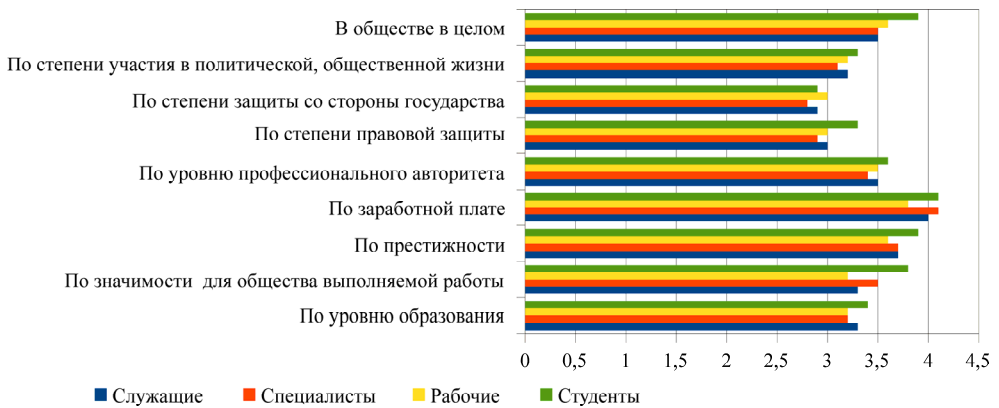


Рис. 1. Оценка статусных характеристик предпринимателей

Оценки статусных характеристик руководителей более равномерные и выше, чем у предпринимателей (рис. 2). У рабочих, служащих и специалистов при оценивании социального статуса руководителей первое место занимает материальное положение (4,2–4,1). При этом специалисты высоко оценивают престижность деятельности (4,1), рабочие подчеркивают уровень образования руководителей (4,1). В отличие от оценки социального статуса предпринимателей респонденты достаточно высоко оценивают степень социальной и правовой защиты. Так, у служащих степень социальной защиты занимает третье место (4,0), у специалистов – второе место вместе с уровнем образования (4,0). А степень правовой защиты и уровень профессионального

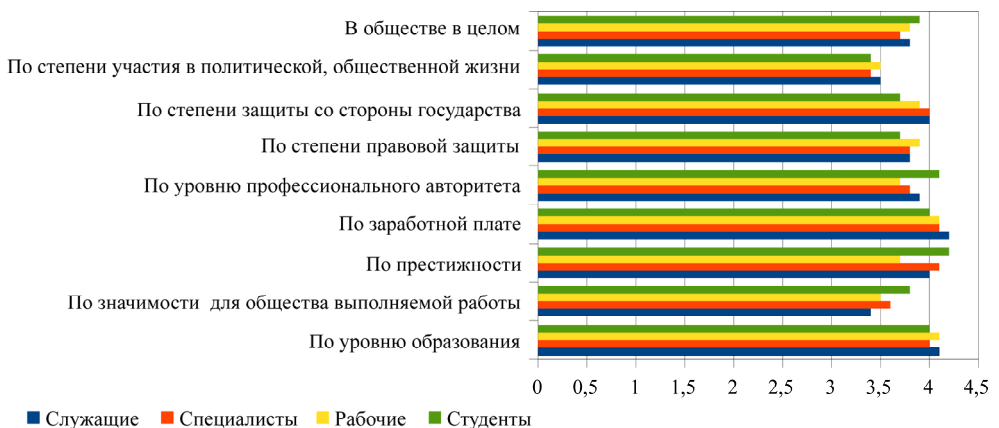


Рис. 2. Оценка статусных характеристик руководителей

авторитета у специалистов занимает третье место (3,8). И у рабочих степени социальной и правовой защиты находятся на втором месте (3,9), а на третьем месте – уровень профессионального авторитета и престижность деятельности (3,7). Отметим, что оценки социального статуса руководителей студентами несколько другие. Студенты на первое место ставят престижность деятельности руководителя (4,2), второе место занимает уровень профессионального авторитета (4,1), третье – уровень заработной платы и уровень образования (4,0).

Оценки статусных характеристик предпринимателей более неоднозначны и немного ниже, чем у руководителей. При оценивании предпринимателей акцент делается на материальном положении и низко оценивается уровень образования, степень правовой защиты и социальной защиты. Отметим, что сами предприниматели оценивают уровень образования выше, чем «другие». У руководителей же при высокой оценке уровня заработной платы высоко оценивается уровень образования и уровень профессионального авторитета, степень правовой и социальной защиты. Данная ситуация демонстрирует сохранение стереотипа о предпринимателях, который берет свое начало из 1990-х годов и связан с так называемой «первой волной» предпринимательства. При этом проявляется тенденция рассмотрения предпринимательства как престижной значимой деятельности. Молодое поколение, в частности студенты, отмечают значимость предпринимательской деятельности. В этой связи интересно проанализировать оценки статусных характеристик предпринимателей респондентами разных возрастов.

Анализ оценки статусных характеристик предпринимателей респондентами различных возрастов показал зависимость оценки статусных характеристик предпринимателей от возраста. Чем старше респонденты, тем ниже оценивается статус предпринимателей. Так, респонденты старше 55 лет ниже всех оценивают статусные характеристики предпринимателей, особенно степень правовой защиты, защиты со стороны государства и степень политического участия в жизни общества. Исключение составляет уровень образования: респонденты в возрасте от 40 до 54 лет оценили его выше, чем респонденты в возрасте от 25 до 39 лет. Скорее всего люди старше 55 лет «лучше» помнят 90-е годы, моменты зарождения предпринимательства и сохранили свое отношение к предпринимательству 70–80-х годов XX века.

Относительно оценки статусных характеристик руководителей наблюдается зависимость по возрасту относительно профессионального авторитета руководителя и материального положения руководителя. Чем старше респонденты, тем ниже оценивается профессиональный авторитет руководителя. И чем старше респонденты, тем выше они оценивают уровень заработной платы руководителя. Оценки респондентами места руководителя в целом обществе практически одинаковы независимо от возраста.

Проанализируем, есть ли различия в оценке социального статуса предпринимателей и руководителей специалистами, служащими и рабочими разных возрастов. Специалисты в возрасте от 18 до 24 лет практически все статусные характеристики предпринимателей оценивают ниже, чем другие группы в этом же возрасте. Исключение составляет материальное положение, которое примерно одинаково оценивается специалистами, служащими и рабочими (4,0–4,1). Отметим, что специалисты ниже всех оценивают такие статусные характеристики руководителей, как степень социальной защиты, степень правовой защиты, степень политического участия в жизни общества и место в обществе в целом. Специалисты данного возраста характеризуются более критичной оценкой социального статуса как предпринимателей, так и руководителей. В возрастной группе от 25 до 39 лет наблюдается однородность оценок статусных характеристик предпринимателей и руководителей. При этом специалисты чуть ниже оценивают профессиональный авторитет предпринимателей, степень правовой защиты и защиты со стороны государства, степень политического участия в жизни общества. Данная ситуация интересна тем, что специалисты данного возраста могли бы составлять базу профессиональных предпринимателей, но захотят ли они становится предпринимателями при такой оценке социального статуса предпринимателей.

В возрасте 40–54 лет картина меняется: теперь служащие ниже, чем специалисты и рабочие, оценивают статусные характеристики предпринимателей. Рабочие выше всех оценивают значимость предпринимательской деятельности для общества и степень политического участия в жизни общества.

В возрасте старше 55 лет служащие и рабочие ниже, чем специалисты, оценивают социальный статус предпринимателей. Служащие ниже всех оценивают престиж предпринимательской деятельности, степень политического участия в жизни общества и место в обществе в целом, рабочие – уровень образования, значимость для общества предпринимательской деятельности, материальное положение и степень социальной защиты. При этом рабочие данного возраста очень высоко оценивают уровень образования руководителей (4,7 из возможных 5), выше остальных значимость деятельности руководителя (3,8). Служащие высоко оценивают материальное положение (4,7) и профессиональный авторитет руководителей (4,1). Анализ результатов исследования показывает различия в оценках социального статуса предпринимателей и руководителей между рабочими, специалистами и служащими внутри возрастных групп.

Данные исследования показали некоторые различия в оценивании статусных характеристик предпринимателей респондентами разного пола. Женщины несколько выше оценивают уровень образования предпринимателей, за исключением студентов. Женщины-служащие значительно выше оценивают уровень значимости предпринимательской деятельности, чем мужчины-

служащие. В целом женщины более лояльно относятся к предпринимателям и оценивают их статус более высоко, чем мужчины. Исключение составляет уровень социальной защиты, мужчины отмечают более высокий или такой же уровень социальной защиты предпринимателей.

Женщины также оценивают выше, чем мужчины, практически все статусные характеристики руководителей, за исключением степени социальной защиты. Студенты выше, чем студентки, оценивают уровень образования, материальное положение, степень правовой и социальной защиты руководителей. Рабочие оценивают степень материального положения руководителей выше, чем работницы. В целом место руководителей в обществе женщины оценивают выше мужчин, за исключением женщин-служащих.

Данные исследования показали влияние пола, возраста респондентов на оценку социального статуса предпринимателей и руководителей. При этом анализ результатов проведенного автором исследования показывает различия в оценках социального статуса предпринимателей и руководителей между рабочими, специалистами и служащими внутри демографических групп. Предприниматели и руководители оценивают свои статусные позиции немного ниже, чем специалисты, рабочие, служащие и студенты. В обществе социальный статус предпринимателя оценивается несколько ниже статуса руководителя. Оценки статусных характеристик руководителей более равномерные и выше, чем у предпринимателей. Оценки статусных характеристик предпринимателей менее однозначны. Из статусных характеристик предпринимателей высоко оценивается материальное положение и низко оценивается уровень образования, степень правовой защиты и социальной защиты. Отметим, что если сами предприниматели оценивают уровень образования выше, чем «другие», то у руководителей при высокой оценке уровня заработной платы также высоко оценивается уровень образования и уровень профессионального авторитета, степень правовой и социальной защиты. Данная ситуация демонстрирует сохранение стереотипа о предпринимателях 90-х годов, но поскольку молодежь, и студенты в частности, оценивают предпринимателей по статусным характеристикам выше и подчеркивают значимость предпринимательской деятельности и престиж, можно говорить о появлении тенденции восприятия предпринимательства как престижной, значимой деятельности. Социальный статус является сложным феноменом, который обладает системными признаками, и именно общество является одновременно источником формирования социального статуса и его потребителем.

Список литературы

1. Гофман И. Анализ фреймов. Эссе об организации повседневного опыта / под ред. Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой; Ин-т социологии РАН. – М., 2004. – 751 с.

2. Брубейкер Р. Этничность без групп. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 408 с.

3. Шляков Д.В. Социально-профессиональная идентификация учителя: социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.06. – Ростов-н/Д, 2008. – 27 с.

4. Селеткова Г.И. Социальная идентификация в социогуманитарном дискурсе // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2013. – № 19(46). – С. 69–80.

5. Дилигенский Г.Г. Люди среднего класса / Ин-т Фонда «Общественное мнение». – М., 2002. – 288 с.

6. Маркович Д. Социология труда. – М.: Прогресс, 1988. – 632 с.

7. Социология социалистического производственного коллектива / под ред. З.И. Файнбурга, В.Г. Веретенникова, Е.С. Шайдаровой. – М.: Профиздат, 1982. – 168 с.

Получено 25.12.2015

G.I. Seletkova

EVALUATION OF SOCIAL STATUS OF ENTREPRENEURS AND PUBLIC OFFICERS (ON THE EXAMPLE OF PERM KRAI)

The article deals with intrinsic characteristics of the definition of socio-professional identification. The author analyzes an assessment of the social status of entrepreneurs and public officers as the characteristic of socio-professional identification. The paper also highlights the views of social status of entrepreneurs and public officers by the "others" – workers, specialists and employees.

Keywords: socio-professional identification, social status, socio-professional self-identification, business, entrepreneur, public officer, employee, worker, specialist, student.

Seletkova Gyuzel Ilyasovna – Assistant, Dept. of Social and Political Sciences, Perm National Research Polytechnic University, e-mail: guzal.ka@mail.ru.