

УДК 658

Шановалова И.С., канд. социол. наук, доцент кафедры управления персоналом Белгородского государственного университета

АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ ПОСРЕДСТВОМ КОНЦЕПЦИИ ТРЕХ ПОДСИСТЕМ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Концепция трех подсистем организационной культуры позволяет выделить однородные закономерности в рассмотрении различных социальных объектов и представляет собой новый подход к диагностике, прогнозированию и моделированию сложных социальных систем.

Феномен организационной культуры находится сейчас на пике научного интереса ученых теоретиков и практиков. Обычно этот термин используется для анализа организационных систем и представляет собой совокупность всех социальных (социально-экономических, социально-правовых, социально-психологических, социально-экологических, социально-административных и т.д.) характеристик организации.

При системном подходе к диагностике организационной культуры организации открываются широкие возможности для процессов моделирования, прогнозирования и технологизации ее развития. При этом общие принципы всех этих процедур остаются верны независимо от рода и вида организации (производство или со-

циальная сфера, государственное образование или частное предпринимательство, корпорация или малый бизнес). Таким образом, при использовании верного подхода к феномену организационной культуры есть возможность унифицировать эти образования для различного рода организационных систем.

Это правило остается верно и при рассмотрении искусственных и естественных социальных и социально-биологических систем. Масштаб и сложность объекта в данном случае теряют свою значимость и отражаются только в результатах диагностики. Рассмотрим преломление феномена организационной культуры через основные социальные системы нашего общества (рис. 1).

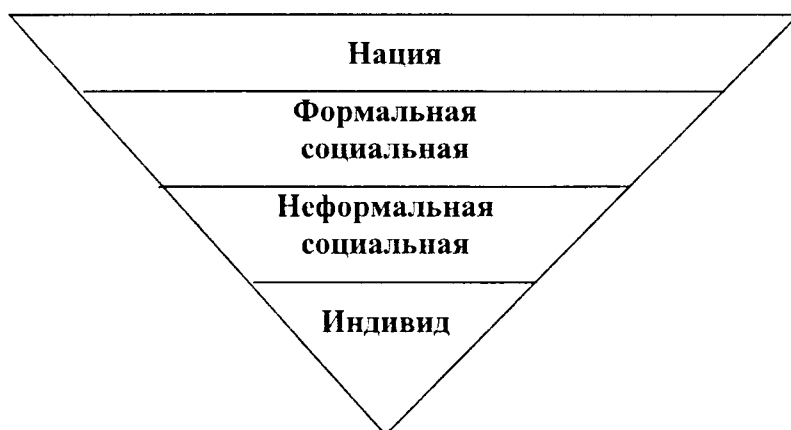


Рис. 1. Социальные системы

Рассмотрение указанных систем необходимо проводить с позиции наличия трех подсистем организационной культуры: идеологической, управленческой и социальной подсистемы, а также с рассмотрения преломления этих трех характеристик по отношению к границам социальных систем (культура внешняя и культура внутренняя).

Концепция описанных выше подсистем позволяет нам выделить в организационной культуре социального объекта

три связанных между собой организационных образования:

- идеологическая подсистема организации (идеология);
- управленческая подсистема организации (управление);
- подсистема персонала организации.

Эти подсистемы соотносятся друг с другом как равнозначимые и взаимовлияющие друг на друга (рис. 2).



Рис. 2. Подсистемы организационной культуры организации

Каждая из подсистем имеет определенный набор элементов, которые позволяют проанализировать их выраженность в различных социальных объектах.

Идеологическая подсистема включает философию организации, стратегичность организации, средства внутренней интеграции коллектива

Управленческая подсистема представлена личностью управляющего, управленческой стратегией и управленческой концепцией.

Подсистема персонала характеризует социально-психологические аспекты персонала, удовлетворенность персонала, организационный коллектив, культуру организации деятельности, коммуникативную культуру, деятельность культуру, внешнюю культуру.

Исследование данных подсистем организационной культуры является важным моментом при анализе выделенных социальных объектов.

Самым крупным из предложенных социальных объектов изучения и исследования является *нация*. Идеологическая составляющая

нации имеет четкое деление на внешнюю идеологическую культуру и внутреннюю идеологическую культуру. Внешняя идеологическая культура представляет собой сложный симбиоз наглядной агитации, опыта общения с представителями, общественного мнения и политических интриг относительно рассматриваемой нации. Внутренняя идеологическая культура также имеет сложную и динамическую структуру, совмещающую в себе национальное мировоззрение, архетипы, социальную желательность, социальную ситуацию и социальное сравнение. Идеологическая составляющая культуры нации представляет собой четкое деление на следующие позиции:

1) *философия нации*: формулирование двух слоганов (внешнего и внутреннего), подтверждающих их систем ценностей и норм, исторических и современных традиций и обрядов, многочисленных мифов, национальных героев, атрибутов и символов, и, наконец, поведенческих актов, подтверждающих и поддерживающих все вышеперечисленное;

2) *стратегичность нации*: данный компонент выступает в двух смыслах – как характеристика и как процесс планирования. Как характеристика стратегичность нации показывает, насколько цивилизованно, «геометрически верно» выражена прямая (или кривая) развития нации (переход из ее прошлого в планируемое будущее). Показателем стратегичности в данном случае выступает «кривизна» и длина прямой. Как процесс стратегичность нации отражается в плане ее долгосрочного и ближайшего развития, наличии стратегической цели и тактических этапов ее осуществления. Эффективность процесса планирования национального развития может быть определена при анализе стратегической цели (ее «благоразумности», обоснованности, реальности, «нужности», прогрессивности, реальности, достижимости и т.д.), при оценке этапов ее достижения (тактического развития нации), а также при оценке успешности пройденных этапов развития нации. Оценивание стратегичности нации можно отнести к такому виду анализа, как исторический (и для некоторых наций такой анализ был проведен). В то же время результаты такой оценки активно используются в политической борьбе национальных избранных, но, к большому сожалению, не с теми целями, которые могли бы служить коррекции стратегии и повышению стратегичности нации в целом.

3) *средства внутренней интеграции нации*: существует целый набор средств интеграции нации, но применительно для каждого конкретного случая и времени (а иногда и социальной ситуации) определенный способ (или средство) интеграции оказывается приоритетным. К внутренним средствам интеграции нации могут быть отнесены: религия, власть, идеология, национальное сознание, история нации, стратегическая цель, лишения (катастрофы, бедствия, внешний враг).

Нация – это, пожалуй, единственное социальное образование, в организационной культуре которого практически всегда приоритетным остается идеологическая составляющая (даже у выделенных вместе с нацией социальных массивов – страна, город – такое расположение подсистем организационной культуры встречается не часто).

Управленческая национальная культура – это изменяющаяся составляющая организационной культуры нации, легко диагностируемая, но трудно прогнозируемая (в силу высокой вероятности субъективизма в управлении нацией и большого влияния микросоциальных процессов на становление управленческого аппарата). Управленческая национальная культура может быть рассмотрена и продиагностирована с точки зрения трех субъективных составляющих: управленческой концепции «администратора нации»; личности «управляющего нацией»; управленческого подхода и методов, используемых в управлении нацией. Все эти наборы характеристик имеют четко выраженный субъективный аспект и непродолжительны относительно исторического развития нации (именно поэтому управленческая культура нации редко становится ведущей подсистемой организационной культуры нации).

Социальная культура нации – набор характеристик социума и анализ тенденций его исторического изменения. Несмотря на то, что в организационных системах социум и его социокультурные характеристики являются третьей по иерархии подсистемой организационной культуры, в таком социальном образовании, как нация, эта подсистема занимает второе по подчиненности место в организационной культуре. Социум нации – этот не столько те люди, которые наполняют ее в данный момент времени, сколько их исторические традиции, обычаи, знания, отражающиеся в их социальном мировоззрении, формирующие отношения, мнения, установки. Именно поэтому социум нации является «низко мобильным», устойчивым образованием, носителем идеологии (некоторой объективной величиной).

Следующим объектом, который логично продолжил бы наше исследование, является *формальная социальная группа*. Формальная социальная группа может быть условной или реальной. К *условной социальной группе* относят объединение индивидов, по какому-либо признаку. Несмотря на то, что элементы данной системы могут быть разбросаны в пространстве, их объединяет между собой все та же организационная культура.

Идеологическая составляющая организационной культуры в данном случае имеет сходное строение с национальной идеологией (также существует четкое деление на внешнюю идеологию и внутреннюю идеологию, при этом внешняя идеология формируется практически независимо от элементов системы, например, все «новые русские» – это воры, преступники и «тупые»). Также как и в случае с нацией существует система ценностей, норм, традиций и поведенческих актов, подтверждающих имеющуюся миссию (или групповой портрет). И, конечно, обязательно наличие групповых героев, мифов, анекдотов и т.д.

Стратегичность таких условно существующих групп может также быть рассмотрена с двух позиций (но, эти позиции имеют несколько иное значение, чем в случае рассмотрения нации):

1) стратегичность объективная (или аналитическая) – это кривая развития данной социальной группы, которая отражает ее прошлое существование и будущие тенденции. Такой график строится, исходя из внутренних диагностических показателей группы (социальная диагностика состояния: социальная устойчивость, социальная мобильность, социальная гибкость и т.д.) и внешних социальных тенденций (анализ социальной среды и выяснение наличия благоприятных и подавляющих факторов для развития и существования той или иной социальной группы);

2) стратегичность субъективная – типовые стратегии жизненного (социального, экономического, психологического и т.д.) развития, которые строит (или проходит) типичный представитель данной социальной группы.

Средства внутренней интеграции условной группы чаще всего представлены символами и атрибутами. Атрибуты могут быть материальными (так, для новых русских это дорогая машина, огромный дом, охрана и т.д.) и нематериальными (определенное времяпрепровождение, стремление к «модному», популярному среди группы образу жизни), т.е. в данном случае происходит наложение и переход (в силу условности существования системы) поведенческих ак-

тов в средства внутренней интеграции группы.

В чем же может быть выражена управленческая культура данной группы? Управленческую культуру таких условных образований можно выделить лишь в узко субъективном смысле, где субъектом управления становится индивид (или группа индивидов), реально управляющий (объединяющий) несколькими элементами данной системы, т.е. это элемент системы, имеющий наибольший социальный вес и способный образовать внутри нее свою, *реально существующую микросистему*. Также управленческая культура такого образования может быть определена и в широко объективном смысле как *управление макросистемой* (например, страной или нацией), куда входит рассматриваемое образование. Это позволяет нам сделать вывод о том, что в условно существующей группе не может быть выделена управленческая культура без того, чтобы рассмотрение этого социального объекта не сместилось на иной социальный объект.

Социальная культура условно существующей социальной группы может быть представлена как социально-психологический и социально-культурный портрет типичного представителя данной группы. Для процедур прогнозирования, моделирования, а также для внутригрупповой типологии необходимы портреты нескольких внутригрупповых категорий индивидов:

1) портрет индивида, только входящего в данную группу (при этом для наибольшей эффективности всех процедур необходимо иметь портреты для разных «входов» в систему – когда индивид попадает в рассматриваемую социальную категорию из других подсистем. Например, все тот же «новый русский» как выходец из «народа», «интеллигенции», «служащих», «преступников», «продолжающий традиции» и т.д.);

2) портрет индивида, выходящего из системы. Здесь могут быть также рассмотрены несколько вариантов выхода: выход, как вариант достижения максимального развития; выход по причине перехода в другую систему.

Другим социальным объектом, относящимся к категории формальных социальных групп, является *реально существующая*

социальная группа организационного типа (долговременное или кратковременное объединение людей для достижения какой-либо общей цели, имеющей общественное значение). В данную категорию попадают все организации. Естественно, при рассмотрении организационной культуры организации используются все основные принципы анализа этой характеристики, так как понятие организационной культуры изначально относится к теории организации.

Наряду с формальными социальными группами нам видится логичным обратиться к рассмотрению и неформальных образований. *Неформальные социальные группы* – это сообщества людей, объединенных личными интересами на определенный срок.

Такой формой социальных отношений является, прежде всего, любой *коллектив или неформальная группа*, суверенная или существующая в рамках формального образования.

Организационная культура неформальных коллективов характеризуется тем, что ведущее положение в ней занимает подсистема управленческой культуры. Именно эта подсистема формирует идеологическую основу группы и влияет на ее социальную культуру. Интегративным компонентом таких систем служит общая идея или субъективные причины референтности (каждый член группы помимо разделения общих целей имеет еще и индивидуальную цель предпочтения данного неформального образования другим). Стратегичность таких групп будет характеризоваться временными характеристиками целей управленческого аппарата и степенью удовлетворения субъективных целей членов группы (в зависимости от этого можно делать вывод о протяженности референтности). Чаще всего стратегичность таких систем не декларируется, их развитие хаотично и проходит определенные стадии (включая реорганизацию и дезорганизацию)¹.

В то же время при определенном влиянии на субъект управления организационная культура неформального коллектива

может приобрести организованный вид с элементами управленческих функций (планирование, организация, мотивация, оценка и контроль).

Социальной культурой таких образований выступает социально-психологический портрет группы (включая все качественные и количественные позиции), а также индивидуальные характеристики всех ее членов и их статистическая группировка.

Самой распространенной неформальной социальной группой является *семья*. Конечно, эта социальная единица может быть отнесена и к формальным образованиям (так как является формально оформленной), но принимая во внимание то, что большинство семей первично объединяются все же на основе субъективных симпатий и выгод, а также существование устойчивых добрых связей между индивидами и такой формы брака, как «гражданский», мы можем утверждать приоритетность неформальных отношений в этой социальной системе.

И, наконец, хотелось бы рассмотреть индивида как социальный объект, который также может характеризоваться своей организационной культурой. *Индивид* представляет собой элемент любой социальной системы, но в то же время является наиболее сложной социально-биологической системой из всех существующих. Именно поэтому применение к нему термина «организационная культура» является наиболее оправданным и может быть рассмотрено с двух точек зрения:

1) организационная культура индивида как симбиоз организационных культур окружающих его социальных систем, пропущенный через призму личностного смысла;

2) организационная культура индивида как симбиоз личностных смыслов, пропущенных через призму социальных связей с внешней социальной средой.

И та, и другая точка зрения имеют право на существование, но по сути своей подчеркивают зависимость формирования организационной культуры индивида от внешней среды и наличие прямой и обратной связи с социальными системами.

¹ Шаповалова И.С. Коллективообразование студенческих групп: Автореф. дис. канд. социол. наук. – Белгород, 2000. – 20 с.

Таким образом, мы видим, что понятие и технологии изучения организационной культуры являются универсальными для всех видов социальных систем. Отличие между ними может быть зафиксировано только в результатах диагности-

ки и в подходе к анализу данных. В макросоциальных системах необходимо применять исторический подход к анализу, в мегасоциальных – социологический, а в микросоциальных – психологический и социально-психологический (рис. 3).

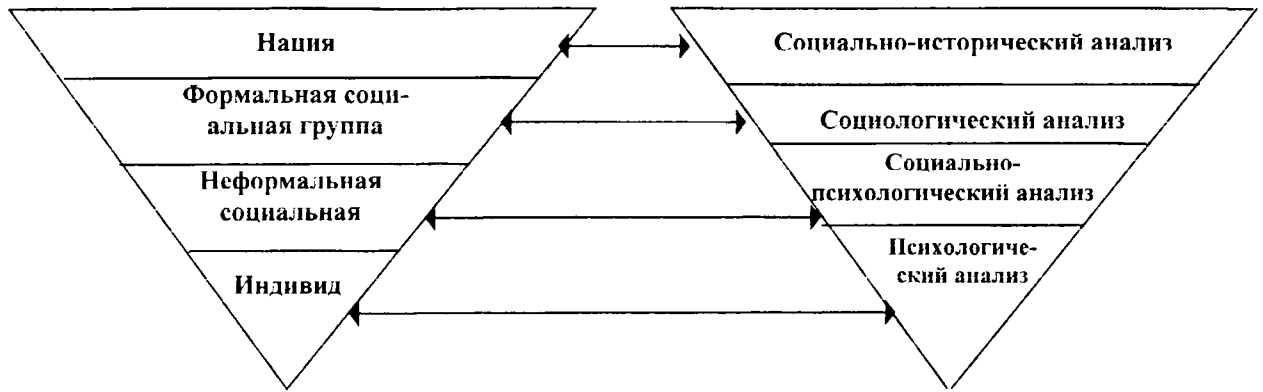


Рис. 3. Способы анализа организационной культуры различных социальных объектов