

## Исследовательские проекты

### **ЭКСПЕРТНАЯ ВЛАСТЬ МЕНЕДЖЕРОВ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.**

**Границы пролиферации экспертного знания через воздействие «экспертной культуры» менеджеров на широкие и специализированные аудитории**

*Победитель конкурса индивидуальных исследовательских проектов 2005 г.  
Научного фонда ГУ–ВШЭ*

**Основной исполнитель: Абрамов Роман Николаевич**, доцент кафедры анализа социальных институтов факультета социологии ГУ–ВШЭ. Email: [roman\\_na@mail.ru](mailto:roman_na@mail.ru)

Использование ресурса доступа к средствам массовой информации, пространствам публичного дискурса, сферам образования, технологиям формирования «экспертных культур» (Ю. Хабермас) или «эпистемических культур» (К. Кнорр-Цетина), установление «когнитивного авторитета» (Р. Мертон) – так происходит «колонизация жизненного мира» людей-с-улицы, так менеджеры легитимируют не только себя, свой социальный статус и свои организации, но и тот специфический тип экспертного знания, который их объединяет, идентифицирует и воспроизводится ими в условиях постоянной конкуренции между профессиями и группами. В центре исследования оказывается процесс публичного воздействия представителей менеджмент-сообщества как метаэкспертной группы на аудитории, потребляющие информацию, услуги и сам экспертный статус менеджмента как сферы ответственности<sup>1</sup>.

#### **Цели и задачи исследования**

Пропорция знание – власть меняется в различных типах организаций, создавая для менеджеров и профессионалов различные условия повышения своего статуса. В профессиональных организациях профессионалы имеют преимущества по сравнению с администраторами, но администраторы могут усилить свои позиции за счет использования ресурса профессионализации. Менеджмент как научная дисциплина является теоретическим обоснованием интеллектуальной практики администраторов. Менеджерская идеология позволяет обосновать необходимость профессионализации менеджеров в широком социальном контексте. Развивающиеся менеджмент и бизнес-образование, где происходит формирование эпистемического ядра менеджмента, создают основу для крестной легитимности профессиональной власти менеджеров. Менеджеры на уровне организации осознают себя как самостоятельную социальную группу, которая имеет интересы, отличные от интересов «классических профессионалов». Создаваемые ассоциации специалистов в области менеджмента являются прообразом профессионального сообщества, которое более развито у таких профессионалов, как врачи или юристы. Таким образом, профессионализация менеджеров в разного рода организациях позволяет повысить их статус не только в пределах организационного поля, но и вне его.

*Цель нашего исследования* состоит в том, чтобы проанализировать информационное пространство делового дискурса, которое содержит манифестацию и замысел идеологии менеджмента, адресно направленные на различные социальные группы («целевые

---

<sup>1</sup> См.: MacIntyre A. *After Virtue: A Study in Moral Theory*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1981. P. 76–83.

аудитории»). Следующая цель заключается в реконструировании связи между интенсивностью риторики того или иного представителя менеджмент-сообщества и его (ее) экспертным статусом. И наконец, предполагается рассмотреть случаи «открытия» новых областей, где экспертиза менеджеров создает какую-либо новую эпистемическую зависимость или замещает собой иной дискурс доверия, например к более старым профессиям.

#### *Задачи исследования:*

- 1) сбор и анализ материалов, репрезентирующих проявления публичного дискурса идеологии менеджмента в отношении различных аудиторий;
- 2) оценка валидности полученных данных с точки зрения соответствия основным теоретическим представлениям в данной области; концептуализация и уточнение основных понятий на основе полученных эмпирических фактов;
- 3) построение теоретической модели, адекватно описывающей и, возможно, объясняющей проблемное поле данного исследовательского проекта;
- 4) методическая апробация критического дискурс-анализа, выполненного по методике Н. Фэркло;
- 5) презентация результатов исследования и подготовка аналитических выводов.

#### **Объект исследования**

Поскольку в фокусе исследования оказываются случаи публичного, риторического обращения и дискурс-воздействия представителей менеджерской мета-экспертной группы к широким или специализированным аудиториям потребителей информации, то *главным объектом исследования станут организации и сообщества менеджеров в лице их наиболее авторитетных и публично действующих представителей*. Мы исходим из представления, что знания производятся, используются, сохраняются в профессиональных организациях, которые созданы для этих целей. Они характеризуются не только наличием специфических целей, но также высокой долей профессионалов в их штате (более 50%) и типом властных отношений между профессионалами и непрофессионалами. При этом профессионалы имеют властный приоритет при установлении целей организации. Профессиональные организации включают университеты, колледжи, исследовательские службы, больницы, агентства социальной работы. Иными словами, профессиональные организации – это главным образом учреждения общественного сектора, построенные на бюрократических принципах. Случаи публичного выступления этих организаций – это факты их взаимодействия со средствами массовой информации или специальные промоутерские акции, направленные на определенные аудитории и предполагающие заранее заданные темы, механизмы воздействия (как правило, убеждения посредством аргументации).

#### **Методы исследования**

Выполнение целей и задач данного исследования требует проведения целого ряда процедур по сбору и анализу артефактов. Поскольку под артефактом мы понимаем зафиксированный текстуально акт обращения (дискурс-воздействия) представителя менеджмент-сообщества к соответствующей аудитории слушателей или потребителей, то воплощение этих артефактов будет обнаруживаться прежде всего в специализированных печатных изданиях бизнес-образовательных и менеджерских организаций и ассоциаций, в интервью на радио, телевидении, электронных СМИ и др. средств массовой коммуникации для широких слоев населения, комментариях и экспертных высказываниях представителей менеджмент-сообщества по актуальным вопросам их собственной компетенции (например, по проблемам управления) и по поводу экспертных претензий к областям компетенции других профессий

(к медицине, образованию, армии, юриспруденции и т.д.). Дополнительно будут взяты полуформализованные интервью у ключевых информантов, перечень и род деятельности которых будет определен исходя из теоретической интуиции данного исследования.

Кроме того, впервые в практике российских социологических исследований планируется использовать методическую схему критического дискурс-анализа, предложенную Норманом Фэркло [Norman Fairclough]<sup>2</sup>. В самом общем виде критический дискурс-анализ предусматривает теории и методы эмпирического исследования между дискурсом, с одной стороны, и социальным и культурным контекстом – с другой. С точки зрения дискурс-анализа дискурс – это форма социальной практики, которая одновременно и создает социальный мир, и создается посредством других социальных практик. Дискурс способствует формированию и воспроизводству неравного распределения власти, сил и возможностей между различными социальными группами (в нашем случае менеджеры используют экспертный дискурс для элемент легитимации профессиональной власти). Для Н. Фэркло дискурс – важна форма социальной практики, которая не только представляет, но изменяет знания, идентичности и социальные отношения, включая отношения власти. Используя подход Н. Фэркло, предполагается выполнить анализ дискурсивных практик менеджеров (тексты в СМИ и интервью, полученные в ходе проекта) по трем направлениям.

- (1) Детальный лингвистический анализ текста, в некоторых случаях включая функциональную грамматику Майкла Холлидея [Michael Halliday].
- (2) Макросоциологический анализ социальной практики, включая постструктуралистскую теорию М. Фуко.
- (3) Микросоциологическая традиция интерпретации текстов (включая этнометодологический и конверсионный анализ), исходящая из предположения, что повседневная жизнь рассматривается как результат действия акторов, следующих общему набору «логических» правил и процедур.

Столь детальный анализ текста необходим для проникновения в суть дискурсивных процессов, порождающих экспертную власть менеджериального сообщества.

Следуя Н. Фэркло, планируется деконструировать каждый речевой случай (текст статьи или интервью) исходя из трех измерений дискурса: (а) собственно текст статьи или интервью как источник анализа; (б) дискурсивная практика, предполагающая производство и восприятие текста; (в) социальная практика, интегрирующая дискурс в окружающую социальную реальность (см. рис. 1).



Рис. 1. Трехмерная модель Фэркло для критического дискурс-анализа

<sup>2</sup> Детальное описание методики см.: Fairclough N. *Critical Discourse Analysis*. L.: Longman, 1995; Fairclough N., Wodak R. *Critical Discourse Analysis // Discourse as Social Interaction: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Vol. 2. L.: Sage, 1997.

Кроме того, значительное внимание при анализе будет обращено на жанр – специфическое использование языка, составляющее элемент отдельной социальной практики (например, жанр интервью, жанр новостей, рекламный жанр, жанр комментария и пр.).

Эмпирической базой критического дискурс-анализа станут:

- тексты, репрезентирующие дискурс менеджеров (отбор по терминологическому поиску в электронной базе данных «Интегрум»<sup>3</sup>);
- тексты глубинных интервью с менеджерами и экспертами в этой области (не менее 15 интервью).

### **Предполагаемые результаты**

По результатам исследования предполагается подготовить текст, в котором будут представлены:

- 1) создание и апробация методики эмпирического изучения статуса и содержания экспертного знания конкретной социальной группы (менеджеров);
- 2) как следствие – оценка внутренней валидности современных моделей объяснения, возникающих на пересечении социологии профессий и социологии экспертного знания; предложения по уточнению этих моделей;
- 3) выводы по итогам анализа теоретической концептуализации понятия «экспертное знание менеджеров», определения и условия адекватной социологической интерпретации социальной группы менеджеров как сообщества знания, обладающего спецификой референции;
- 4) проверка исходной теоретической гипотезы о направлении и характере протекания процессов расширения и легитимации экспертной власти менеджеров.

---

<sup>3</sup> Описание базы данных «Интегрум» см. в выше в рубрике «Дебютные работы» на с. 83. – *Прим. ред.*