

С. Г. Караткевич¹, В. Н. Добрынин², Е. А. Окладникова³,

¹ ООО «Технопарк «Дубна»
ул. Программистов, 4, Дубна, 141983, Россия

² Институт системного анализа и управления,
Международный университет природы, общества и человека «Дубна»,
ул. Университетская, 19, Дубна, 141980, Россия

³ Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет
ул. Марата, 27, Санкт-Петербург, 191002, Россия

E-mail:arbatsolo@yandex.ru

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИОТЕХНИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

В статье рассматриваются современные научные направления развития социальных технологий управления социотехническими системами. Особое внимание уделяется рассмотрению сложившихся представлений в области изучения социальных технологий корпоративного управления инвестиционными проектами, на основе которых дается определение управлению инвестиционными проектами.

Ключевые слова: социальные технологии корпоративного управления, социотехнические системы, корпоративная культура, инвестиционные проекты, человеческий капитал.

Управление социотехническими системами на практическом уровне реализуется как система социальных технологий, отражающая динамику изменений в социально-экономическом пространстве. П. Друкер полагал, что исторические успехи нации на 80 % зависят не от природных ресурсов, которыми она располагает, не от экономического базиса и даже не от таланта народа, а от эффективности управления.

Методологическую базу для анализа феномена социальных технологий корпоративного управления представляют сегодня такие понятия, как «социальные технологии корпоративного управления», «корпоративная культура» как одна из социальных технологий корпоративного управления, «инвестиционные проекты», «корпорация в форме акционерных обществ» (ООО, ОАО, ЗАО). Ключевым понятием для определения и изучения особенностей корпоративного управления является человеческая среда.

Научная литература предоставляет возможность терминологического анализа понятия «социальная технология управления» с позиций трех подходов.

1. Широкий **общенаучный философский подход**, когда вся «человеческая культура трактуется как универсальная технология» [1], в контексте которой «средства регуляции жизнедеятельности человеческих коллективов, выраженные в соответствующих ценностно-нормативных системах и социальных институтах, могут быть охарактеризованы как социальная технология» [2].

2. Специально-научный, **кибернетический подход**, в рамках которого социальная технология предстает способом, рационализирующим человеческую деятельность, прежде всего управленческую [3]. Рационализация способа действия нацелена на оптимизацию общественных процессов: социальных отношений, социальных коммуникаций, как формы управленческого воздействия. Развивая мысль Д. Белла можно сказать, что социальные технологии – это способы и методики воздействия организующих общественных начал, в частности корпора-

тивной элиты, на конкретные коллективы, группы людей, которые заняты в производственной деятельности, в том числе и в формировании и реализации инвестиционных проектов.

Когда речь идет о социальной технологии, узость исходных определений, сформулированных теоретиками научного менеджмента и экономистами, бросается в глаза, несмотря на подчеркивание рационального эффекта социальных технологий, нацеленного на оптимизацию общественных процессов – социальных отношений, быта, духовной жизни, очищения их от паразитических структур и осознания действительных целей [4]. *При этом под социальной технологией понимается лишь процедурная и техническая сторона прикладной социологии.*

Взращенный в недрах греческой философии и прагматизированный европейскими естествоиспытателями XVII–XVIII вв. взгляд на технологию как последовательность действий (алгоритм), рецептуру и, шире, способ превращения «не ресурса в ресурс», «не артефакта в артефакт» и т. п. переняли ученые-естественники XVIII–XIX вв. Вслед за ними к такому пониманию технологии приобщились экономисты XX в., распространив его через социально-политическую и социально-экономическую публицистику в социально-антропологическом научном сообществе, т. е. среди тех антропологов, которые стояли на естественно-научных позициях в антропологии. Основное внимание западных исследователей уделялось изучению того, что американские антропологи называли методами управления, приемами управления, режимами работы, последовательностью процедур и операций, а также оборудованием, инструментами и используемыми материалами, т. е. всему тому инструментарию, который позволял преобразовывать «не ресурсы» в «ресурсы».

Одним из показателей господства технологического подхода в работах западных антропологов, посвященных изучению социальных технологий управления, стало стремление рассматривать различные социальные группы (женское сообщество, научное сообщество, производственные сообщества и др.) как «племена». Жизнь этих «племен» была подчинена технологиям или правилам социально-технологических циклов по переработке сырых материалов (не ресурсов) в предметы потребления (ресурсы).

Например, научные исследования в лабораториях, изучавших ученых-биологов как социальную группу (племя), антропологи с позиций социально-технологического подхода описали следующим образом. Эта социальная группа превращала мышей и химикаты (сырые материалы, не ресурсы) в научные статьи (предметы потребления, ресурсы, т. е. научные мысли), уделяя основное время работе над высказываниями (ресурсной базой науки, т. е. нематериальным коммерческим продуктом, в котором реализованы результаты интеллектуальной деятельности ученых и специалистов и который, в свою очередь, может быть реализован в различных технических системах, в том числе в вооружении, военной и специальной технике). Основное внимание уделялось изучению того, что американские антропологи называли методами, приемами, режимами работы, последовательностью процедур и операций, а также оборудованию, инструментам и используемым материалам, т. е. тому, что позволяло преобразовывать неиспользуемые ресурсы человеческого капитала в «производственные ресурсы».

В целом, в рамках этого подхода недооценивается степень профессионализма как представителей корпоративной элиты, так и сотрудников, их интеллектуальный, мотивационно-волевой, креативный и культурный потенциалы, т. е. все то, что именуется человеческим потенциалом.

3. Узкоспециальный – с позиций социологии управления. В узкоспециальном смысле любая технология управления социальна, если она, как способ воздействия на коллектив с целью оптимизировать производственную (как в материальной, так и духовной сферах) деятельность, отвечает критериям научности и рациональности, принятым в данной культуре. Как показала практика, социальные технологии управления применяются чаще, чем это сегодня осознано в силу следующих причин:

1) в современных условиях общественного развития, факторами развития которого являются глобализация, становление информационного общества, с имманентными ему сетевыми социально-экономическими связями, на первый план выдвигается проблема социального управления. Проблема управления во всех сферах социально-экономической деятельности усложняется в силу развития общества через изменения, вызванные инновациями;

2) быстро разрастается арсенал социально-технологического инструментария, что позволяет уже сегодня надеяться на органичное встраивание его в сети как социальных, так и информационных технологий организации.

3) утверждение о том, что социальные технологии должны войти в арсенал инструментов управления современной корпорацией, справедливо, как представляется уже с тех пор, когда работы наших социологов (например, в школах В. А. Ядова и Г. А. Здравомыслова [5]) вскрыли социальную природу связей в трудовых отношениях. Как отмечали специалисты в области социологии управления: «В современных организациях становится нормой использование самых разнообразных социальных технологий, хотя они так не называются и, тем самым, не оформляются как таковые» [6].

Человеческий потенциал, как показала практика, является важным стратегическим ресурсом любой производственной корпорации. Социология управления предлагает теоретическое оформление новой парадигмы и в том числе формирование основы технологизации влияния на социальную реальность организации.

В данной статье авторы предпринимают попытку сформулировать собственное определение социальной технологии управления, а также стремятся показать, что человеческие ресурсы, выступая в качестве объекта управления, предстают в новых параметрах, представляя важный компонент социальной реальности организации. Поэтому требуются ориентированные непосредственно на человеческий фактор методы управления. Требуется социально-технологическая основа для корпоративного менеджмента, ориентированного на реального исполнителя, на индивидуальность, на личность и на социальную группу. В настоящее время в системе корпоративного управления в России наблюдается переход от «управления кадрами» к «управлению человеческими ресурсами», что знаменует радикальное изменение роли человеческого фактора в системе управления».

Генетически понятие «социальная технология управления» (в том числе в разном терминологическом оформлении) также связано с несколькими самостоятельными отраслями социологии, имеющими четко выделенные предметные области. В настоящее время активно изучается соотношение технологий в социальной и производственной областях (в двух компонентах, составляющих социотехническую систему как таковую) в разных сферах жизнедеятельности, прежде всего в экономике, системе образования, здравоохранения и др. В последние годы произошло осознание роли и места социальных технологий в управлении современной организацией, дан прогностический анализ социальных технологий и определены перспективы их применения и развития в контексте совершенствования управления в организациях.

Авторы, изучающие культурную относительность управления, неизменно подчеркивают, что практики и теоретики управления на протяжении XIX в. в массе своей были слепы к тому, что менеджмент культурно определен. Теоретические аспекты социальных технологий корпоративного управления с позиций определения корпоративной культуры как суммы специальных социальных технологий корпоративного управления производственных организациями, существующими в форме акционерных обществ (российский вариант ООО, ЗАО, ОАО), разрабатывались зарубежными авторами и отечественными учеными.

Разработки социологов и теоретиков менеджмента показали, что технология управления строительства культуры корпорации имеет важное значение со стратегической точки зрения. В будущем эффективными станут те компании, которым удастся создать долговременные конкурентные преимущества благодаря разработке и управлению культурой компании. Но размеры корпоративной структуры – это не единственный фактор, влияющий на эффективность организации. Принципы, по которым организован труд, а также люди, которые выполняют работу, оказывают влияние на эффективность работы корпорации и величину издержек. Часть исследователей склонна рассматривать культуру компании как атрибут организации, подверженный вполне рациональному воздействию.

С позиций узкоспециального подхода управление социотехническими системами изучается в условиях постиндустриальной экономики и предполагает наличие конкретных механизмов работы с ними. Специальными исследованиями социальных технологий корпоративного управления в России успешно занимаются сотрудники белорусского Института социологии и социальных технологий НАН Белоруссии (И. И. Куропятник – исследования в области своеобразия регулятивных возможностей экономических и социальных механизмов управления трудовыми ресурсами), Центр социального управления, коммуникации и социально-проектных технологий Института социологии РАН (Т. М. Дридзе – исследования в области семиопсихологии).

Цель использования социальных технологий корпоративного управления инвестиционными проектами – привлечение инвестиций в компанию для роста и расширения производ-

ства (как в материальной, так и духовной сферах, например, в сфере высоких технологий), способствующее воспроизводству и совершенствованию инновационно-производственного потенциала корпорации и каждого из ее участников.

Исходя из идей, изложенных выше, можно сделать заключение, что с позиций рационального, социально-кибернетического подхода социальные технологии корпоративного управления рассматриваются как приемы, порядок и регламент выполнения процесса управления. В этом случае предполагается, что управление состоит из информационных, вычислительных, организационных и логических операций, выполняемых руководителями и специалистами различного профиля по определенному алгоритму вручную или с использованием технических средств. В этом аспекте трактовки социальной технологии как технологии корпоративного управления различают линейную технологию управления, управление по отклонениям, управление по результатам, управление по целям, управление по ситуации, поисковое управление и др.

В рамках узкоспециального подхода к изучению социальных технологий управления и их разновидности – корпоративного управления начиная с середины 1950 г. за рубежом и с 1970–1980 гг. в России формировался взгляд на социальные технологии управления как деятельность людей, которую описывает наука под названием «менеджмент». Иными словами, менеджмент как управленческая деятельность реализует себя в социальных технологиях.

Так, с позиций узкоспециального подхода социологии управления социальные технологии – это способы и методики воздействия организующих общественных начал на конкретные коллективы, группы людей с заранее заданными целями. В экономической социологии такие группы могут носить название организаций (фирм, холдингов, корпораций и т. п.). Понятие «социальные технологии», таким образом, тесно сопрягается с идеей выстраивания отношений доминирования / подчинения (интересов большинства целям меньшинства – руководства), т. е. с понятиями власти, управления, менеджмента.

Социальная технология корпоративного управления

Под *социальной технологией корпоративного управления* авторы понимают набор последовательных действий – способов и методик воздействия организующих начал, т. е. представителей корпоративного руководства, направленный на объект социальной реальности (сотрудников корпорации, акционерного общества) и имеющий целью создание условий оптимизации и успешной реализации работы по воплощению инвестиционного проекта в соответствии с заранее заданными целями.

Как показали исследования отечественных и зарубежных специалистов в области социологии управления, создание условий оптимизации и успешной реализации работы по воплощению инвестиционного проекта предполагает осуществление мер по:

- 1) сохранению, упорядочиванию и совершенствованию качественной специфики социальной структуры производственной корпорации;
- 2) реализации миссии, программы и целей деятельности корпорации, среди которых важно формирование и реализация инвестиционных проектов;
- 3) воспроизводству и совершенствованию инновационно-производственного потенциала корпорации и каждого из ее участников, предполагающее использование человеческого потенциала, которое немыслимо без установки на развитие креативной составляющей производственной деятельности. Сущность социальной технологии корпоративного управления заключается в обеспечении условий, при которых ценности индивида (работника, рядового акционера) и общества (руководства компании, менеджера, члена совета директоров) совпадают.

Именно третье условие оптимизации и успешной реализации работы по воплощению инвестиционного проекта – воспроизводство и совершенствование инновационно-производственного потенциала корпорации и каждого из ее участников – представляет животрепещущий интерес как предмет научного исследования в области социологии управления. Как указывали многие специалисты в области социологии управления, проблемы управления на всех уровнях общества, усложнившиеся и обострившиеся в последние десятилетия, в современной России все чаще соотносятся с проблемами развертывания человеческого потенциала. Человеческий капитал – это основа социально-экономического и культурного развития

общей жизнеспособности общества. С этих позиций социальные технологии управления служат цели оптимизации общественных отношений и могут пониматься двояко: 1) как организация коллективного труда с целью создания условий для универсального развития личности в экодиалоге с природой; 2) как технологии рационализации человеческой деятельности и ужесточения социального контроля.

Проблемы инноваций и организационно-управленческой культуры в истории гуманитарного знания изучались разнопланово. В конце XIX–XX вв., т. е. в период становления социологической науки, проблема природы инноваций и инновационных социальных технологий сначала в системе корпораций, а затем и корпоративного управления исследовалась в рамках ряда теоретических направлений.

Ученые, проводившие исследования в области инноватики и инновационных технологий корпоративного управления, предлагают использовать типологию нововведений, сделанную по разным основаниям, которую можно проводить с учетом сфер применения последних. К последнему типу нововведений они относят экономические, социальные и, что важно для темы нашего исследования, организационные нововведения.

Логика классификации инновационных технологий корпоративного управления инновационными проектами совпадает с типологизационными идеями А. И. Пригожина. У социальных инновационных технологий управления в сравнении с нововведениями в материально-технической сфере оказывается более тесная связь с конкретными общественными отношениями, корпоративной культурой конкретного предприятия. Другие особенности, отличающие инновационные социальные технологии корпоративного управления, в частности управления инвестиционными проектами, – это большая сфера применения; более сильная зависимость использования новшеств от групповых и личных качеств пользователя.

Принципы классификации социальных технологий корпоративного управления

В настоящее время специалистами в области социологии управления разработаны общие принципы классификации многочисленных социальных технологий корпоративного управления (см таблицу).

Принципы классификации социальных технологий корпоративного управления

№	Классификационный принцип	Описание
1	Генетический	Классические социальные технологии: <ul style="list-style-type: none"> • социальные технологии, которые были описаны в трудах теоретиков классического менеджмента; Инновационные социальные технологии: <ul style="list-style-type: none"> • социальные технологии формирования корпоративной культуры, имиджа корпорации, технология формирования престижа, управление как коммуникационная технология и др.
2	Отраслевой	Вид новшества: <ul style="list-style-type: none"> • инновация в технической области; • инновация в экономической области; • инновация в социальной области; • инновация в управленческой области
3	Функциональный	<ul style="list-style-type: none"> • Механизм социальных технологий управления классического типа; • Механизмы (способы, методы реализации) социальных технологий инновационного типа: <ul style="list-style-type: none"> – осуществление социальных технологий эндогенного строительства и поддержания корпоративной культуры и корпоративного управления; – осуществление социальных технологий экзогенного организационного строительства, косвенно способствующие корпоративному управлению инвестиционными проектами; – осуществление социальных технологий корпоративного управления, способствующие налаживанию связей с внешней средой корпорации, т. е. технологии успешного привлечения инвестиций

Генетический принцип классификации социальных технологий корпоративного управления, в том числе и инвестиционными проектами, предполагает разделение всех известных технологий на два типа: классические и инновационные.

Классические социальные технологии управления выявлены и изучены в трудах основателей научного менеджмента (Ф. Тейлор, А. Файоль и др.). В условиях классического капитализма социальная технология перемещается в сферу политических и правовых отношений. Основными фигурами духовного производства становятся парламентарий, адвокат и т. д. Только в середине XX в. с развитием научно-технической революции социальная технология выделяется в особую отрасль духовного производства, осуществляющего прямую связь с материальным производством и общественной жизнью, – социальное управление.

В советской России они были представлены плановостью организации народного хозяйства, бюрократической системой государственного управления, а на мировоззренческом рефлексивно-гуманистическом (интеракционистском) уровне – всеобщностью, равенством, справедливостью, бесплатностью или дешевизной большинства социальных услуг.

Выявление и изучение инновационных социальных технологий корпоративного управления началось с середины 1970-х гг. и было вызвано изменением направленности социально-экономического развития в современном мире под воздействием процессов становления информационного общества, глобализации и т. п.

Интерес авторов к изучению корпораций, как типичных для современной России, обусловлен следующими причинами:

- 1) изменением политических условий в стране;
- 2) развитием социальных структур (корпораций в форме акционерных обществ) в быстро меняющейся социально-политической и усиливающейся в производственной сфере конкурентной среде, тенденцией к формированию четкой структуры корпораций, четкого распределения обязанностей членов руководства и сотрудников;
- 3) возрастанием управленческого опыта корпоративных руководителей и опыта (в том числе производственной квалификации) сотрудников, ростом образовательного ценза корпоративных руководителей в области IT-технологий;
- 4) возникновением одной из новых характерных черт современной экономики – тенденцией перемещения специалистов, обладающих знаниями (опыт, квалификация, образовательный ценз в специальных областях, например, IT-технологиях), в доминирующую группу работников, как следствие, соотношение обладающих знаниями к индустриальным рабочим (рабочим на производстве) стало 1:3;
- 5) возрастанием роли инноваций в процессе развития системы общественного производства и воспроизводства под воздействием новых социальных зависимостей в соотношении инновационных социальных технологий управления со спецификой социокультурного контекста;
- 6) осознанием представителей корпоративных производственных элит позитивного потенциала инновационных управленческих технологий, основанных на актуализации гуманистических принципов управления, и роли социокультурных факторов в процессе регуляции и развития хозяйственных механизмов.

Исследования в области социальных технологий корпоративного управления выявили новую исследовательскую тенденцию к разделению их на две группы: классические и инновационные с выделением в последней инновационно-мотивирующих. К числу инновационно-мотивирующих социальных технологий управления были отнесены такие технологии, которые стимулировали темпы роста эффективности процессов социально-экономического развития, как на внутриорганизационном уровне, так и на уровне взаимодействия организации с внешней средой, т. е. инвайроментально ориентированные, а также раскрывающие человеческий потенциал сотрудников и представителей корпоративного руководства.

Классификация корпоративной культуры

Использование психологических социальных технологий корпоративного управления инвестиционными проектами всегда предполагает, на сознательном или подсознательном уровнях, влияние ряда факторов, которые «не лежат на поверхности». Среди таких факторов

выделяют: нормы и ценности, миссию, корпоративную этику и философию, корпоративные правила, учредительные и нормативные документы компании, корпоративный имидж, фирменный стиль, истории / мифы / легенды и т. д.

Среди инновационных социальных технологий корпоративного управления наиболее распространены являются технологии управления через формирование имиджа, корпоративной культуры корпорации и идеи престижа. Престиж – это одно из загадочных и малоизученных свидетельств изменения социального интеллекта, как фактора трансформации личности. Престижные оценки лежат в основе всех человеческих отношений. Престиж стал объектом социологического исследования с точки зрения его стратификационной сущности, как мера социального статуса и основание деления общества на страты. Наиболее близкое к данной тематике изучение престижа было осуществлено в аспекте изучения «престижа профессий» [6] и компенсаторной функции престижа, позволяющей в социально приемлемых формах реализовывать (в том числе и представителям корпоративного управления) свое стремление к власти, контролю над собой и людьми. Как социальный институт престиж формируется в определенных социокультурных условиях, под воздействием традиций (часто такие традиции формируются в русле корпоративной культуры). Понятие *престиж* сопрягается с такими понятиями, как *статус*, *авторитет*, *уважение*, *аттракция*, формируя ядро инновационно-мотивирующих социальных технологий корпоративного управления инвестиционными проектами.

Одним из первых понятие «корпоративная культура» в научный оборот вел Э. Шейн. Под корпоративной культурой сегодня понимают набор базовых социальных технологий, заимствованных или созданных какой-то социальной группой по мере решения проблем внешней адаптации и внутренней организации. Эти технологии зарекомендовали себя как надежные и правильные, следовательно, им можно обучать новых сотрудников как образцу для подражания. Довольно быстро в контексте теорий корпоративной культуры и корпоративного управления понятия «культура» и «климат» становятся семантически связанными.

В связи с различиями в понимании данного термина появляется сложность в использовании схожих с понятием организационной культуры терминов, часто употребляемых в качестве синонимов. Каждый из видов культур имеет группу сопутствующих социальных технологий. Корпоративную культуру в широком смысле можно рассматривать как сумму социальных технологий корпоративного управления, а значит, становятся ясными следующие идеи: 1) организации имеют свои «культуры»; 2) может быть осуществлена классификация существенных особенностей этих культур, реализующихся на функциональном уровне. Изучением существенных особенностей культур (от общечеловеческого до специфических типов) традиционно занимались культурологи и социальные антропологи.

На основании их разработок были созданы следующие классификации оснований корпоративной культуры.

- *Интегративное основание*: объединяющая сила, которая реализуется в ценностных установках, разделяющих сотрудников корпорации и ее руководство.
- *Трансляционное основание*: корпоративная история и роль отцов-основателей корпораций.
- *Регулятивное основание*: корпоративная совесть сотрудников, управление и манипуляции которой со стороны корпоративных менеджеров – одна из социальных технологий.

В данной статье авторы показали, что наиболее перспективным представляется рассмотрение корпоративной культуры как суммы социальных технологий выстраивания отношений доминирования / подчинения как на эндогенном (внутри организации), так и на экзогенном уровне (воздействие на инвесторов). Эти технологии учитывают влияние ряда факторов (нормы и ценности, миссия, корпоративная этика и философия, корпоративные правила, учредительные и нормативные документы компании, корпоративный имидж, фирменный стиль, истории / мифы / легенды), оказывающих позитивное или негативное воздействие на развитие (стиль лидерства и управления, условия работы, структура компании, государственные законы и политическая обстановка в стране, культура общества, личные качества и ценности людей, культура отрасли деятельности, уровень развития технологий, ситуация на рынке труда).

Определение корпоративной культуры сводится к следующему. Корпоративная культура – это система социальных технологий, включающих психологические, мифопоэтические, ритуализирующие, поведенческие, имиджевые и другие социальные технологии корпоративного управления и формирования коллективных ценностей и базовых представлений, которые широко применяются корпоративным руководством в процессе управления инвестиционными проектами и содержат:

- 1) устойчивые нормы деятельности и взаимоотношений сотрудников;
- 2) корпоративные нормы и ценности, объективирующиеся в символике, ритуалах и мифах организации, выражающиеся в ее корпоративной идеологии, а также официально декларирующиеся;
- 3) способы и средства создания и поддержания саморазвивающейся организации;
- 4) корпоративные нормы и ценности как одновременно результат и инструмент управления инвестиционными проектами.

Очевидно, что при анализе социальных технологий корпоративного управления невозможно использовать единый универсальный метод, единую модель, единственный подход. На основе анализа уже существующих теорий и методик, имманентных разнообразным подходам изучения институциональных основ корпоративной культуры и корпоративного управления, выбраны в качестве теоретико-методологической базы социально-антропологические и культурологические.

Итак, можно сделать следующие выводы.

- Ключевым понятием для определения корпоративной культуры является человеческая среда, чем определяется ее «атмосферный характер».
- Корпоративная культура организации возникает «снизу» и поддерживается «сверху» (корпоративным управлением).
- Корпоративная культуры – это способ и средство создания и поддержания саморазвивающейся организации.
- Корпоративная культура – это одновременно и результат, и инструмент управления организации.

Собранный эмпирический материал позволил авторам осуществить дальнейшую разработку социально-антропологической методологии исследования социальных технологий корпоративного управления методик на базе математических методик распознавания.

Таким образом, можно сделать следующие заключения. Современные научные представления в области изучения социальных технологий корпоративного управления инвестиционными проектами базируются на трех основных подходах: 1) общенаучном философском; 2) специально-научном; рационализирующем и 3) узкоспециальном, социологическом.

На основе анализа трех теоретико-методологических подходов было сформулировано определение «управления инвестиционными проектами». В основу классификации социальных технологий управления инвестиционными проектами были положены три принципа: генетический, отраслевой и функциональный. В качестве принципов классификации социальных технологий корпоративного управления, в частности управления инвестиционными проектами, мы выбрали:

- 1) технологии, существующие на уровне отраслевых принципов, социальные технологии управления;
- 2) технологии, существующие на уровне функционала;
- 3) технологии, существующие на уровне генетических принципов – инновационные технологии, включающие:
 - рефлексивно-гуманистические социальные технологии (технология формирования имиджа корпорации);
 - акмеологические социальные технологии (технология формирования престижа, коммуникационная технология);
 - эвристико-креативные социальные технологии (технология формирования качества).

На основании генетического принципа социальных технологий корпоративного управления осуществлено разделение всех выявленных социальных технологий корпоративного управления на классические и инновационные социальные технологии управления с инвестиционными проектами. Среди инновационных социальных технологий корпоративного

управления инвестиционными проектами, как показали данные социологического исследования, наиболее распространенными оказались психологические, отличающиеся инновационно-мотивирующим эффектом.

К числу инновационно-мотивирующих социальных технологий управления были отнесены такие технологии, которые стимулировали темпы роста эффективности процессов социально-экономического развития, как на внутриорганизационном уровне, так и на уровне взаимодействия организации с внешней средой.

Одной из наиболее широко распространенных социальных технологий корпоративного управления инвестиционными проектами оказалась технология, которая научной литературе известна как корпоративная культура. На основании анализа понятия «корпоративная культура» сформулировано определение корпоративной культуры как суммы инновационно-мотивирующих социальных технологий управления инвестиционными проектами, системы социальных технологий, включающих психологические, мифопоэтические, ритуализирующие, поведенческие, имиджевые и другие социальные технологии корпоративного управления и формирования коллективных ценностей и базовых представлений, которые широко применяются корпоративным руководством в процессе управления инвестиционными проектами.

Список литературы

1. *Гиртц К.* Насыщенное описание: в поисках интерпретативной теории культуры // Антология исследований культуры. СПб.: Университетская книга, 1997. Т. 1. С. 171–203.
2. *Маркарян Э. С.* Теория культуры и современная наука. Логико-методологический анализ. М.: Наука, 1983. 284 с.
3. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. 956 с.
4. *Форд Г.* Моя жизнь, мои достижения. Сегодня и завтра. М.: Снег, 2008. 496 с.
5. *Лапин Н. И.* Актуальные проблемы исследования нововведений // Социальные факторы нововведений в организационных системах. М.: ИСА АН СССР, 1980. С. 5–22.
6. *Липатов С. А.* Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестн. Моск. гос. ун-та. Серия 14. Психология. 1997. № 4. С. 55–65.
7. *Шепель В. М.* Имиджелогия. Секреты личного обаяния. М.: Юнити, 1994. 230 с.

Материал поступил в редколлегию 12.04.2011

S. G. Karatkevich, V. N. Dobrynin, E. A. Okladnikova

MODERN DEVELOPMENT TRENDS OF SOCIAL SCIENCE TECHNOLOGY MANAGEMENT SOCIOTECHNICAL SYSTEMS: PROBLEMS AND WAYS OF DECISION

The article reviews recent scientific lines of development of social technologies of sociotechnical systems management. Special attention is paid to viewing prevalent ideas in social technologies of investment projects corporate management area, in the basis of which a definition of investment projects management is given.

Keywords: social technologies of corporate governance, sociotechnical systems, corporate culture, investment projects, and human capital.