

ФИЛОСОФИЯ

УДК 130.2

DOI: 10.17223/1998863X/35/1

А.А. Карачканов

МНОЖЕСТВЕННОСТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ОБ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОДЕРЖАНИЕ (ОТОЗВАНА)

Анализируется множественность представлений феномена организационной культуры в рамках современного социально-гуманитарного знания. Обосновывается необходимость более целостного рассмотрения данного феномена при использовании философского методологического аппарата. Кратко описывается генезис концепта организационной культуры и его основные факторы актуализации. Феномен организационной культуры рассматривается в рамках двух принятых в научной литературе подходов: рационально-прагматическом и феноменологическом.

Ключевые слова: культура, организационная культура, понятие, сущность, структурно-функциональное содержание.

Разобраться в сущности организационной культуры и дать ее определение весьма сложно. Во-первых, в силу полидисциплинарного характера её изучения. Специалисты, так или иначе связанные с феноменом организационной культуры (культурологи, социологи, экономисты, психологи, философы, политологи и т. д.), склонны давать свое определение организационной культуры, исходя из дисциплинарной специфики изучения культурных явлений. Во-вторых, в отсутствие комплексных академических работ, носящих целостный философский характер, что связано, видимо, с короткой историей изучения данного феномена в России. До сих пор остается не ясным конкретное место и статус организационной культуры в системе философско-культурологических представлений о культуре вообще.

Современные исследователи понимают культуру как таковую многопланово: как искусственную среду, созданную человечеством; как способ и результат всей человеческой деятельности; как специфическую форму существования этносов, которая обеспечивает выживание человеческого сообщества в конкретных условиях региональных особенностей планеты. Вместе с тем культура представляет собой также совокупность общечеловеческих норм, ценностей и значений, интересов и потребностей, которые реализуются в деятельности разнообразных экономических, политических, социальных и духовных институтов, учреждений и организаций, созданных людьми.

Развитие научно-технической революции XX в. вызвало переворот в материальных условиях существования и развития общества. Это привело к качественным преобразованиям и изменениям во всех сферах и элементах

общественного производства. К числу наиболее характерных направлений этих изменений могут быть отнесены следующие: комплексная автоматизация, кибернетизация, компьютеризация, создание новых технологий и т.п. Тем не менее в США уже в 70-е гг. был выявлен тот факт, что информационные и кибернетические подходы в управлении, присущие предыдущему десятилетию, не дали значительных результатов. Обеспечить функционирование производства и повысить его эффективности, опираясь главным образом на технические средства и методы рациональности, не реализуя при этом в полной мере человеческие ресурсы организации, удавалось все реже и реже.

В XX в. понятие «культура» стали применять менеджеры и исследователи организаций; оно обозначает общий климат организации и характерные методы работы, а также провозглашаемые ею ценности. Под влиянием социально-экономических факторов середины XX в., научных исследований, прежде всего хоторнских экспериментов, проведенных под руководством Э. Мейо, и не в последнюю очередь введения в 1956 г. Т. Парсонсом в научный лексикон понятия «организационная культура» оно становится самостоятельным объектом изучения. В конце 70-х гг. XX в. зашли в тупик исследования в области стратегического управления, теории организации. Выход из кризиса теоретики в области менеджмента увидели в развитии концепции организационной культуры. И уже к 80-м гг. XX столетия в США была разработана концепция организационной культуры. Связано это было прежде всего с потребностью крупного и среднего бизнеса, которому понадобились новые подходы к управлению, чтобы поднять эффективность труда, задействовав при этом не только способы материально-денежной стимуляции, но и охватив глубинные уровни человеческой потребности в самоактуализации (А. Маслоу).

Можно выделить несколько исторических причин широкого распространения в это время нового понимания организации, связанного с концептом организационной культуры.

Во-первых, не вся организационная реальность могла быть эксплицирована и формально описана с использованием существовавших в то время инструментов исследования организаций. Формализованные описания охватывали бизнес-процессы, процессы трансформации (технологические процессы), нормы и правила регулярного менеджмента, организационную структуру, в некоторой степени – неформальную структуру и каналы коммуникаций (социометрия).

Все остальное в организации существовало в «неписаном» виде. При этом сотрудники организации прекрасно знали, как действовать в различных ситуациях, хотя эти действия не регулировались никакими писаными правилами, регламентами и прочими документами. Вполне естественно возникла идея описать как некоторое целое неписанный свод норм, ценностей, знаний, которые действительно регулируют поведение сотрудников внутри организации, в их ролевом и сверхролевом контексте. Для этого как раз и подошло понятие культуры как концепта, охватывающего достаточно широкий класс феноменов организованной реальности.

Во-вторых, на этот период пришелся подлинный расцвет транснациональных компаний. Одна из серьезнейших проблем, с которыми столкнулись эти компании, – необходимость использовать рабочую силу в любых странах планеты. Если освоение технологий работы сотрудниками из этих стран существенных проблем не составило, то трудовые отношения, специфичные для этих стран, оказались «камнем преткновения» и сразу породили множество проблем. Возник вопрос, насколько культуру транснациональной компании можно транслировать на ее филиалы в различных странах. Ответ на этот вопрос предполагал, что мы знаем, что такое организационная культура, умеем ее «измерять», а также определять ее «дистанцию» от культуры национальной, т.е. возможные границы ассимиляции местных работников. Многие талантливые руководители и менеджеры, сами того не подозревая, создавали организации с сильным ценностным и идейным ядром, выраженным в специфической корпоративной идеологии, которые впоследствии транслировались работниками далеко за пределы их внутриорганизационного пространства. По сути, работники зачастую начали руководствоваться в своей личной и бытовой жизни нормами и правилами их профессиональной этики.

Введение нового концепта «организационная культура» позволило разработать новые инструменты управления организацией. Ключевые области приложения новых инструментов: организационные интервенции и внедрение изменений (сопротивление и модификация организационной культуры), оценка и снижение рисков слияния и поглощения разных по культуре компаний, кросс-культурный менеджмент, программы отбора и адаптации новых сотрудников, программы «управления по ценностям».

В свою очередь, в организационной культуре могут содержаться и содержаться специфические нормы и ценности, разделяемые только представителями данной организации. Организационные ценности и нормы могут быть согласованы с общечеловеческими, а могут и противоречить им в том случае, когда цели деятельности организации носят асоциальный либо антисоциальный характер. Данное обстоятельство определяет характер соотношений общей и организационной культур. В том случае, если значимость организационных ценностей для субъекта деятельности превышает значение общечеловеческих, организационные интересы реализуются в ущерб общественным, а организационная культура приобретает статус контркультуры по отношению к культуре как целому.

Для современного развития общества характерно наличие большого количества разного рода структурных элементов социума, к числу которых относятся и организации, понимаемые как упорядоченные и обладающие четкой внутренней дисциплиной учреждения, созданные для реализации каких-либо конкретных видов деятельности. Будучи основанными на определенных нормах, соблюдение которых обеспечивает эффективную деятельность, каждая организация обладает и определенной культурой, в которой раскрывается степень социального и интеллектуального развития организации, обеспечивающая ее достижения в производственной, социальной и интеллектуальной сфере. Носителями культуры организации являются люди, однако в условиях стабильного существования культура организации становится ее атрибутом и оказывает активное обратное воздействие на членов организации и их по-

ведение, модифицируя его в соответствии с нормами и ценностями, лежащими в основе культуры организации.

Главными функциями организационной культуры являются: выражение индивидуальности организации, т. е. ее уникальности; отражение здравого смысла организации, что выражается в стандартах поведения, вырастающих из культурных традиций; обеспечение коллективной преданности организации, т. е. патриотизма или лояльности всех работников; стабилизация морально-психологического климата в организации, обеспечиваемая миссией организации и ее идеологией.

В исследованиях, посвященных организационной культуре, существует огромное множество определений. Проблематика организационной культуры в научной литературе представлена с точки зрения двух подходов: рационально-прагматического и феноменологического.

Согласно рационально-прагматическому подходу, культура рассматривается как инструмент повышения эффективности деятельности организации и проводник организационных изменений. Отличительной чертой этого подхода является его ориентация на управление культурой. Характерно рассмотрение руководства (или создателей организации) как лиц, формирующих или селектирующих культуру. Интерес к этому подходу определяется теми возможностями эффективных решений проблем управления, которые могли бы быть достигнуты с его помощью. Данный подход представлен теорией организации, лежащей на пересечении ряда научных теорий: теории менеджмента (целенаправленном воздействии субъекта управления на объект управления с целью достижения определенных практико-ориентированных результатов); теорией экономики (наука о получении определенных результатов с заданной эффективностью); социальной социологией, теорией управления персоналом (дисциплины, учитывающей важность человеческого фактора в менеджменте); общей теории систем, кибернетики; теории информации; теории моделирования организованных систем. В последние годы особенно отчетливо проявляет себя научное изучение организационных систем, на котором сказывается специальная теория организации, синергетика и общая теория систем.

Феноменологический же подход понимает и анализирует организационную культуру посредством интерпретации ее проявлений. Речь идет о способе трактовки организационной культуры для обозначения сути организации. Исходя из этого, организационная культура не свойство, которым обладает организация, а то, чем она по существу является. Этот подход чаще всего ассоциируется с феноменологической моделью организации, когда организации понимаются и анализируются главным образом не в экономических или материальных терминах, а в терминах экспрессивных, мыслительных или символических. Авторы, придерживающиеся этого подхода, как правило, отрицают возможность целенаправленного прямого воздействия на формирование организационной культуры. Наиболее известными сторонниками данного подхода являются К. Вейк и Д. Силверман.

Так, по мнению Т.Ю. Базарова, «организационная культура – интегральная характеристика организации (её ценностей, образцов поведения, способов оценки результатов деятельности), данная в языке определенной типоло-

гии (исторические типы организационных культур: органическая, предпринимательская, бюрократическая, партиципативная)» [1].

В.В. Рудницкий в своё понимание феномена организационной культуры включает два взаимосвязанных измерения: макроэкономическое, охватывающее общественную организацию как целое (система хозяйствования), и микроэкономическое, характеризующее конкретные организационные структуры (формы) хозяйствования на уровне предприятия (фирмы). В первом случае акцент делается на сохранение традиций и опыта, исходя из принципа «не навреди»; во втором главным является гибкость реагирования на новое в науке и технике, на изменение спроса и предложения [2]. Организационная культура, по мнению В.В. Рудницкого, наряду с национальными традициями и опытом, мотивациями и образом действий, стереотипами поведения включает в себя обществоведческие знания, восприимчивость к новациям, умение использовать экономическую теорию, квалифицированное управление, а также наличие (воспитание) лидеров – перестройщиков, способных обеспечить реальный процесс внедрения нового интуитивно или на свой страх и риск.

Крайне интересная точка зрения зарубежных исследователей на феномен организационной культуры. Так, американский экономист П. Галиарди определяет организационную культуру как «конкретную систему стоимостных установок и основополагающих ценностей, которые позволяют отличать социально-экономические интересы одной группы общества от другой и ориентируют его (общество) хозяйственные решения».

Польский учёный А. Козминский выделяет «нормы и ценности, стереотипы поведения, традиции и опыт, создающие историю данной организации, хозяйства, её эффективность» [2, С. 12–14], сводя определение к сути общего понимания культуры организации. В.В. Рудницкий же не акцентирует внимание на культуре отдельной организации как таковой. Он рассматривает её как часть системы хозяйствования в обществе, поэтому организационная культура важна для него как культура хозяйствования, как наличие организационных структур (в том числе и на уровне предприятия), обеспечивающих функционирование хозяйства общества, страны.

Е.А. Литвинцева выделяет две точки зрения на феномен организационной культуры. Одна точка зрения отражает мнение авторов, рассматривающих организационную культуру в форме базовых принципов и представлений, принимаемых и разделяемых всеми членами организации. Именно эта своеобразная «философия» организации задает людям ориентиры их поведения и действий. Вторая точка зрения связывает феномен организационной культуры, прежде всего, с деятельностными параметрами организации [3].

По мнению А.И. Пригожина, организационная культура понимается как нечто спонтанное, образующееся в результате взаимодействия деловой культуры макросреды (континента, страны, региона, вида бизнеса, отрасли, профессии) и своеобразия индивидуальных культур участников организации. В развитии организационной культуры ключевая роль, видимо, отводится руководящему составу, который, умело определяя функции сотрудников, повышая их мотивацию, вовлекая их в выработку общих целей, спо-

способствует развитию корпоративной культуры на основе сложившейся организационной [4].

А.И. Пригожин считает, что при сочетании этих двух условий в организации складывается высокая степень интеграции персонала с фирмой, т.е. организационная культура. Она существенно повышает жизнедеятельность организации, её деятельностный инновационный потенциал. Если такой культуры нет, то при появлении у организации трудностей работники стремятся покинуть ее, если же она есть, – они пытаются дополнительными усилиями помочь преодолеть трудности. Другими словами, организационная культура – естественно-искусственное образование, характеризующее наиболее развитую личность организации. Но самый высший уровень её развития – разработка идеологии организации, своеобразной корпоративной религии и толкование её миссии, дающей ей духовный и эмоциональный подъем, высокую идентификацию персонала с организацией и соответствующую этому трудовую отдачу.

Ж.Т. Тощенко и Н.Н. Могутнова определяют организационную культуру как элемент структуры организации наравне со стилистикой документов, приказов руководства, обязательных к исполнению. Отличительная черта организационной культуры – это ценности, которые формирует у работников чувство сопричастности к организации (чувство «общей судьбы») [5]. На наш взгляд, такой подход близок к трактовке организационной культуры как процесса «организовывания» (организация как одна из общих функций управления, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого) или как результат «организовывания», организованности (организация как внутренняя упорядоченность частей системы) [6].

А.Э. Капитонов и Э.А. Капитонов выделяют феномены корпоративной и организационной культуры, соотнося их с типами развития экономики – индустриальным и постиндустриальным. Индустриальному типу развития соответствует экономическая организация с характерной для нее организационной культурой. Организационная культура выступает, по мнению авторов, как качественное состояние устройства организации, система управления, способ освоения экономических ресурсов, осуществления хозяйственных усилий в производстве товаров и услуг, а также взаимодействия с внешней средой. То есть организационная культура – это совокупность базовых представлений, приемов и правил управленческих действий, условий труда, направляющих поведение на рабочем месте и определяющих отношения с окружающей средой, которые задают формальные руководители, лидеры всех уровней. В условиях постиндустриального общества (с 80-х гг. XX в.) доминирующим организационным ресурсом становится информация, знания, высокие технологии; человеческие ресурсы приобретают стратегическое назначение для организации. Это обуславливает формирование организационной культуры, когда люди в организации образуют единый социальный организм: организация должна обогащать тех, кто с ней связан, а работающие в ней – получать удовлетворение от своего дела [7]. Исходя из данной позиции, организационная культура есть отражение более высокой ступени развития организации вообще.

Отечественный социолог Г.П. Зинченко считает организационную культуру выражением ценностей, воплощенных во взаимоотношениях внутри

организации [8]. В данном определении речь идет об организационной культуре как оместилище сущности культуры организации вообще (трудовая, производственная и другие культуры).

Можно отметить, что общее направление в определении феномена организационной культуры есть, но не обнаруживается единый подход к основаниям разграничения организационной культуры. И, как уже отмечалось выше, организационная культура является в основном объектом внимания исследователей, которые занимаются вопросами менеджмента, управления персоналом, управления организацией, организационного поведения. Понятие организационной культуры в рамках философии практически не разработано.

Один из современных зарубежных исследователей Э. Шейн понимает организационную культуру как «паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой (организацией) при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [9].

По мнению Э. Шейна, основополагающей частью организационной культуры являются базовые представления (basic assumptions) – убеждения, особенности восприятия, мысли и чувства, которые действуют на подсознательном уровне и воспринимаются как само собой разумеющееся отношение сотрудников организации к себе и окружающему миру. Набор базовых представлений определяет: 1) в чем состоит смысл тех или иных явлений; 2) какой должна быть эмоциональная реакция на происходящее; 3) какие действия следует предпринимать в той или иной ситуации; 4) как относиться к таким фундаментальным аспектам существования, как природа времени и пространства; природа человека и человеческой активности; природа истины и способы её обретения; правильные взаимоотношения индивида и группы; относительная важность работы, семьи и саморазвития; обретение мужчинами и женщинами своей истинной роли и природа семьи. Базовые представления отражаются в поведенческих моделях, приобретенных группой в процессе выживания и борьбы с внешними и внутренними проблемами. Этот более глубокий уровень культуры следует отличать от поверхностного внешнего, наблюдаемого уровня, который проявляется в ценностях и артефактах. Данный уровень – это уровень культурных архетипов, которые с трудом поддаются анализу со стороны людей, для которых эти же архетипы носят основообразующий характер.

Ценности, нормы и правила поведения определяются лидером, элитой организации, и при условии своей действенности они принимаются группой и становятся коллективными представлениями. Они являются ориентиром в сложных или неопределенных ситуациях.

Артефакты (материальное окружение организации, ее язык, технологии, продукты деятельности, стиль одежды, манера общения, мифы и истории, ритуалы, церемонии и т. д.) – это поверхностный, явленный уровень культуры организации; то, что можно непосредственно наблюдать, но очень сложно интерпретировать, не зная сути базовых представлений.

Такое понимание организационной культуры принято многими её исследователями, что указывает на его продуктивность, теоретическую и практическую ценность, хотя не лишено вопросов.

Согласно Л. Смирнич [10], существующие определения организационной культуры можно объединить в три подхода: 1) культура как независимая внешняя составляющая, внесенная в организацию извне; 2) культура как внутренняя составляющая организации; 3) культура как суть организации.

В соответствии с первым подходом организационная культура рассматривается как совокупность представлений и ценностей, которые формируются у человека под влиянием общества, общественной деятельности и социального взаимодействия. Этот подход рассматривает организацию лишь как контекст, в котором проявляются ценности и нормы национальных культур. Таким образом, в соответствии с ним организационная культура должна быть схожей для всех организаций, существующих в рамках национальной культуры, исключение составляют лишь транснациональные корпорации. Однако каждая организация формирует свою индивидуальную культуру.

Второй подход основан на том, что организации сами создают свои культуры. Для примера, руководство организации с помощью определенных правил, структуры, норм и целей создает среду, в которой появляются уникальные ритуалы, легенды и церемонии.

Отечественный исследователь С.В. Щербина предлагает объединить два обозначенных подхода в рационально-прагматический, в соответствии с которым культура рассматривается как одна из подсистем организации (наряду с технологической, административной и т. д.), которая выполняет функции адаптации организации к окружающей среде и идентификации её сотрудников [11]. В этом смысле данный термин описывает атрибут или свойство группы, совокупность поведения, символов, ритуалов и мифов, которые соответствуют ценностям данной организации. Формирование культуры связывается по преимуществу с процессами, происходящими внутри организации, хотя последние могут побуждаться и изменениями среды.

Третий подход рассматривает организационную культуру как суть организации, а не как отдельную составляющую организации. Этот подход можно обозначить как феноменологический [11. С. 38]. Специфика феноменологического подхода – в понимании и анализе организационной культуры посредством интерпретации её проявлений. Культура организации определяется здесь как система ценностей и представлений, задающих рамки индивидуального поведения членов организации, т.е. формируется модель восприятия и интерпретации ситуации. Как правило, отрицается возможность целенаправленного прямого воздействия на формирование и изменения организационной культуры. Источником формирования культуры организации представители данного подхода рассматривают сочетание внутренних и внешних факторов. Феноменологический подход к культуре организации развит мало в силу его трудоемкости. По мнению С.В. Щербины, исследователи чаще отдают предпочтение рационально-прагматическому подходу.

Различия в подходах к феномену организационной культуры порождают большое количество определений. На основании вышеизложенных подходов можно попытаться дать собственное определение этого явления. Организа-

ционная культура – это совокупность разделяемых группой людей в рамках определенной организации целей, ценностей, норм, традиций, сформированных под воздействием внутренних и внешних факторов, обеспечивающих уникальность, самосохранение и развитие организации.

Формирование организационной культуры изначально несет важный экономический смысл в силу того, что организация функционирует в условиях конкуренции: чем успешнее будет объединение сотрудников для достижения организационных целей, чем уникальнее будет представлена организация во внешней среде, тем более устойчивой и жизнеспособной с точки зрения конкуренции она может быть. Таким образом, в организационной культуре и составляющих ее ценностях, нормах, идеологии должны быть учтены требования рыночной конкуренции. Еще одним важным моментом является основополагающая роль организационной культуры в формировании общеорганизационной системы коммуникаций: общий код для передачи информации, общая схема интерпретации сигналов внутренней и внешней среды снижают издержки передачи информации, согласований, принятия решений. Кроме того, особенностью организационной культуры является принуждение личности, вызванное необходимостью унифицировать поведение сотрудников в рамках организации на пути к достижению общей организационной цели, повышая предсказуемость их реакций в новых ситуациях.

В соответствии с подходом Л.Н. Когана к культуре мы можем рассматривать организационную культуру как своеобразную человекотворческую подсистему общества, следовательно, её основной социальной функцией является формирование определенного типа личности, необходимого для конкретной организации. Через усвоение системы знаний, норм, образцов, ценностей формируется определенный способ мышления и мировоззрения, образ и стиль деятельности, нравственные, эстетические установки, характерные для организации. Благодаря им представители данной организации так или иначе выделяются в социальной среде, что можно обозначить как процесс самоидентификации.

Таким образом, структурный и сущностный анализ организационной культуры показывает, что данный тип культуры выступает средством социализации и индивидуализации человека. Его можно рассматривать как механизм производства и воспроизводства специфического типа личности, социальной группы.

В соответствии с подходом Л.Н. Когана функции организационной культуры можно рассмотреть с точки зрения человекотворчества, которая конкретизируется в ряде других [12]. Их можно условно сгруппировать следующим образом.

Первую группу составляют функции интегративного характера:

- интегративная функция – формирование механизмов и оснований для обеспечения устойчивых форм совместной деятельности членов организации (единые для всех цели, общие интересы и потребности, система значимых образов, символов, моделей), которые становятся основой для интеграции людей во внутренней среде организации и самоидентификации во внешней среде;

- аксиологическая функция – воспроизводство лучших элементов накопленной культуры, продуцирование новых ценностей и их накопление; орга-

низационная культура влияет на мировоззрение человека, зачастую организационные ценности превращаются в ценности личности и коллектива либо вступают с ними в конфликт;

- идеологическая функция – наличие определенной уникальной идеи или миссии деятельности, определяющей отличие одной организации от другой;

- функция самосохранения – обеспечение поддержания стабильности в организации, сохранение её уникальности и целостности, внутренней сплоченности;

- функция унификации – обеспечение единообразия в ориентациях, поведении членов организации.

Трудовая деятельность имеет большое значение в жизни человека. Коллектив организации вырабатывает механизмы и основания для обеспечения устойчивых форм совместной деятельности группового существования. Таковыми являются единые для всех цели, общие интересы и потребности. В организационной культуре закрепляются наиболее эффективные из них.

Вторую группу составляют функции организации как процесса, целеполагания, поддержания и регуляции жизнедеятельности коллектива:

- функция целеполагания – ценности, нормы и традиции как элементы организационной культуры определяют допустимые цели второго порядка относительно основной цели существования организации;

- нормативная функция – следование нормам и правилам, принятым в организации;

- оценочно-нормативная функция – соотнесение реального поведения индивидов, группы с нормами культурного поведения, с идеалами организации;

- регулятивная – регламентирующая и регулирующая функция культуры, т. е. применение культуры как индикатора и регулятора поведения;

- стратификационная функция – формирование иерархических отношений между членами организации, обусловленное структурой должностей и неравным доступом к ресурсам организации.

Третья группа функций организационной культуры – те, которые обеспечивают накопление и передачу социального опыта в организации:

- адаптационная функция – познание и усвоение организационной культуры, осуществляемое на стадии адаптации работника, способствует его включению в жизнь коллектива, в коллективную деятельность и определяет его успешность;

- коммуникативная функция – через ценности, принятые в организации, модели поведения и другие элементы культуры, которые формируют некий код интерпретации внутренних и внешних сигналов, обеспечивается взаимопонимание работников и их взаимодействие;

- трансляционная функция – передача опыта организации, социальная память (через язык, символику, праздники, обряды, традиции, памятные даты, документы и др.);

- рекреативная функция – восстановление физических, интеллектуальных, эмоциональных сил личности в процессе восприятия элементов культурной деятельности организации за счет внутриорганизационных мероприятий, которое возможно в случае причастности работника к ней и деления её ценностей;

– игровая функция – участие в различного рода соревнованиях (конкуренция), связанное с потребностью совершенствования мастерства и повышением эффективности деятельности на рабочем месте.

Воспроизводство коллектива организации, качество его деятельности напрямую зависят от того, насколько эффективно выполняются данные группы функций.

Итак, можно заключить, что предназначение организационной культуры в сплочении членов организации, в использовании их общего потенциала для достижения организационных целей, в формировании лояльности; в отделении одной организации от других; в унификации ориентаций, установок, моделей поведения членов организации как во внутренней, так и во внешней среде; в установлении эффективной системы коммуникаций посредством выработки общего кода для передачи информации и интерпретации сигналов.

Поскольку организационная культура является подсистемой культуры в целом, то для построения ее структурной модели целесообразно воспользоваться принципом уровневого подхода.

Согласно подходу, разработанному Л.Н. Коганом [13], структуру организационной культуры составляют специальные знания, умения, навыки, а также организационные ценности, служащие основой для своего рода организационного мировоззрения, представления о значимых для данной организации качествах субъекта деятельности.

Знания, умения индивида, определяющие уровень развития производительных сил и способностей индивида, приобретенных профессиональных знаний в специальных учебных заведениях, продолжают и после включения человека в трудовую деятельность. Образовательный потенциал должен соответствовать требованиям культуры данного вида труда (уровню техники, технологии и т.д.) и обеспечивать эффективное выполнение организационных задач.

Смысловым ядром организационной культуры являются организационные ценности. Они «спускаются сверху» или создаются самим коллективом сотрудников организации с течением времени. Организационные ценности в широком смысле можно трактовать как значимость явлений и предметов в действительности с точки зрения их способности удовлетворять потребности организации. Организационные ценности иногда называются «организационной ДНК», поскольку ценности определяют отличительные черты данной организации, её особый стиль внутренней жизнедеятельности и проявляются в узнаваемом имидже организации. Ценности организации декларируются и культивируются управлениями, руководством, а также поддерживаются большинством персонала [14].

Ценности организационной культуры, как и любая другая система ценностей, изменяются чрезвычайно медленно. Чем теснее связь организационных и общечеловеческих ценностей, тем труднее происходит их трансформация.

К этому же блоку следует отнести и миссию организации, и ее цели. Миссия представляет собой качественно выраженную совокупность основных целей и намерений организации, детализирует ее статус и обеспечивает направление и ориентиры для определения целей и стратегии на различных уровнях развития [15]. Существует широкое и узкое понимание миссии. В случае широкого понимания миссия рассматривается как констатация

идеологии и предназначения, смысла существования организации. Философия организации определяет ценности, верования и принципы, в соответствии с которыми организация намеревается осуществлять свою деятельность. Предназначение определяет действия, которые организация намеревается осуществлять, и то, какого типа организацией она намеревается быть.

В том случае, если имеется узкое понимание миссии, она рассматривается как сформулированное утверждение относительно того, для чего вообще или по какой причине существует организация, т.е. миссия понимается как утверждение, раскрывающее смысл существования организации, в котором проявляется отличие данной организации от ей подобных. Правильно сформулированная миссия делает организацию уникальной в своем роде.

Миссия организации обычно является отражением баланса интересов инвесторов и акционеров, менеджеров и сотрудников, общества и правительства и т.д. [9]. В рамках миссии существует набор определенных целей, которые конкретизируют ее и способствуют нахождению средств ее исполнения. Они, как правило, представлены в виде определенного результата, достигнутого за конкретный период времени. Из этого можно заключить, что цели в отличие от миссии имеют свойства меняться и должны формулироваться с учетом временного аспекта.

Опираясь на выводы Г. Саймона, отметим, что «цель организации – это одна из важных ценностных предпосылок... основное мерило правильности любого предложенного образа действий – будет ли он способствовать достижению целей организации» [16]. Организация получит поддержку от групп, которые одобряют её цель. На тех же, кто организационные цели не признает, рассчитывать не приходится.

Второй – поведенческий – блок организационной культуры составляют элементы, регулирующие поведение и деятельность в организации – нормы, обычаи, ритуалы, традиции. Эти элементы содержат в обобщенном виде требования общества и организации к личности. К этому же блоку относятся мотивационные механизмы – потребности и интересы сотрудника.

Нормы, действующие в сфере организационной культуры, представляют собой разновидность групповых социальных норм. Они складываются в результате практики на основе представлений о должном, допустимом, ценном и являются отражением социальных отношений, которые сложились в данной организации, коллективе.

Являясь в структурном отношении срезом социальных норм общества, они получают специфическое содержание в условиях той или иной организации. Нормы организационной культуры могут иметь структурные различия или занимать разные позиции в иерархической системе. Однако все они характеризуются жесткой заданностью, необходимой для достижения целей и задач, поставленных перед субъектом – носителем организационной культуры. При использовании «произвольных» норм может произойти видоизменение или нарушение деятельности организации.

Поведение и деятельность организации регламентируются правовыми, этическими, эстетическими, административными и другими видами деятельности. Приведенные в соответствие с требованиями к качеству и содержанию деятельности в той или иной организации организационные нормы состав-

ляют структуру нормативной системы организационной культуры. В ее основе лежат деонтические представления – представления об идеале, в котором выражены реальные потребности организации. В организационной культуре формируются образцы, модели, стандарты, до которых возвышается деятельность отдельных сотрудников. Степень усвоения идеальных представлений характеризует включенность индивида в организованную группу в соответствии с уровнем его организационной культуры.

Как все социальные нормы, организационные имеют потенциальный характер. Реальными регуляторами поведения индивида они становятся только в случае интериоризации индивидом. Усвоение норм связано с освоением человеком определенной роли. Её содержание в случае организационной культуры составляют требования и ожидания организации по отношению к своим сотрудникам. С помощью нормативной системы организационной культуры эти требования и ожидания передаются от группы к индивиду.

Нормы организационной культуры выполняют ряд важных функций. Во-первых, они обеспечивают сотрудников организации наиболее эффективными моделями поведения, отношений и взаимодействий. Во-вторых, они служат интеграции и сплочению коллектива организации, формируя условия для осуществления совместной деятельности.

Организационные нормы могут быть формализованы в различных нормативных документах – уставах, кодексах, законах. Не менее важную роль играют нормы, бытующие в виде обычаев, традиций, т.е. неформализованные организационные нормы.

Складывающиеся с течением времени, передаваемые от сотрудников со стажем «новичкам», стереотипные формы деятельности в организации закреплены в обычаях организационной культуры. Действие обычая направлено прежде всего на область межличностного общения и подкреплено эмоционально-психологическими переживаниями субъектов взаимодействия. В этом качестве могут выступать корпоративные праздники, специфические формы внутриорганизационного взаимодействия (соревнования и т. д.). Как элемент организационной культуры обычай служит средством самореализации сотрудника в организации, приобщения его к социокультурному опыту организации. Он также является формой социального контроля и способом поддержания групповой сплоченности.

С помощью традиций гармонизируются отношения между поколениями сотрудников организации, поддерживается связь прошлого, настоящего и будущего. С одной стороны, традиции являются механизмом культурной регуляции профессионального поведения, и их с полным правом можно отнести к поведенческому блоку организационной культуры. С другой стороны, традиции выступают в виде идей, взглядов, ценностей и могут быть отнесены к когнитивному блоку организационной культуры.

Понятие культуры – родовое по отношению к понятию организационной культуры. Поскольку источником культуры является общественная практика, включающая в себя различные виды социальной (в том числе и организационной) деятельности, то культура и ее виды соотносятся между собой как целое и части и имеют черты сходства и различия.

Взаимосвязь общей культуры и организационной культуры определяется тем, что организационная культура выступает как особый вид или как подсистема культуры. Как элемент большей по масштабам системы организационная культура обладает по отношению к ней структурным подобием.

В содержательном плане понятие общей культуры значительно шире. Стержнем, объединяющим общую и организационную культуру, являются общечеловеческие нормы и ценности, смысловым ядром которого выступает базовая триада: труд, мораль и творчество. Данная триада выступает основообразующей, где труд ориентирует на настоящее, являясь одним из основных интеграционных факторов; мораль же выступает ориентацией на прошлое и кумулирует в себе традиции, нормы, правила и деятельностные практики, полезность которых не ставится под сомнение; творчество позволяет видеть перспективу и осуществлять функцию предвидения или предвосхищения, направленного в будущее. Это все вместе лежит в основе культуры любой организованной общности. Из этого возникает необходимость в отнесении организационной культуры как явления к блоку проблем, которые носят концептуально очень пластичный характер, во многом из-за большого внимания со стороны социально-гуманитарных наук, но по-прежнему требуется целостное и всестороннее философское исследование с использованием философско-методологического инструментария этого, еще сравнительно очень молодого культурного феномена.

Литература

1. Базаров Т.Ю. Управление персоналом. М.: ЮНИТИ, 1998. С. 410, 413.
2. Рудницкий В.В. Культура общественной организации и экономические отношения. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1991. С. 6.
3. Литвинцева Е.А. Профессиональная деятельность государственных служащих: культурологический подход // Социология власти. 2001. № 1. С. 5–20.
4. Пригожин А.И. Организационная культура и ее преобразование // Общественные науки и современность. 2003. № 5. С. 12–22.
5. Тоценко Ж.Т., Могутнова Н.Н. Новый взгляд на понятие «корпоративная культура» // Социс. 2005. № 4. С. 48.
6. Троицкая О.В. Теоретико-методологические основы социологического изучения организационной культуры предприятия // Ломоносовские чтения 2003 г. Аспиранты. Т. 1 // Интернет-ресурс: <http://lib.socio.msu.ru/library>
7. Капитонов Э.А., Капитонов А.Э. Корпоративная культура и PR. М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2003. С. 266–269.
8. Зинченко Г.П. Социология для менеджеров. Ростов н/Д: Феникс, 2001. С. 76.
9. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2002. С. 31–44.
10. Smircich I. Concepts of Culture and Organizational Analysis // Administrative science Quarterly. 1983. № 28, P. 339–358 // Интернет-ресурс: <http://www.emeraldinsight.com/Insight>
11. Щербина С.В. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции // Социс. 1996. № 7. С. 47–55.
12. Флиер А.А. Функции культуры // Культурология. XX век: Энцикл. В 2 т. СПб.: Университет. кн., 1998. Т. 2. С. 321–323.
13. Коган Л.Н. Социология культуры. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 1992. С. 9–12.
14. Яхонтов Е.С. Управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами компании // Менеджмент в России и зарубежом. 2003. №4. С. 73–81.
15. Корпоративный менеджмент: Справочник для профессионалов / Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. и др.; под общ. ред. И. И. Мазура. М.: Высшая школа, 2003. С. 190.
16. Саймон Г., Смитбург Д., Томпсон В. Менеджмент в организациях. М.: Экономика, 1995. С. 47–55.

Karachkanov Arman A. Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts (Chelyabinsk, Russian Federation). E-mail: arman5879@mail.ru

DOI: 10.17223/1998863X/№35/№ 1

THE ARTICLE EXAMINES THE MULTIPLICITY OF VIEWS OF THE PHENOMENON OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE FRAMEWORK OF MODERN SOCIO-HUMANITARIAN KNOWLEDGE (RETRACTED).

Key words: culture, organizational culture, concept, essence, structure-functional content.

The necessity for a more holistic consideration of the phenomenon using philosophical methodologies. Briefly describes the Genesis of the concept of organizational culture and main factors of its actualization. The phenomenon of organizational culture is considered in the framework adopted in two scientific approaches: rational-pragmatic and phenomenological.

According to the rational-pragmatic approach, organizational culture is thought of as a tool to improve the efficiency of the organization. The distinguishing feature of this approach to install on the ability to manage culture in the aspect of creating and modifying its value in the kernel. This approach is widespread among theorists and practitioners of management.

The phenomenological approach is understood as the essence of any social organization. The aim of this approach is the interpretation of the various manifestations of organizational culture. I.e. in the framework of the phenomenological approach to organizational culture is not a property, which has the organization and what it essentially is. In this vein, the management culture is being someone, not to mention creating or editing its value in the kernel.

The classical interpretation of organizational culture is the definition of foreign specialist Shane E. in his work "Organizational culture and leadership". Where the organizational culture is a set of basic concepts (basic assumptions), which operate at the subconscious level and are taken for granted the attitude of the staff yourself and the outside world for the purpose of internal integration and external adaptation. The basic concepts are cultural archetypes, they represent the core of organizational culture and are difficult to analyze by people for whom these archetypes are of a fundamental nature.

Consideration of this problem requires a holistic view of the organizational culture as part in the system of General ideas about the culture in General. The General culture is thus considered as a special *chelovekovedeniya* subsystem of society that reveals itself through its functional content. These functions can be subdivided into three groups.

The first group includes the functions of the integrative nature, which also includes axiological, ideological, as well as the function of self-preservation and unification.

The second group includes function as a process of goal-setting, maintenance and regulation of vital functions of the team.

The third group of functions are those that provide accumulation and transmission of social experience in the organization.

Organizational culture in structural-funkcionalna aspect is cut of the General culture or broader culture (national culture). Core bringing together a common culture and organizational culture are universal norms and values. The semantic kernel which is the basic triad: labour, morality and creativity. This triad serves as the underlying, where the work focuses on the present, as a major integration factor; the morality of acts is the focus on the past and *koumouliruet* in yourself to tradition, rules, regulations and practices of the activity, the usefulness of which is not questioned; creativity allows you to see the future and to realize the function of foresight or anticipation, directed to the future. This together lays the Foundation for the culture of any organized community. From this arises the need to classify organizational culture as a phenomenon to the set of problems that are conceptually very plastic in nature, largely due to the great attention from the social Sciences and Humanities, but still required a holistic and comprehensive philosophical investigation using philosophical and methodological tools that, until comparatively a very young cultural phenomenon.

References

1. Bazarov, T.Yu. (1998) *Upravlenie personalom* [Personnel Management]. Moscow: YuNITI. pp. 410, 413.
2. Rudnitskiy, V.V. (1991) *Kul'tura obshchestvennoy organizatsii i ekonomicheskie otnosheniya* [The culture of social organization and economic relations]. Leningrad: Leningrad State University.
3. Litvintseva, E.A. (2001) *Professional'naya deyatel'nost' gosudarstvennykh sluzhashchikh: kul'turologicheskii podkhod* [Professional career of civil servants: The cultural approach]. *Sotsiologiya vlasti – Sociology of Power*. 1. pp. 5–20.

4. Prigozhin, A.I. (2003) Organizatsionnaya kul'tura i ee preobrazovanie [The organizational culture and its transformation]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*. 5. pp. 12–22.
5. Toshchenko, Zh.T. & Mogutnova, N.N. (2005) Novyy vzglyad na ponyatie "korporativnaya kul'tura" [A new look at the concept of "corporate culture"]. *Sotsis*. 4. p. 48.
6. Troitskaya, O.V. (2003) *Teoretiko-metodologicheskie osnovy sotsiologicheskogo izucheniya organizatsionnoy kul'tury predpriyatiya* [Theoretical and methodological bases of the sociological study of the enterprise organizational culture]. [Online] Available from: <http://lib.socio.msu.ru/l/library>.
7. Kapitonov, E.A. & Kapitonov, A.E. (2003) *Korporativnaya kul'tura i PR* [Corporate culture and PR]. Moscow: Rostov-on-Don: MarT.
8. Zinchenko, G.P. (2001) *Sotsiologiya dlya menedzherov* [Sociology for Managers]. Rostov n/D: Feniks.
9. Shane, E. (2002) *Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo* [Organizational culture and leadership]. Translated from English by S. Zhiltsov, A. Chekh. St. Petersburg: Piter.
10. Smircich, I. (1983) Concepts of Culture and Organizational Analysis. *Administrative Science Quarterly*. 28(3). pp. 339–358. DOI: 10.2307/2392246
11. Shcherbina, S.V. (1996) Organizatsionnaya kul'tura v zapadnoy traditsii: priroda, logika formirovaniya i funktsii [Organizational culture in the Western tradition: Its nature, form and logic functions]. *Sotsis*. 7. pp. 47–55.
12. Flier, A.Ya. (1998) Funktsii kul'tury [The functions of culture]. In: Levit, S.Ya. (ed.) *Kul'turologiya. XX vek* [Culturology. The Twentieth Century]. Vol. 2. St. Petersburg: Universitetskaya kniga. pp. 321–323.
13. Kogan, L.N. (1992) *Sotsiologiya kul'tury* [The Sociology of Culture]. Ekaterinburg: Urals State University.
14. Yakhontov, E.S. (2003) Upravlenie tsennostyami kak element upravleniya chelovecheskimi resursami kompanii [The value management as an element of human resource management of the company]. *Menedzhment v Rossii i zarubezhom – Management in Russia and Abroad*. 4. pp. 73–81.
15. Mazur, I.I., Shapiro, V.D. & Olderogge, N.G. (2003) *Korporativnyy menedzhment: Spravochnik dlya professionalov* [Corporate Management: A Guide for Professionals]. Moscow: Vysshaya shkola.
16. Simon, G., Smitburg, D. & Thompson, V. (1995) *Menedzhment v organizatsiyakh* [Management in organizations]. Translated from English by L. Kalinkina, G. Kvashnin, V. Lakeev. Moscow: Ekonomika. pp. 47–55.