

## АКМЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ЭЛЕМЕНТ СТРАТЕГИИ ЖИЗНЕННОГО УСПЕХА ВЫПУСКНИКА ВУЗА\*

*С.М. Селезнева*

Представлены результаты социологических исследований, проводимых в рамках опытно-экспериментальной работы на этапе констатирующего и повторно-формирующего экспериментов. На этапе констатирующего эксперимента изучались мнения респондентов о стратегиях достижения успеха, и оценки значимости элементов акмеологического потенциала личности у школьников-одинадцатиклассников (потенциальных абитуриентов), у студентов вузов – будущих менеджеров и у работающих руководителей низшего, среднего и высшего звена учреждений и организаций промышленности, строительства, торговли, услуг, образования, здравоохранения и транспорта. Установлено, что ведущими маркерами успеха для данной группы респондентов выступают профессионализм и наличие социального капитала (характеристика «хороший добрый человек»). Выявлено, что в структуре акмеологического потенциала респондентами больше всего ценится стремление к саморазвитию, самообразованию, опыт и мотивация достижения. По результатам анкетирования констатируются ряд проблем, связанных с формированием акмеологического потенциала будущего менеджера в образовательных учреждениях. На этапе повторно-формирующего эксперимента в рамках более масштабного по целям, методам, содержанию валидного социологического исследования изучались мнения респондентов, касающиеся стратегий достижения успеха у лиц, проживающих в г. Пермь. Результаты проведенного исследования подтвердили установленные в первичном исследовании маркеры успеха.

*Ключевые слова:* акмеологический потенциал, маркеры успеха.

На кафедре экономики Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета (ПГГПУ) в рамках исследования проблемы повышения конкурентоспособности выпускника вуза проводилось исследование характеристик будущего менеджера, влияющих на достижение ими высшей ступени индивидуального развития (именуемой в психологии развития «акме») в дальнейшей их профессиональной деятельности и образующих так называемый «акмеологический потенциал».

После формулирования основного понятийного аппарата и базовых теоретических предпосылок исследования акмеологического потенциала будущего менеджера [11] закономерным этапом проводимого нами исследования являлся переход к анализу социологических опросов, проведенных в рамках опытно-экспериментальной работы.

### **Организация и методика проведения социологического опроса**

В 2008–2009 гг. в процессе организации

констатирующего эксперимента в рамках описываемого комплексного исследования был проведен социологический опрос, в задачи которого входило:

- выявление акмеологических характеристик личности в маркерах ее успеха;
- определение рейтинга каждого составляющего акмеологический потенциал элемента у личности, стремящейся к успеху в сфере управления;
- выявление влияния деятельности образовательных учреждений на формирование у личности акмеологического потенциала.

Понятие «стратегия жизни» введено в оборот К.А. Абульханова-Славской, которая доказывает, что у человека существует выбор способов жизни, соответствующих его личности, его декларируемым и реальным ценностям [1].

В исследовании О.В. Ковбасюка, основанном на положениях публикаций Т.Е. Резника и Ю.М. Варламова, описаны следующие типы стратегий жизни [10]:

---

\* Материал подготовлен в рамках проекта № 034-ф Программы стратегического развития ПГГПУ.

## Общая психология, психология личности, история психологии

стратегия благополучия (потребительская активность);

стратегия жизненного успеха (достиженческая активность);

стратегия самореализации (творческая активность).

В результате теоретического анализа научной литературы было выдвинуто предположение о том, что в обыденном представлении научный термин «акмеологический потенциал» связывается людьми с достижением ими успеха в личной, социальной и профес-

сиональных сферах. При этом критерии успеха («маркеры успеха») конкретной личности в существенной степени зависят от ценностных ориентаций этой личности.

На основании представленных в некоторых монографических и периодических изданиях данных [6, 7, 13], нами была составлена таблица соотнесенности форм капитала и соответствующих им маркеров успеха (табл. 1).

Отметим, что при формировании таблицы учитывалось требование об обязательности определения успешности на основании мини-

Таблица 1

Соотнесенность форм капитала и маркеров успеха

Формы капитала	Характеристика капитала	Примеры маркеров измерения капитала
Интеллектуальный капитал	Характеризует человеческий разум, реальное творческое достояние отдельного человека. Описывается с помощью понятий «ум», «разум», «интеллект», «знания»	Профессионал, мастер своего дела. Доктор наук, профессор
Культурный капитал	Характеризует: <i>инкорпорированные состояния</i> (длительные диспозиции ума и тела); <i>объективированные состояния</i> (культурные товары); <i>институционализированные состояния</i> (объективация, образовательные квалификации). В целом, характеризует культуру общества, воспроизводство культурных образцов	Профессионал, мастер своего дела. Известный, популярный человек. Спортсмен, чемпион региона, страны, континента, мира
Символический капитал	Характеризует способность людей узнавать или не узнавать достигшего акме человека, т. е. предполагает влияние габитуса как социально сконструированной способности человека	Известный, популярный человек. Депутат; спортсмен, чемпион региона, страны, континента, мира
Социальный капитал	Характеризует совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания, что дает человеку опору в виде репутации	Хороший добрый человек. Человек, имеющий хороших детей
Экономический капитал	Характеризует денежно-финансовую сферу и институционализируется в права собственности	Руководитель предприятия, организации. Бизнесмен, предприниматель. Богатый человек
Административный капитал	Характеризует институционализированные формы делегирования одному агенту (группе агентов) прав, лежащих в основе существования группы, наделять их полномочиями представлять всю группу, полноправно действовать и выступать от ее имени	Депутат. Руководитель предприятия, организации. Чиновник, служащий государственного аппарата
Трудовой капитал	Характеризует демографические, социальные, духовные, физические качества и возможности трудоспособного населения	Профессионал, мастер своего дела. Спортсмен, чемпион региона, страны, континента, мира. Руководитель предприятия, организации. Чиновник, служащий государственного аппарата

мума четких, однозначных, предельно формализованных критериев, которые должны быть понятны респондентам с различным уровнем подготовки, образования, жизненного опыта. При этом предполагается, что различные виды капитала конгруэнтны друг другу, то есть могут трансформироваться друг в друга и приобретать характеристики друг друга. Как следствие, некоторые включенные в таблицу маркеры могут характеризовать несколько форм капитала.

Для решения второй задачи потребовалась операционализация структурных элементов акмеологического потенциала. Операционализация представляла собой довольно трудоемкий процесс приведения научных понятий в единые знаменатели – маркеры, которые могут быть понятными любому «среднестатистическому» человеку. Результаты этого этапа работы представлены в табл. 2.

Содержательная интерпретация эмпирической информации основана на анализе данных исследования, обработанных с помощью компьютерного пакета статистических программ SPSS.

В опросе приняли участие учащиеся 11-х классов лицеев, гимназий, общеобразовательных школ г. Перми, рассматриваемые в качестве потенциальных абитуриентов вуза (далее – группа «Ш», численность всего – 420 чел.), студенты, обучающиеся по специальности «Менеджмент организации» в ведущих вузах г. Перми (далее – группа «С», всего – 144 чел.), менеджеры, относящиеся к различным уровням управления учреждений и организаций промышленности, машиностроения, сферы услуг, строительства, образования, здравоохранения, торговли г. Перми (далее – группа «М», всего – 132 чел.).

#### Результаты исследования

В табл. 3 представлены некоторые результаты анкетирования трех групп респондентов. На первом этапе им предлагалась инструкция: «*Ответьте на вопрос «Успешный человек – это...». При ответе выберите, пожалуйста, не более 3 предлагаемых вариантов ответа».*

Мнения респондентов относительно приоритетности как лидирующих маркеров ус-

Таблица 2

Структурные элементы акмеологического потенциала,  
операционализованные на основании жизненных правил

Жизненные правила	Структурные элементы акмеологического потенциала
Всегда быть активным дома, в школе, в спортивной секции, на работе	Активная жизненная позиция
Поддерживать принятые в моём окружении (в моём классе, группе, рабочем коллективе) ценности	Принятие коллективных ценностей
Саморазвиваться – постоянно находить для себя новые интересные занятия и расширять свой кругозор	Принятие ценности саморазвитие, способность к самообразованию
Накапливать собственный опыт, учиться на своих ошибках, анализировать свои действия	Жизненный и в том числе профессиональный опыт, рефлексивность
Вести за собой и руководить людьми	Управленческие способности
Ценить профессию, которую выбрал	Личностный смысл профессии
Творчески подходить к выполнению личных, школьных, профессиональных, общественных дел	Творческие способности
Заранее планировать дела дома, в школе, на работе с учетом будущего	Стратегическое мышление
Быть инициативным дома, в школе, в спортивной секции, на работе	Инициативность
Быть последовательным в достижении своих целей	Целеустремленность
Достигать в учебе, работе только хорошего результата (отметка отлично, победа в конкурсах, олимпиадах, соревнованиях, карьерный рост)	Опыт успешной деятельности
Наращивать свои успехи и победы	Мотивация достижений

Частотное распределение ответов на открытый вопрос «Успешный человек – это...»

Маркер успешности	Количество выбравших ответ (в % от общего числа)			Место маркера в иерархии рейтинга		
	Ш	С	М	Ш	С	М
1. Доктор наук, профессор	19,3	10,4	8,8	9	8	8
2. Профессионал, мастер своего дела	60,7	68,1	75	1	1	1
3. Известный, популярный человек	21,4	25	21,6	7	7	6
4. Хороший добрый человек	55,7	45,1	35,8	2	2	2
5. Руководитель предприятия, организаци	31,4	41,7	29,7	4	4	5
6. Человек, имеющий хороших детей	28,6	27,1	31,8	5	5	4
7. Депутат	10,2	6,3	8,1	8	10	9
8. Богатый человек	25,2	25,7	20,3	6	6	7
9. Чиновник, служащий государственного аппарата	8,1	8,3	5,4	10	9	10
10. Бизнесмен, предприниматель	38,6	43,8	32,4	3	3	3

пешности (соответственно, и форм капитала), так и аутсайдеров рейтинга совпадают.

Лидирующие в рейтинге маркеры очевидно отражают наиболее информативные характеристики акмеологического потенциала. Приоритетность выбора культурного капитала позволяет предположить, что основными факторами достижения успеха для личности, по мнению респондентов, являются получение профессии, вхождение в институты образования, в которых человек получает профессию, а также процесс собственного профессионального развития и саморазвития.

Второе место в рейтинге, занимаемое социальным капиталом, отражает признание того, что потенциал доверия и взаимопомощи в межличностных отношениях является для респондентов фактором успешности. Этот факт имеет особое значение в отношении профессии менеджера, поскольку он «работает» на достижение договоренности в коллективе в стремлении к Акме, занимая при этом позицию «арбитра», «организатора» [3], проявляя свои управленческие способности.

Третье и четвертое места в рейтинге занимают выборы профессий, непосредственно связанных со сферой управления, требующих накопления и реализации культурного, интеллектуального и трудового капитала.

Как было отмечено ранее, респонденты на 1-е место в оценке маркеров успеха поставили профессионализм. Достижение профессионализма связывается с влиянием множества факторов. Представляет интерес то, как оценивают респонденты значимость исследуемых структурных элементов акмеологического потенциала личности в достижении ус-

пеха в сфере управления, а также как они оценивают значимость роли образовательных учреждений в формировании этих структурных элементов. Респондентам предлагалось ответить на два вопроса:

Вопрос 1. Представьте себе, что Вас назначили руководителем коллектива (или Вы уже руководитель). Какие жизненные правила, по Вашему мнению, должны помочь Вам стать успешным руководителем? Выберите, пожалуйста, три варианта из предлагаемых, которые помогут успешной в работе.

Вопрос 2. Оцените, пожалуйста, роль образовательных учреждений в формировании Ваших жизненных правил.

Результаты исследования двух переменных (значимость исследуемых структурных элементов акмеологического потенциала личности и роль образовательной системы в их формировании) представлены в табл. 4.

Сравнительный анализ двух иерархий рейтингов сделанных респондентами выборов позволил сделать следующие выводы:

- наблюдается сочетанность личностных и профессиональных характеристик, описывающих как лидеров, так и аутсайдеров в иерархии рейтинга первой переменной: самыми значимыми и влияющими на достижение успеха в сфере управления акмеологическими характеристиками считаются ценности саморазвития и самообразования, управленческие способности, опыт; самыми незначимыми – наличие опыта успешной деятельности, мотивации достижения, инициативность и личностный смысл профессии;
- роль образовательных учреждений оказалась наиболее значимой, по мнению

Таблица 4

Частотное распределение ответов на вопросы о значимости структурных элементов акмеологического потенциала личности и роли образовательной системы в их формировании

Структурные элементы акмеологического потенциала личности	Значение рейтинга оценки значимости правил			Значение рейтинга оценки значимости образовательных учреждений		
	Группы респондентов			Группы респондентов		
	Ш	С	М	Ш	С	М
Активная жизненная позиция	4	5	6	6	5	6
Принятие коллективных ценностей	5	4	3	4	11	7
Принятие ценности саморазвития, способности к самообразованию	2	1	1	1	3	1
Жизненный и в т. ч. профессиональный опыт, рефлексивность	3	3	4	5	1	2
Управленческие способности	1	2	2	12	10	12
Личностный смысл профессии	10	8	9	8	12	10
Творческие способности	6	7	8	9	7	5
Стратегическое мышление	7	6	5	11	6	8
Инициативность	9	11	10	10	9	11
Целеустремленность	10	8	7	7	8	9
Опыт успешной деятельности	12	12	12	3	4	3
Мотивация достижений	11	9	11	2	2	4

Примечание. Ш – группа школьников, С – группа студентов, М – группа менеджеров.

респондентов, в формировании опыта, мотивации достижения, ценностей саморазвития и наоборот, наименьшее влияние они оказывают в формировании управленческих способностей, личностного смысла профессии, творческих способностей, инициативности;

- стабильно невысоко оценивают респонденты и первую, и вторую переменную в формировании творческих способностей, стратегического мышления, инициативности, целеустремленности;

- наблюдается две противоречивых тенденции:

во-первых, респонденты, не считая значимыми для достижения собственного успеха наличие у себя опыта успешной деятельности и мотивации достижения для в приближении к успеху, в тоже время довольно высоко оценивают роль образовательных учреждений в формировании этих характеристик;

во-вторых, респонденты, считая значимыми наличие у успешных людей управленческих способностей и коллективных ценностей, одновременно невысоко оценивают роль образовательных учреждений в формировании этих характеристик.

Таким образом, респонденты довольно четко репрезентировали собственную позицию в отношении ценностей саморазвития и самообразования. Однако при этом они не смогли однозначно определиться с оценкой значимости характеристик ценностно-

мотивационной (мотивация достижения, коллективные ценности), рефлексивно-оценочной (опыт вообще, личностный смысл профессии) и когнитивной (творческие способности) сфер личности, непосредственно определяющие стратегии саморазвития личности. Возникает вопрос: действительно ли респонденты считают сформированность ценности саморазвития важной для достижения успеха в сфере управления или такое мнение является «данью моде»?

В данном случае наблюдаются противоречия между актуальным состоянием акмеологического потенциала выпускника вуза, с одной стороны, и объемом требований рынка труда («быть конкурентоспособным профессионалом»); требований работодателя («быть готовым и способным к профессиональному развитию и саморазвитию»); требований общества и государства («обладать предусмотренными стандартами III поколения компетенциями, стремиться к личностному и профессиональному саморазвитию, уметь критически оценивать личные достоинства и недостатки, осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности»), с другой стороны, и особенностями репрезентации этих требований будущими абитуриентами, студентами – будущими менеджерами и работающими менеджерами, с третьей.

## Общая психология, психология личности, история психологии

Реализация личностной парадигмы в профессиональном обучении менеджеров требует разработки специальных педагогических технологий, нацеленных на интеграцию их профессионального и личностного развития с их саморазвитием. Однако существующая практика вузовского обучения иллюстрирует недостаточность методического сопровождения такого рода технологий: студенты и менеджеры не смогли достаточно четко репрезентировать свои представления о собственной траектории достижения успеха в профессии.

Вышеизложенное обусловило актуальность проблемы теоретического и методического обоснования принципов, форм, содержания, методы, средства, условия и методики, направляющие педагогический процесс в вузе на формирование акмеологического потенциала будущего менеджера.

### Организация и методика проведения социологического исследования

В 2012–2013 гг. в рамках повторно-формирующего эксперимента, выполненного в соответствии с проектом № 034-ф Программы стратегического развития ПГГПУ, был проведен социологический опрос. В контексте проблемы социально-экономического выбора человеком стратегии успешности изучались особенности региональной (городской) идентичности населения (изучение проводилось на примере исследования жителей г. Перми).

Одной из задач социологического опроса была проверка ранее выявленных характеристик маркеров успеха на более многочислен-

ной выборке (массиве респондентов).

Опрос проводился в декабре 2012 года методом стандартизированного интервью, по правилу поквартирного обследования, «пошагово» – с обследованием жителей 4 квартир. Всего было опрошено 960 человек в возрасте 18 лет и старше. В исследовании изучалась квотная репрезентативная выборка, в качестве критерия квотности использовались критерии пола, возраста, места жительства. В качестве единиц регистрации места жительства выбраны избирательные округа, границы которых определены постановлением Пермской Городской Думы. Порог статистической погрешности результатов исследования был определен величиной, не превышающей 3,5 %. Содержательная интерпретация эмпирической информации основана на анализе данных исследования, обработанных с помощью компьютерной программы – пакета статистических программ SPSS.

В качестве методологической основы исследования были выбраны:

- подход П. Бурдьё в анализе различных форм капитала;
- гуманистический подход к оценке продуктивных и непродуктивных ориентаций человека Э. Фромма;
- подход к измерению культур Ш. Шварца.

Таблицы для интерпретации полученных результатов исследования были дополнены еще одной (табл. 5). В соответствии с целями и задачами социологического исследования были определены и систематизированы таксономические единицы системы интерпрета-

Таблица 5

Сводная таблица индикаторов ценностных ориентаций и маркеров социальной, профессиональной и личной успешности

Характеристики отношения к успешности						
Таксоны	Отношения между личностью и группой		Отношения людей к своему природному и социальному окружению		Обеспечение социально-ответственного поведения	
	Автономия	Принадлежность	Мастерство	Гармония	Иерархия	Равноправие
Примеры успешности	Бизнесмен, предприниматель	Хороший добрый человек Известный, популярный человек	Доктор наук, профессионал, мастер своего дела спортсмен-чемпион		Депутат, чиновник, богатый человек, руководитель	Человек, воспитывающий хороших детей
Характеристика успешности	Экономическая эффективность	Социальная справедливость	Экономическая эффективность	Социальная справедливость	Экономическая эффективность	Социальная справедливость

ции результатов опроса.

Следующим фрагментом исследования регионального аспекта проблемы определения человеком стратегии и индикаторов успешности респондентам предлагалось ответить на вопрос «Успешный пермяк – это...» с помощью выбора не более 3 предложенных в списке вариантов ответа. В дальнейшем определялись значения частот выбора того или иного ответа и на основании этого определялось ранговое место каждого выбираемого варианта в иерархии полученных таким образом результатов (табл. 6).

В массовом сознании пермяков самыми важными признаками успешности являются достижение высокого уровня профессионализма – у 45,4 % численности квотированной выборки, и репутация хорошего, доброго человека – у 31,2% респондентов (1-е и 2-е места в рейтинге соответственно).

Характеризуя особенности современности, З. Бауман формулирует тезис, определяющий факторы влияния на идентичность: «Существовать – это значит расти... изменяться все время» [4]. Другими словами, непрерывные изменения условий жизни – это объективный факт, так же, как и то, что экономические субъекты вынуждены непрерывно развиваться в личностной, социальной и профессиональных сферах. На уровне индивидуальности этот тезис объясняет положение о том, что профессиональная самоидентификация и саморазвитие личности является необходимым механизмом ее приспособления в современном мире (следует подчеркнуть – не желаемым, а именно необходимым). Представитель Московской акмеологической школы в

России А.А. Деркач считает, что достижение вершин профессионализма стало в наше время социальной необходимостью [8]. Ведущей стратегией достижения успеха считается стремление к профессионализму.

Второе место, занимаемое маркером «хороший, добрый человек» в иерархии выборов требует своего особого анализа, поскольку эту характеристику довольно сложно отнести к сфере экономической эффективности. С точки зрения Э. Фромма, успех человека рыночной ориентации зависит, в том числе, и от того, «знается ли он с нужными людьми», или, другими словами, имеет ли он социальный капитал. Маркер «хороший добрый человек» иллюстрирует использование респондентами определенного радиуса доверия личности, устойчивых норм человеческих взаимоотношений, гуманистических ценностей. Поэтому этот маркер может рассматриваться как фактор повышения спроса на личность в рыночной экономике. Именно отражение наличия социального капитала личности позволяет человеку почувствовать себя принадлежащим к определенному обществу, что способствует самоидентификация и идентификация личности и, как следствие, ее развитию и саморазвитию.

В то же время формально-очевидные признаки успешности (например – должность руководителя, чиновника, наличие статуса депутата, степени доктора наук, звания профессора лишь 10–13,6 % опрошенных респондентов считаются значимыми, что позволяет считать, что эти маркеры в общественном мнении не рассматриваются в качестве критериев успешности. Такого рода противоречивость триви-

Таблица 6  
Значения и иерархия частот выборов маркеров успешности респондентами -- жителями города Пермь

Маркер успешности	Число выбравших вариант маркера (в % от общего числа)	Место в рейтинге частот выборов
1. Доктор наук, профессор	12,1	9
2. Профессионал, мастер своего дела	45,4	1
3. Известный, популярный человек	22,5	3
4. Хороший добрый человек	31,2	2
5. Руководитель предприятия, организации	13,6	8
6. Человек, воспитывающий хороших детей	20,2	6
7. Депутат	11,4	10
8. Богатый человек	20,5	5
9. Чиновник, служащий государственного аппарата	10,3	11
10. Бизнесмен, предприниматель	19,5	7
11. Спортсмен, чемпион региона, России, Европы, мира	21,9	4

альным представлениям объясняется, с одной стороны, четкостью определения формальных критериев успешности их достижения (официальный статус, регалии, номенклатурные льготы и т.д.), связанных в то же время с высокой степенью состязательности при покорении этих карьерных вершин. С другой стороны, относительно высокие ресурсные и личностные издержки даже при успешном продвижении по карьерной лестнице (обязательное наличие экономического, социального, культурного капитала в виде ресурсов в структуре акмеологического потенциала личности). И, с третьей стороны, в таких статистических характеристиках выбора респондентами прослеживается особенность ментальных конструкций, присущих представителям традиционного российского общества.

Интерпретация выбора респондентов может быть произведена, опираясь на положения теории Э. Фромма. Выбор конкретных маркеров среди значимых и незначимых сфер успеха отражает мировоззренческую позицию респондентов, являющуюся примером наличия у них непродуктивной рыночной ориентации. В целом результаты исследования позволяют сделать вывод о широкой представленности среди жителей миллионного мегаполиса (г. Перми) мнения о том, что успех человека зависит от того, насколько хорошо он умеет продавать себя на рынке, насколько привлекательна его «упаковка». В современной России привлекательными «упаковками» признаны «профессионализм», «сфера управления», «опыт в сфере предпринимательства» [2, 5, 9, 15, 16].

Ответы респондентов в первом социологическом опросе полностью подтверждают эти выводы, однако во втором опросе данные выводы подтверждаются только в части профессионализма как успешной рыночной стратегии. В то время как «упаковки» предприниматель, руководитель предприятия располагаются ниже среднего уровня (7, 8 места).

Итак, участвовавшие в социологическом опросе респонденты – жители г. Перми, вне зависимости от их возраста, социального статуса, материального достатка, определили одних и тех же лидеров рейтинга маркеров успешности людей: профессионализм (1-е место в рейтинге факторов достижения успеха в городе Пермь). Соответственно, респондентами ценятся и то, что способствует достижению профессионализма. При этом акмеологический потенциал может рассматриваться как

один из элементов стратегии жизненного успеха личности абитуриента, студента и работающего выпускника.

### Литература

1. Абульханова-Славская, К.А. *Стратегия жизни* / К.А. Абульханова-Славская. – М.: Мысль, 1991. – 299 с.

2. Андрюхина, Л.М. *Креативное образование как форма профессиональной самоидентификации менеджера* / Л.М. Андрюхина // *Подготовка профессионала XXI века: интеграция науки и практики: Дни науки УрГИ: материалы Российской научно-практической конференции (17–19 мая 2005 г.)*. – Екатеринбург: Уральский гуманитарный институт, 2005. – С. 73–88.

3. Анисимов, О.С. *Цели и ценности: сущностные сопоставления* / О.С. Анисимов // *Мир психологии*. – 2008. – № 4. – С. 178–184.

4. Бауман, З. *Текущая модерність: взгляд из 2011 года: лекция* / З. Бауман. – <http://polit.ru/article/2011/05/06/bauman/> (дата обращения: 24.01.2013).

5. Бинкина, Е.И. *Новые тенденции взаимодействия рынка труда и рынка высшего экономического и менеджериального образования в Пермском крае. Всероссийская социологическая конференция «Образование и общество», Москва, 20–22 октября 2009 г.* / Е.И. Бинкина, Е.Л. Зуева. – М.: ИС РАН; РОС, 2009. – С. 31–31.

6. Бурдье, П. *Формы капитала* / П. Бурдье // *Экономическая социология*. – 2005. – Т. 6. – № 3. – С. 60–74.

7. Гойло, В.С. *Интеллектуальный капитал* / В.С. Гойло // *МЭ и МО*. – 1998. – № 11. – С. 68–77.

8. Деркач, А.А. *Акмеологическая культура личности: содержание, закономерности, механизмы развития* / А.А. Деркач, Е.В. Селезнева. – Изд-во НПО «МОДЕК», 2006. – С. 496. – (Серия «Библиотека психолога»).

9. Иванова, Н.Л. *Профессиональная идентичность как фактор конкурентоспособности личности в современном бизнесе* Н.Л. Иванова // *Модернизация экономики и глобализация: в 3 кн.* / отв. ред. Е.Г. Ясин; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. – Кн. 2. – С. 383–390.

10. Ковбасюк, О.В. *Воспитание у студентов осознанного отношения к собственной жизненной стратегии: дис. ... канд. пед. наук* / О.В. Ковбасюк. – Хабаровск, 2003. – 218 с.



11. Кузнецов, А.Г. Факторы развития акмеологического потенциала менеджера / А.Г. Кузнецов, С.М. Селезнева // Вестник ЮУрГУ, Серия «Психология». – 2012. – Вып. 19. – № 45 (304). – С. 11–17.

12. Лебедева, Н.М. Культура как фактор общественного прогресса / Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко. – М.: ЗАО «Юстицинформ», 2009. – 408 с.

13. Федотова, Н.Н. Внеэкономический капитал и его значение для экономики и общества / Н.Н. Федотова, Л.Н. Федотов // Философские науки. – 2009. – № 3. – С. 39–56.

14. Фромм, Э. Человек для себя / Э. Фромм; пер. с англ и послесл. Л.А. Чернышевой. – Мн.: Коллегиум, 1992. – 253 с.

15. Шабанова, М.А. Новое поколение российского бизнес-сообщества: особенности профессионализации и адаптации / М.А. Шабанова // Социологические исследования. – 2006. – № 12. – С. 28–40.

16. Шкаратан, О.И. Социально-экономическое положение профессионалов и менеджеров / О.И. Шкаратан, С.А. Иняевский // Социологические исследования. – 2006. – № 10. – С. 16–27.

Селезнева Светлана Михайловна, старший преподаватель кафедры экономики Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, seleznevasm@mail.ru.

## ACMEOLOGICAL POTENTIAL AS AN ELEMENT OF THE HIGHER SCHOOL GRADUATE'S VITAL SUCCESS STRATEGY

S.M. Selezneva

Results of the sociological researches done within the limits of skilled-experimental work at a stage of ascertaining and repeated-forming experiments are presented. At a stage of ascertaining experiment opinions of the respondents, achievements of success concerning strategy and estimations of the importance of acmeological potential elements of the person for schoolboys (11 class – potential universities' entrants), for university students - future managers, for working heads of the lowest, average and the top echelon in sphere of the industry, construction, trade, services, education, medicine, transport were studied. It is determined that leading markers of success for the given group of respondents are professionalism and the social capital (the characteristic «a good kind person»). It is revealed that in structure of acmeological potential most of all respondents appreciate aspiration to self-development, self-education, experience and motivation of achievement. By results of questioning a number of the problems connected with formation of acmeological potential of the future manager in educational establishments are ascertained. At a stage of repeated-forming experiment opinions of the respondents concerning the achievements of success strategy in a concrete territory (Perm city) during carrying out of more scale on the purposes, methods, contents of sociological research which is considered valid were studied. Results of carried out research have confirmed the markers of success set in primary research.

*Keywords: acmeological potential, markers of success.*

Selezneva Svetlana Mikhailovna, Senior teacher, Department of Economics, Perm State University of Humanities and Education, seleznevasm@mail.ru.

*Поступила в редакцию 22 мая 2013 г.*