

В.В. Разманов

СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКАЯ ПАРАДИГМА В ИССЛЕДОВАНИИ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Томский политехнический университет

Актуальность вопросов, связанных с методологией управления культурой организации, объясняется социально-экономическими и историческими причинами, имеющими общемировой и региональный характер. Особенно актуальны эти вопросы в условиях перехода от индустриальной к постиндустриальной эпохе, в ходе которого видоизменяются взаимосвязи между людьми в процессе труда, сам предмет и формы трудовой деятельности. При этом очевидно, что существуют проблемы, связанные с непониманием подлинной сущности и предназначения культуры организации в процессе управления. Эти проблемы можно классифицировать следующим образом: 1) недостаточность системных исследований культуры организации как социального феномена и организационной подсистемы; 2) слабая изученность взаимосвязей между культурой, как социальным феноменом, и логикой экономических процессов; 3) недостаточный уровень обобщения опыта формирования культуры организации в конкретно-исторических условиях российского общества.

Современная организация – это не только определенная модель хозяйственных отношений, это активный субъект, определяющий уклад жизни, формат взаимоотношений между людьми, влияющий на традиционные социальные институты, а управление культурой организации является проблемой, выходящей за пределы организационной эффективности – ведь культура становится преобразующим фактором в условиях перехода общества к постиндустриальной формации. В качестве основных понятий социально-философского подхода к исследованию методологии управления культурой организации можно рассматривать категории «диалектика», «целостность», «системность», «комплексность».

Тема культуры в философии неразрывно связана с диалектикой. Культура сочетает в себе объективное и субъективное, осознанное и неосознанное, духовное и материальное. Культура – это взаимодействие внутреннего мира человека и внешней социоприродной реальности. Она тесно связана с прошлым и будущим, является процессом, причем не линейным, а опирающимся на генетические коды человеческого опыта освоения бытия. Диалектична по своей природе и организация: она обладает набором противоположных свойств («сис-

темных двойственностей») – это одновременно натуральная (природная, органическая) и рациональная (целенаправленная), техническая и социальная, закрытая и открытая, формальная и неформальная система. Понимание культуры организации, основанное на диалектическом подходе, позволяет избавиться от упрощенного понимания феномена культуры и представления о ней как о жесткой и статичной структуре.

В понимании культуры организации нельзя, на наш взгляд, упускать такой немаловажный аспект, как ее включенность в социальные процессы обмена, интеграции, адаптации. Здесь речь идет о необходимости целостного восприятия культуры, которое учитывает многообразие и многоплановость форм культуры, а также механизмов взаимодействия этих форм на уровне индивидуумов, группы, коллектива и общества. В отрыве от целостного подхода культура становится лишь одним из элементов организационной структуры, который выполняет подчиненную роль в системе управления. Складывается обманчивое суждение о том, что инструментальный подход к управлению культурой является единственно правильным. Целостное восприятие культуры организации невозможно без рассмотрения ее как части общественного сознания. В философии понятием «сознание» обозначается способность идеального воспроизведения действительности, а также специфические механизмы и формы такого воспроизведения на разных его уровнях. Такой подход включает проблемы культуры в процессы развития массового сознания, это, в свою очередь, дает возможность понять происхождение и причины, на первый взгляд, внутренних проблем культуры организации, возникающих при ее формировании. Так, например, желаемый тип культуры может противоречить существующим в данном сообществе социальным установкам, стереотипам восприятия, отношению к трудовой деятельности, закрепленному на ментальном уровне.

Изучение культуры должно опираться на системный подход. Согласно логике системного подхода, для изучения какого-либо объекта необходимо проанализировать все его существенные взаимосвязи и оценить степень их влияния на поведение объекта. В соответствии с данным подходом, при рассмотрении культуры организации необходимо учитывать все факторы, влияющие на ее фун-

кционирование, все уровни взаимоотношений, которые она определяет. При этом необходимо выделять факторы, имеющие первостепенное и второстепенное значение, а также определять степень их влияния на культуру.

В рамках социально-философской парадигмы можно выделить некоторые наиболее перспективные направления методологии исследования управления культурой организации. Во-первых, это вопрос об особенностях формирования культуры как социального феномена. Исследования в этом направлении позволяют выделить несколько факторов, определяющих внешние функции культуры: исторические, управленческие, социально-экономические, национально-этнические. Во-вторых, это исследование культуры как подсистемы организации. При этом социально-философский подход позволяет выявить системные качества культуры – сложность, многокомпонентность структуры, динамизм, неупорядоченность. Как подсистема организации, культура тесно связана со стратегией, системой управления человеческими ресурсами, социальными установками, ценностными императивами. Социально-философский анализ в данном случае направлен на рассмотрение типологических черт культуры организации, отражающей специфику процессов, происходящих в экономической и социальной макросреде. К элементам этой макросреды можно отнести, например, доминирующую экономическую систему общества, социальные установки, менталитет, тип социально-трудовых отношений.

Современная методология управления культурой должна учитывать движение к постиндустриальной формации, которое пронизывает современное общество. В культуре организации этот процесс находит отражения в опоре на мягкие организационные структуры, новые ценностные ориентации, отношение к работникам как к субъектам корпоративного сообщества. Корпоративная культура, как новационная форма культуры организации, «вызревающая» в условиях постиндустриальной эпохи, становится стратегическим направлением развития современных партнерских социально-трудовых отношений и корпоративного поведения. По

мнению Э.А. Капитонова, корпоративная культура «выступает фактором снижения социального напряжения, сглаживания неравенства, устойчивого динамического развития общества «всеобщего благоденствия» в условиях частной собственности и рыночных отношений» [1, с. 212].

Развитие потенциала корпоративной культуры пока сдерживается целым рядом факторов. В частности, пока нет четкого представления о механизмах и технологиях функционирования культуры, о том, как ее внедрение зависит от решения политических, экономических, социальных проблем конкретного общества. Трансформация организационной культуры и становление корпоративной культуры в условиях российского общества не могут быть идентичными тому процессу, который был характерен для западных стран.

Пути формирования корпоративной культуры в России связаны с необходимостью ряда преобразований, в частности, заменой бюрократических структур более мобильными, ориентированными на рынок; формированием социально ответственной позиции по отношению к обществу; развитием новых, долгосрочных практик управления персоналом, направленных на соучастие работников в делах компании, социальном партнерстве и др. Формирование корпоративной культуры в условиях постиндустриального общества должно ориентироваться на такие основополагающие цели, как улучшение качества управления процессами с учетом современных тенденций развития экономическо-социальной системы; улучшение качества отдельных элементов, их взаимосвязей или системы в целом за счет формирования устойчивости, опирающейся на согласованные потребности общества, организации и индивидуума; поиск новых вариантов решения проблем управления, которые бы способствовали повышению производительности, формированию творческого подхода к выполнению своих обязанностей, удовлетворению потребностей личностного развития. Именно эти цели должны определять архитектуру и пульс современной корпоративной культуры и служить ориентиром для ее создателей.

Литература

1. Капитонов Э.А. Корпоративная культура и PR. М., 2003.