

Управленческие стереотипы в менеджменте

Научный руководитель – Макаров Сергей Николаевич

Матвеевкова Полина Сергеевна

Студент (бакалавр)

Смоленский государственный университет, Смоленск, Россия

E-mail: polinamatveenova@mail.ru

В современной теории и практике менеджмента особое внимание уделяется управленческой культуре, которая во многом определяет эффективность организационных взаимодействий. Культурные нормы и ценности, интернализированные субъектами управления, часто кристаллизуются в устойчивые модели восприятия и оценки, которые определяются как управленческие стереотипы [3]. Они выполняют функцию «когнитивной экономии», но одновременно могут ограничивать вариативность управленческих решений и приводить к дисфункциям [4]. Целью данной работы было выявить и описать базовые культурные стереотипы, существующие в среде менеджмента, на основе анализа восприятия эффективных управленческих взаимодействий.

Теоретико-методологической основой исследования выступает концепция, выделяющая три ключевых ресурса управления: руководство (легитимная, формальная власть), лидерство (социально обусловленная совокупность свойств личности) и лидерское управление (синергия формальных и неформальных ресурсов) [2, с. 701]. Эмпирической базой послужили данные социологического исследования. Для обработки данных применялся метод типологического анализа, позволивший выявить устойчивые сочетания индикаторов, описывающих требования к субъекту управления [5].

В результате анализа эмпирических данных были выделены два устойчивых типа, которые можно интерпретировать как базовые культурные стереотипы об эффективном управленце.

Первый тип — **«Менеджер-прагматик»**. Данный стереотип ориентирован на результат. Эффективный руководитель, согласно этой модели, должен проявлять заинтересованность в нестандартных методах, но при возникновении нестандартных ситуаций обязан строго ориентироваться на регламенты. Его авторитет строится на деловых отношениях, а сплочение коллектива вокруг профессиональных задач не должно быть результатом директивных призывов. Качественное выполнение задания здесь — зона совместной ответственности руководителя и подчиненных, но ключевая роль в контроле и организации процесса остается за первым [1].

Второй тип — **«Лидер-демократ»**. В основе этого стереотипа лежат неформальные коммуникации и социально-психологический климат. Руководитель должен не просто ставить задачи, но и объяснять свои решения, апеллируя к логике. Его речь рассматривается как основной мотивирующий инструмент, а управленческие решения доносятся в форме просьбы, а не приказа. Важной характеристикой является создание и поддержание традиций в коллективе, учет мнения сотрудников и создание условий для комфортной работы. При этом данный тип предполагает, что для успеха организации руководитель в исключительных случаях может абстрагироваться как от личных симпатий, так и от строгих моральных норм [1].

Выделенные стереотипы не являются взаимоисключающими, а представляют собой полюса континуума управленческой культуры. Первый тяготеет к ценностям прагматизма и иерархии (ближе к ресурсу «руководство»), второй — к ценностям партисипативности

и эмоционального интеллекта (ближе к ресурсу «лидерство»). Исследование подтверждает гипотезу о том, что в управленческой среде существуют устойчивые, конкурирующие модели восприятия эффективности. Дальнейшая работа предполагает верификацию этих типов на более широких выборках и в коммерческом секторе, а также изучение их влияния на успешность организаций в различных контекстах.

Источники и литература

- 1) Макаров С.Н. Социально-управленческие экспертные системы в государственном управлении: дисс. ... д-ра социол. наук. М., 2018.
- 2) Макаров С.Н. Экспертные системы в государственном управлении // Современные механизмы диагностики и оценки компетенций государственных служащих / рук. работ Ю.В. Синягин. М.: РАНХиГС, 2013. С. 569–739.
- 3) Мертон Р.К. Парадигма структурно-функционального анализа / пер. с англ. М.: Лингва, 2006. 281 с.
- 4) Щербина В.В. Распад культуры и сценарии возможного развития России // Личность. Культура. Общество. 2000. Т. 2. Вып. 2(3). С. 20–29.
- 5) Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет, 2003. 596 с.