

УДК 338

О.В. БАЛАХОНОВА, к.э.н., ОНУ имени И. Мечникова, Одесса

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье рассматриваются особенности отечественных организационных культур, которые затрудняют применение западных моделей типологии и диагностики. Организационная культура, типология.

The problem of western models using for typology and diagnostics of domestic organizational culture was analyzed in this article.

Ключевые слова: культура, исследование, корпоративный.

Введение

Создание типологий организационной культуры западными специалистами относится к периоду времени, когда в Европе завершились процессы распада традиционной культуры. Применительно к исследованиям организаций в Украине и других странах следует отметить, что процессы глобализации в силу разных причин по-своему отразились на социальной регуляции: каждая страна находится на определенной стадии отхода от традиционной культуры, что объясняет преобладание на конкретной территории культуры, цивилизации или массовой культуры. Это обстоятельство объясняет низкую эффективность применения западных моделей к украинской действительности.

Результаты исследований

I. Особенности исследований организационной культуры. Интерес западных исследователей к организационной культуре не ослабевал с начала 1970-х до середины 1990-х гг., что подтверждает создание в этот период большинства типологий организационных культур, популярных в Украине и до настоящего времени. В Украине первые работы по организационной культуре появились в начале 1990-х гг. в виде переводов и анализа зарубежных первоисточников.

Рассматривая типологии организационных культур, представленные западными авторами, можно выделить два направления, изученные в разной степени.

К первому вектору можно отнести исследования, посвященные разработке типологий, претендующих на универсальность их применения. Это типологии Р. Блейка и Ж.Мутона, К. Камерона и Р. Куинна, Д. Дэнисона, Т. Питерса и Р. Уотермана, Р. Харрисона и Ч.Хэнди, А.Кеннеди и Т.Дила. В рамках данного подхода была выращена концепция корпоративной культуры, которую мы понимаем как инструмент управления при помощи внешне заданной системы ценностей, норм и правил поведения персонала, аутентичных идеологии и миссии

организации. Среди специалистов по управлению организационной культурой (понимаемому в соответствии с традицией, заложенной К.Камеророном и Р.Куинном [2], как согласование ценностей внутри сложившегося типа) стал популярен другой подход, смысл которого – проектирование культуры, которая, как предполагалось, будет выступать и эффективным мотиватором. Данное направление идейно было заложено работами Т. Питерса и Р.Уотермана, Р.Блейка и Д.Мутона. В частности, одним из первых исследовал системы ценностей успешных корпораций Т. Питерс и предложил тиражировать их в другие организации [4]. Последующее разорение успешных корпораций послужило причиной критики подхода Т. Питерса, однако сам способ тиражирования был взят на вооружение практиками. Трансляция в разных странах данных типологий (популяризация диагностических методик Д.Денисона и др. зарубежных авторов в Украине и т.п.), априори считающихся универсальными, являются отражением представления о массовизации социума, отсутствии дифференциации организаций, географически удаленных друг от друга и погруженных в различные национальные среды.

Второй вектор можно обозначить как вектор в сторону этнического разнообразия организационных культур и социума в целом. Исследование данного направления нацелены на изучение влияния национальных составляющих на организационные культуры. Одним из первых масштабное исследование национальных культур, субсидированное корпорацией IBM, предпринял Г.Хофстеде [7]. Им было установлено, что национальные культуры разных стран различаются выраженностью бинарных характеристик. Д. Мацумото с коллегами продолжил исследование Хофстеде в Японии [21]. Ф. Тромпенаарс также продолжил линию Хофстеде, совершив поиск различий между национальными культурами в сфере производственных ценностей на уровне отдельных людей [22]. К. Ламмерс и Д.Хиксон выделили три глобальных типа культур, к которым отнесли изученные страны (например, к латинскому типу – Италию, Францию и Испанию, а к традиционному типу – развивающиеся страны) [9]. У. Оучи провел сопоставление американской и японской культур [10]. К современным относится исследование китайской организационной среды Чжан Бо, показывающее обусловленность национальной спецификой распространенного кланового типа организационной культуры [11].

II. Механизмы социальной регуляции. Наличие разнонаправленных векторов исследований связано прежде всего с попыткой решить вопрос о способах социальной регуляции человека в организации и степени их социокультурной детерминированности, поскольку только экономические методы регуляции в организации весьма ограничены (что и подтверждает собой теория мотивации Ф. Герцберга, рассматривающая материальный стимул как гигиенический фактор, S – образная кривая полезности экономического стимула Т. Сцитовски).

Собственно вопросы социальной регуляции рассматривались М. Вебером, М. Маклюэном и др. М. Вебером было выделено три способа социальной регуляции (ценностно – рациональный, целерациональный, целеориентированный), которые

получили развитие в работах И.В. Андреевой как типы культур [17]. Данные типы складываются исторически с развитием общества и сосуществуют, образуя пласты единой искусственной среды: культуру, цивилизацию и массовую культуру.

Культура как пласт социокультурной среды представляет собой иерархически организованную систему устойчивых во времени потребностей, видов деятельности, любой ценностно окрашенной информации, передающихся из рук в руки и сохраняющих внутренний смысл для каждого последующего поколения.

Цивилизация – система институционализированных культурных образований, представляющих собой формализованные, закреплённые нормативно практики или общественные отношения, стремящихся к сохранению и воспроизводству самой структуры [15].

Массовая культура, по определению В.Д. Исаева, являет собой способ продуцирования культуры цивилизационными методами [16].

На основе разработанных И.В. Андреевой признаков социокультурных составляющих ей было выявлено соотношение национальной, организационной и корпоративной культур, в основу которого были заложены особенности механизмов социальной регуляции (табл. 1).

Таблица 1- Механизмы социальной регуляции в различных типах культуры

Искусственная среда			
Признаки	Культура	Цивилизация	Массовая культура
Тип социальной регуляции поведения	Ценностно - рациональное	Целерациональное	Целеориентированное
Механизм регуляции поведения людей	Традиции, ценности, нормы	Цели, возникающие в соц. системах	Конформные реакции
Способ социальной ориентации	Внутренний мир	Порядок внешнего мира	Включённость в массовую аудиторию
Структура личности	Иерархия ценностей	Система знаний	Мозаичная структура сознания
Тип образования	Воспитание	Социоинженерия	Информирование
Единица поведения	Поступок	Отдельная функция	Движение
Цель развития	Рост/сохранение возможностей человека	Совершенствование конструкции	Создание имиджа
Ведущий тип взаимоотношений	Обмен	Управление	Манипуляция
Тип культуры	Национальная	Организационная	Корпоративная

В недрах любого типа культуры содержатся элементы собственно культуры, и элементы цивилизации, и элементы массовой культуры. Способ социальной регуляции поведения является одним из их маркирующих признаков. Организации, существующие в социуме, погружены в разные пласты (культуры, цивилизации или массовой культуры).

Анализируя таблицу 1, можно увидеть, что в культурном пласте цели организации ориентированы на общечеловеческие ценности, которые передаются «из рук в руки». В идеальном случае это организация, ориентированная на поиск истины и продуцирование смыслов собственной деятельностью, передача знаний в которой выстроена по принципу ученичества у мастера.

В пласте цивилизации организации ориентированы на цели как достижение определенного запланированного результата. Возникновение таких организаций в виде объединений людей в большом количестве связано с возрастающей конкуренцией технологизирующейся внешней среды, выраженной во все возрастающей рационализации деятельности.

Организации в массовой культуре ориентированы на поддержание статуса – кво в социальной системе. Для них характерно ограниченное стремление к рефлексии происходящего, включенность в массовую аудиторию принуждает организацию формулировать цели как фрагментарные реакции на элементы социальной мозаики.

В целом можно заключить, что управление организацией возможно в пластах цивилизации и массовой культуры. В пласте культуры поведение людей направляется выстроенной системой ценностей на основе усвоения собственно культуры (национальной, религиозной). Собственно организации как институциональные образования возникают в пласте цивилизации, где управление строится на базе концепции организационной культуры; корпоративная культура позволяет осуществлять регуляцию поведения персонала в условиях массовой культуры.

Важным моментом является то, что в условиях массового общества, глобализационных процессов национальные культуры являются размытыми, «музейными», что позволяет говорить об отсутствии внутренней компоненты – индивидуальной культуры, подразумевающей иерархию ценностей. Переход к целерациональному поведению обосновал М. Вебер, поскольку такое поведение считал основным для буржуазной экономики принципом: «Дух капитализма – это закат культуры, превращение ее в цивилизацию» [12, с.460]. Х.Ортега – и – Гассет называл современное общество варварским, с господством «массового человека», рассматривающего себя как жертву обстоятельств [18]. Массовокультурный способ регуляции поведения в современном мире усматривал и Г. Маркузе [19].

III. Социокультурное измерение организационной культуры. Исследование особенностей социальной регуляции находим в работах В. Найшуля. Он вводит термин «административные рынки», указывающий на особенности сочетания организационно-культурных типов, имеющих доминирующее положение в российской экономике. При этом, если рассмотреть типологию, предложенную К. Камероном и Р. Куинном, административный (иерархический тип) и рыночный типы организационных культур являются антиподами с точки зрения их ценностей. Американские исследователи подчеркивали, что доминантное положение одного из типов с

сильным присутствием конкурирующих ценностей является рассогласованием культуры и снижает эффективность организации. Целью иерархической (административной) культуры является планомерное поддержание процесса деятельности, тогда как рыночный тип культуры ориентирован на достижение преимуществ по сравнению с конкурентами.

«Экономика согласований», - подтверждает в своих работах В. Найшуль, директор института национальной политики, - тип управляющих отношений, который был заложен и отработан советской системой и наследован современной Украиной [20].

В связи с этим необходимым измерением в типе организационной культуры являются характеристики, позволяющие судить о типе социальной регуляции, преобладающем в среде, в которую погружена организация. Данное измерение – тип социальной регуляции – является дополнительной осью «культура» - «массовая культура», отражает динамику распада традиционной культуры и превращения ее в массовую.

Рассматриваемая нами концепция организационной культуры с позиции социальной регуляции имеет в основе концепцию конкурирующих ценностей К. Камерона и Р. Куинна. Конкурирующие ценности отражают противоположные точки зрения на эффективность организации. Четыре базовых типа, заложенные в квадраты, являются собственными противоположностями, поскольку тяготеют к двум из четырех полюсов: гибкость – стабильность, внутренняя ориентация – внешняя направленность. Показывают отношение организации к внешней среде и собственному персоналу.

Название типов организационных культур связаны также и с эволюцией организационных форм: в разные периоды социально – экономического развития наиболее эффективными становятся разные наборы ценностей. Так, в период раннефеодального общества наблюдается преобладание клановых организаций; с развитием конкуренции возникают рыночные системы ценностей, нацеленные на постоянное завоевание клиентов и удержание захваченных рубежей, которые эволюционируют в адхократические культуры. Адхократические организации подразумевают не только предпринимательский подход, но и известную гибкость в сочетании с новаторством и предугадыванием потребностей. Бюрократии возникали тогда, когда необходима была стабильность и планомерность в социуме.

На крайних полюсах введенной оси располагаются типы организационной культуры: «культурный» и «виртуальный». Данная ось образует трехмерное изображение типа культуры, полученного на основе концепции конкурирующих ценностей К.Камерона и Р. Куинна [2] (рис.1).

Центр пересечения осей – цивилизация. На полюсе культуры находится собственно культурный тип организации. Необходимо отметить, что традиционное общество дает усиление культурного типа, но такое общество может выдержать ограниченное количество организаций. Виртуальный тип культуры (показатель виртуализованности организационной культуры,

наличия информации о культуре, т.н. внешняя культура) означает погруженность организации в пласт массовой культуры. Превалирование чисто виртуального типа культуры ограничено собственной мозаичностью, а также отсутствием смыслов, что исключает собственную систему ориентиров.

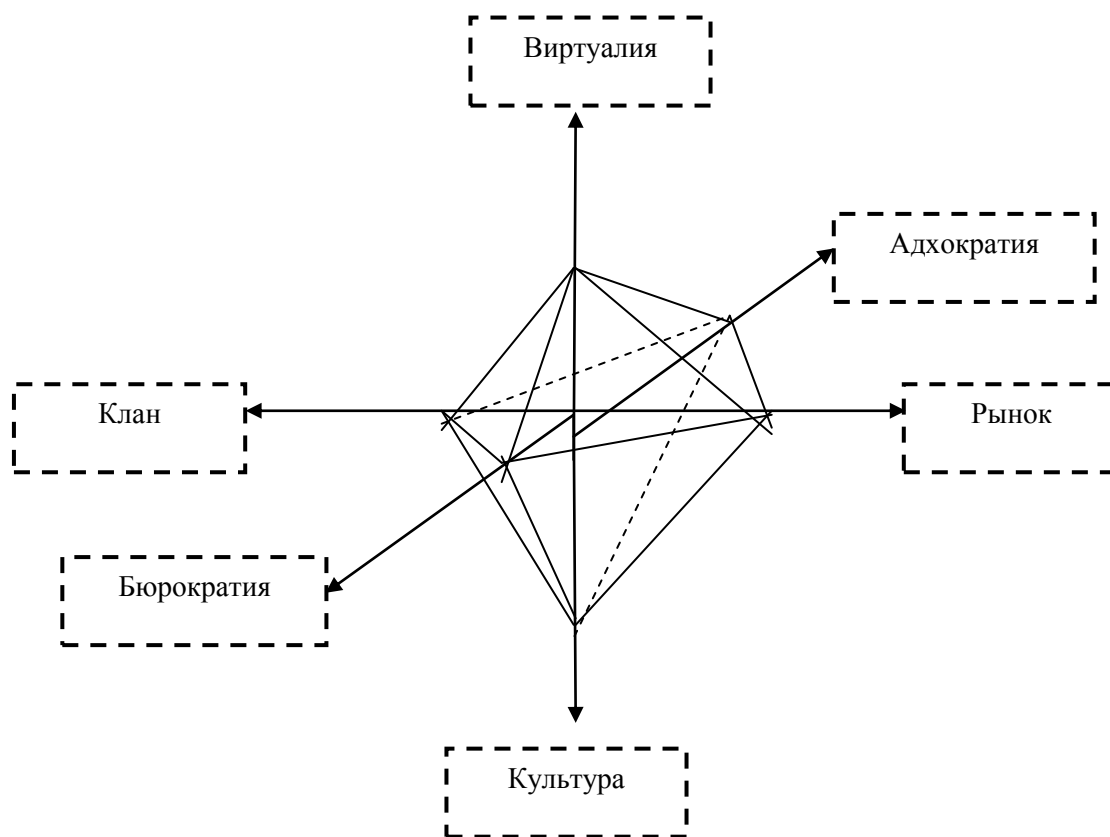


Рис. 1 - Тип культуры организации

Характеристикой культурного типа является ориентация на общечеловеческие ценности (их сохранение, трансляция, творчество), которые и определяют цели деятельности организаций. В качестве примера к таким организациям можно отнести авторские образовательные школы, реставрационные мастерские, целью которых является сохранение культурного наследия, передача культурных паттернов; отношение к прибыли в них является условием существования организации, а максимизация прибыли как цель в них не прослеживается в принципе.

Виртуальный тип организационной культуры, отражение социокультурного пласта – массовой культуры вызван объективными причинами развития общества: развитием компьютерных технологий, глобальных сетей, модуляторов виртуальной реальности, виртуальной экономикой. Все это привело к появлению новых форм поведения, их регуляторов, формирующих новый тип культуры. Дети, которые выросли с «мышкой» в руке, хозяйки, которые через Интернет совершают покупки, запускают стиральную машину, ищут спутников жизни,

молодежь, которая общение с друзьями перенесла в Сеть, представляют в социуме особый тип культуры.

Виртуальная организационная культура присутствует в организациях, чья деятельность строится на продуцировании образов, фантомов, составляющих виртуальную реальность. Организации с данным типом организационной культуры представляют собой «продюсерские центры», нацеленные на создание брендов, мнений, стандартов в обществе, а также объединения, использующие мимикрию под реальные известные организации как способ известные организации как способ извлечения прибыли (компании – двойники и т.п.). Стоит отметить, что продуцирование фантомов существовало всегда. Современная экономика уже просто невозможна без рынка ценных бумаг, оценки стоимости бренда, моделирования образов жизни. Поэтому данный тип является отражением направленности большинства организаций, действующих в реальном и виртуальном пространстве экономики.

Выводы

Таким образом, можно выделить следующие моменты. Механизмы социальной регуляции постоянно развиваются. В меняющейся среде обитания ценностная структура отдельных личностей может соответствовать разным стадиям развития механизмов социальной регуляции. Люди, носители разных систем ценностей, включаясь в организации, оказывают влияние на организационную культуру. Привнесенные ценности могут быть в разной степени согласованы между собой и создают уникальный профиль организационной культуры. Типы организационной культуры могут быть отстающие, опережающие, адекватные внешней среде. Одним из наиболее точных подходов к диагностике и управлению организационной культурой может быть учет социокультурных регуляторов, что дает возможность учитывать как специфику социокультурной среды, так и характеристики включенного в организацию персонала.

Список литературы: 1. *Blake R., Mouton J.* The Managerial Grid. Houston: Gulf.1994. 2. *Камерон К., Куинн Р.* Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. *И.В. Андреевой.* СПб: Питер, 2001. 3. *Denison D., Mishra A.* Towards a Theory of Organizational Culture and Effectivness. – *Organization Science*, 1995, V.1.6. P. 204 – 223. 4. *Питерс Т., Уотермен Р.* В поисках эффективного управления / Опыт лучших компаний. М.:Прогресс, 1986. 5. *Deal T.E., Kennedy A.A.* Corporate cultures: The rights and rituals of corporate life. Reading, MA: Addison – Wesley. 1982. 6. *Фей К., Денисон Д.* Организационная культура и эффективность: российский контекст /*К.Фей, Д.Денисон* // Вопросы экономики. 2005. №4. С.58 – 74. 7. *Хофстеде Г.* Организационная культура. Управление человеческими ресурсами / Под ред. *М. Пула, М.Уоррена.* - СПб: Питер, 2002. 8. *Tromperaars, Fons.* Riding the Wawes of Culture: Understanding Diversity in Global Business. New York: Irwin.1992. 9. *Lammers C.J., Hikson D.L.* Organizations alike and unlike: International and interinstitutional studies it the sociology of organizations. Boston, MA: Routlage & Kegan Poul. 1979. 10. *Ouchi, William G.* Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge. Reading, MA: Addison - Wesley. 1981. 11. *Чжан Бо.* Организационная культура как фактор развития системы управления человеческими ресурсами в китайских компаниях. Автореферат дисс. к.э.н. - СПб.: СПбГУ, 2005. 12. *Вебер М.* Основные социологические понятия /*М.Вебер* // Западно – европейская социология XIX – начала XX веков. М., 1996. - С. 455 – 491. 13. *Маклюэн М.* Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. - М.: Академический проект, 2005. 14. *Экономическая психология* / Под ред. *И.В. Андреевой.* - СПб: Изд-во «Питер», 2000. 15. *Социология* / Под ред. *Г.А. Гриненко.* - СПб, 1995. 16. *Исаев В.Д.* Человек в пространстве цивилизации и культуры. Луганск: Світлиця, 2003. 17. *Andreeva I.* Cross – cultural approach to solving human resources management problems in eastern European countries / conf. “The future competitiveness of the EU and its eastern neibours” // www.tse.fi/pei/e. 18. *Ортега – и – Гассет Х.* Восстание масс // Вопросы философии. 1989. №3 -4. 19. *Маркузе Г.* Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого

индустриального общества / Г. Маркузе; Пер. с англ., послесл., примеч. А.А. Юдина; Сост., предисл. В.Ю. Кузнецова. - М: ООО «Издательство АСТ», 2002. **20.** Найшуль В./ Публичные лекции на «Полит.ру» <http://www.polit.ru/lectures/2005/01/01/index.html>. **21.** Matsumoto, D., Kudoh T., Scherer K. & Wallbott H. (1989) Antecedents of and reactions to emotions in the United States and Japan // Journal of Cross – Cultural Psychology, 19.P. 267-286. **22.** Trompenaars, Fons. Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business. New York: Irwin. 1992.

Подано до редакції 04.02.2011