



## ПЕДАГОГИКА PEDAGOGY

УДК 331.44

### ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА-ВРЕМЕНИ НА УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРОЙ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

*Калянов А. В.*, доктор педагогических наук, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Орловский государственный институт искусств и культуры (г. Орел). E-mail: mikhanna@mail.ru

Развитие организационной культуры хозяйствующего субъекта требует от молодых специалистов принятия норм, морали, сознания и ценностной ориентации фирмы, что актуализирует внимание ученых на изучение влияния социально-культурного пространства-времени на управление данными процессами.

**Ключевые слова:** организационная культура, хозяйствующий субъект, молодой специалист, социально-культурное пространство, самосознание личности.

### THE IMPACT OF SOCIO-CULTURAL SPACE-TIME ON MANAGING THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF THE ENTITY

*Kalyanov A. V.*, Doctor of Pedagogical Sciences, Candidate of Economical Sciences, Docent of Chair of Economics and Management, Orel State Institute of Arts and Culture (Orel). E-mail: mikhanna@mail.ru

Since the decisive causal factor in performance of people is their motivation, in world science it is the connection of studies in Economics with psychology and pedagogy of the object of study which becomes the identity of an individual. Hence the natural interest of the Russian management to organizational culture as a management tool that can provide the appearance of the advantages necessary for successful competition on domestic and foreign markets. As shown by management practices, problems of organizational culture manifested in already existing socio-economic system in 2–3 years of its existence, because the first year is spent on the formation and survival while nobody thinks about culture. If the system is successfully launched, the formation is strengthening the basic principles of its work and the conduct of people. As a rule, this process goes spontaneously, unknowingly, under the influence of many external and internal factors. Organizational culture as if enshrines the past experience and peculiarities of the personality of its founders. Before each economic entity sooner or later the question arises: is culture in development and in the achievement of the planned purposes or obstruct. The answer to this question defines two choices. When the organizational culture is formed in a way that helps in achieving its goals, it is great success, the task of leadership is to maintain and develop this culture. If the organizational culture is more of a hindrance to the effective development that meets much more frequently, occurs more difficult task as you need to change and adjust the organizational culture in accordance with the objectives, priorities, strategy for the efficient formation of a business entity. In this study, the identity of a young specialist is identified with a particular social group, society, culture. It has been established that in most cases, a new worker, as a young specialist, has some difficulties with adaptation in life

and organizational and production space of the economic entity, acquiring the knowledge of environment with the norms of morality, law, communication etc., selecting those ideas, values and principles, which correspond to its specific and individual needs. Personality development is characterized actually by manifestations of inner reflections, which bring man beyond the current time, revealing him the timeless meanings and values as life itself, and the significance of this personality in this thread.

**Keywords:** organizational culture, economic entity, a young specialist, socio-cultural space, self-consciousness.

На современном этапе социально-экономическое развитие общества, которое имеет четкое направление на рост инновационности, эффективности и конкурентоспособности, только работник с его творческим и физическим потенциалом, способностью не только к воспроизводству своей рабочей силы, но и к саморазвитию, становится для организации персонифицированным активом, определяющим фактором успеха общества и каждого отдельного хозяйствующего субъекта. В условиях рыночной экономики от работника требуются такие качества, как инициативность, ответственность, дисциплинированность, честность, желание работать, добросовестность, трудолюбие, умение адаптироваться, нестандартность мышления, то есть формирование его самосознания. Для достижения этих целей в процессе взаимодействия социально-культурного пространства-времени и хозяйствующих субъектов необходимо изменение содержания деятельности персонала, создание условия для развития мотивации на продуктивную самореализацию и дальнейшую самоактуализацию в профессии.

Для нашего исследования актуально, что социально-культурный контекст понятия «пространство» понимается как форма, содержащая культурно-исторические ценности, переходящие по времени в пространство жизни благодаря его активным чувственным индивидуальным способам действия, направленным на достижение и постижение целей-ценностей. Время есть абстрактное понятие, отражающее бесконечность, с одной стороны, и сиюминутность, с другой. Оно объединяет в данный момент прошлое, настоящее и будущее, и именно это относится к вечным культурным ценностям, которые не имеют прошлого, настоящего и будущего. Поэтому любой член трудового коллектива должен принимать их как значимые лично для него в данный момент жизни. Понятия пространства и времени соотносительны: пространство отражает координацию

различных внеположных друг другу объектов, а время отражает координацию сменяющих друг друга объектов в одном и том же месте пространства. Современная социально-экономическая ситуация характеризуется столь быстрым и фундаментальным изменением мироустройства и вследствие этого оснований бытия человечества, что философско-культурологическое осмысление происходящего в значительной степени отстает от темпов самих этих изменений. Результатом этого стало отсутствие как целостного видения современной действительности, так и определения специфики современной формы научной репрезентации социально-экономической системы, необходимой и достаточной для ее освоения на уровне целостности. Поскольку решающим причинным фактором результативности деятельности людей является их мотивация, в мировой науке наблюдается соединение исследований по экономике с психологией и педагогикой, объектом изучения которых становится личность отдельного человека. Отсюда закономерный интерес российского менеджмента к организационной культуре как инструменту управления, который может обеспечить появление преимуществ, необходимых для успешной конкуренции на внутреннем и внешнем рынках.

Проводя исследование в области организационной культуры нельзя не обратиться к термину «культура». В широком смысле «культура» – это цивилизация, например, Западная или Восточная культура. Далее следуют страны или нации, например, американская или русская культура. Внутри каждой страны выделяются этнические культуры. Еще более узко определяется профессиональная культура. Любая относительно стабильная социальная группа, имеющая общий опыт исторического развития, создает свою культуру. Следовательно, культура является средой существования человека: нет ни одного аспекта человеческой жизни, который бы не затрагивала

или на который не оказала бы влияние культура. Это касается личностных качеств, способов самовыражения, образа мысли, средств передвижения, путей решения проблем, а также функционирования хозяйствующих субъектов.

Первоначально исследование вопросов организационной культуры проводилось в ракурсе теории человеческих отношений на производстве и в дальнейшем в рамках теории организации. Крис Арджирис в 1957 году разработал основы теории человеческих отношений на производстве, которые затем были соединены Д. Мак Грегором в 1960 году в теорию Х и теорию Y. **Сторонники** теории Х считают, что работники при всяком удобном случае стараются уклоняться от работы и работают лишь затем, чтоб зарабатывать деньги. Следовательно, ими необходимо руководить, контролировать их работу и угрожать наказаниями, только тогда организация сможет выполнить поставленные перед нею задачи. Согласно теории Y работа является естественным состоянием человека, работники внутренне дисциплинированы и будут преданы организации, если ее политика сможет увязать потребности рабочих в совершенствовании и самовыражении с задачами организации и социально-экономической системы в целом. В 70-х годах мысль о том, что организации имеют свои «культуры» высказывалась несколькими исследователями, например, П. Тернером в 1971 году, С. Ганди в 1978 году, А. Петтигрю в 1979 году. Основы теории организационной культуры, как считают многие ученые, были заложены антропологом Клиффордом Гиртцем в его книге «The Interpretation of Cultures» в 1973 году.

Начало 80-х ознаменовалось возросшим интересом к организационной культуре, на эту тему было опубликовано много книг, статей и монографий. Некоторые авторы придерживаются мнения, что организационная культура является объединяющей силой внутри организации и имеет свое реальное материальное выражение, и что руководство организации может идентифицировать ее и управлять ею для достижения лучших результатов в работе организации. Так, например, и Р. Ватерман, а также Т. Дил и А. Кеннеди говорят о возможности достижения совершенства и положительного результата в работе организации лишь путем признания и усвоения единых корпоративных ценностей.

В работах, посвященных организационному климату (М. Шнейдер, 1979), организационному познанию (К. Арджирис и Д. Шон, 1978), значению организационной истории и роли основателей компании в ее культуре (А. Петтигрю, 1985), основным понятиям организационной культуры (Э. Шейн, 1987) прослеживается идея о том, что культура – это коллективная совесть организации и что менеджеры могут управлять, манипулировать ею. Согласно Юнгу все теоретики организационной культуры сходятся в одном: культура – это объединяющее понятие, отражающее, с одной стороны, социальное единство и сплоченность хозяйствующего субъекта, а с другой стороны, эффективность ее деятельности.

В 1979 году в журнале «Administrative Science Quarterly» А. Петтигрю опубликовал статью о культуре, в которой он представил свою концепцию культуры и показал, как родственные понятия (символизм, миф, ритуал и т. д.) можно использовать в организационном анализе. В 1982 году Т. Дил и А. Кеннеди в своей книге «Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Organizational Life» не только разрабатывали подобные идеи, но и доводили их до широкой публики. В том же году журнал «Organizational Dynamics» посвятил целый номер вопросам организационной культуры, обращая особое внимание на необходимость осознания ее значимости для менеджеров.

В России также проводились социологические исследования теории организации в рамках социологии управления (Лапин Н. И., Пригожин А. И.), развития организации (Дудченко В. С.), организационных конфликтов (Здравомыслов А. Г.), управления организацией (Никаноров С. П.), западных моделей менеджмента применительно к России (Ядов В. А.) и т. д. До недавнего времени тема организационной культуры в нашей стране почти не исследовалась или рассматривалась с иных теоретических позиций, поэтому в данной работе приходится больше опираться на зарубежных авторов. Однако следует отметить, что в последнее время, в связи с активным вовлечением России в процессы глобализации и международной экономической интеграции, вступлением в ВТО проблемы организационной культуры стали завоевывать внимание российских исследователей.

Все изменения в организационном мире в последнее время указывают на важность не только сильных организационных культур, но и гибких, способных приспосабливаться к новым условиям. При этом второе качество часто оказывается важнее первого.

а) исследования показали, что политика всех процветающих компаний, которые хорошо знают свое дело и имеют ясные цели и четко выраженные принципы обязательно включает в себя представление об организационной культуре как залого успеха хозяйствующего субъекта (организации).

б) появились количественные, эмпирические свидетельства связи между организационной культурой и ее производственными показателями. Ряд исследований, проведенных Т. Петерсом и Р. Ватерманом, предоставляют достаточно подтверждений тому, что существует неопровержимая связь между высокими производственными показателями в компании и ее организационной культурой. Конечно, культура является не единственной составляющей успеха; очень важны такие аспекты, как стратегия компании и ее структура, организация производственных процессов и система оплаты, состояние рынка, конкуренция и многое другое.

С началом постиндустриальной эпохи промышленного развития пришло время смены системы привычных взглядов и концепций. На смену технической научной парадигме пришла теоретическая модель системных научных взглядов, возникли новые научные представления и подходы к решению задач: логистика, стратегический менеджмент, стратегический маркетинг и т. д. И если в первом случае общие критерии развития были направлены на улучшение технических параметров отдельных элементов исследуемых систем, то во втором – критериальные цели направлены на оптимизацию деятельности всей системы в целом, включая культуру системы, культуру организации. В связи с переходом науки на системную парадигму, возникла новая идеология «связанного роста», детализированная в организационной философии «общей судьбы» и взявшая за теоретическую базу новые и адаптированные к современным условиям концепции, подходы и школы управления: концепции МОН (ме-

неджмент без иерархии) и ЛТ (точно в срок), психотехнический подход В. Вундта, так называемую «новую школу» М. Бира, доктрину «человеческих отношений» Э. Мэйо и т. д. Новая корпоративная философия основывается на морально-этических ценностях солидарности, самоконтроля и культуре качества. Она порождает новый стиль управления, новую культуру, которая приносит удовлетворение и служащим, и обслуживаемым.

Исследования Института стратегических изменений американской консалтинговой группы «Андерсен» показывают, что совокупная капитализация компаний, в управлении которых к формальным должностям привлечены неформальные лидеры выросла за десять лет на 900 %, тогда как за этот же период у компаний, которым недостает эффективных лидеров, этот показатель не превысил 74 %.

При этом акцент переносится с производственных процессов на мотивации, стимулы и коммуникации работников: успеха добиваются те организации, философия которых очевидна как их персоналу, так и общественности.

Если при формальном подходе к управлению хозяйствующими субъектами для реализации стратегических целей применялись механизмы «промышленной инженерии», то для решения неструктурированных проблем новой эпохи западными теоретиками современного менеджмента предлагается механизм «социальной инженерии»: сочетание технологий социально-культурной деятельности и инструментов менеджмента. Таким образом, акцент новой философии, доктрин и концепций ставится на углубленное исследование теоретических и практических областей социально-психологических функций менеджмента и объединение в корпоративных целях целей и взглядов многочисленных неформальных организаций порожденных новыми коммуникативными возможностями. Настало время выработки новой методологии, разработки новых методик, адаптации организационной культуры к современным изменениям в стране и мире, адекватных требованиям времени.

Как показывает управленческая практика, проблемы организационной культуры проявляются в уже сложившейся социально-экономической системе через 2–3 года ее существования, так

как первый год уходит на становление и выживание, когда о культуре никто не задумывается. Если система успешно стартовала, происходит формирование и закрепление базовых принципов ее работы и поведения людей. Как правило, этот процесс идет самопроизвольно, неосознанно, под влияние множества внешних и внутренних факторов. Организационная культура как бы закрепляет прошлый опыт и особенности личности ее основателей. Перед каждым хозяйствующим субъектом рано или поздно встает вопрос: помогает ли культура в развитии и достижении намеченных целей или мешает. Ответ на этот главный вопрос определяет два варианта действий. Когда организационная культура сформировалась таким образом, что помогает в достижении ее целей, а это является большой удачей, задача руководства – поддерживать и развивать такую культуру. Если же организационная культура является скорее тормозом в эффективном развитии, что встречается гораздо чаще, возникает более сложная задача – необходимо изменять и корректировать организационную культуру в соответствии с целями, приоритетами, стратегией эффективного формирования хозяйствующего субъекта [2].

В данном исследовании личность молодого специалиста идентифицируется с определенной социальной группой, обществом, культурой. При этом установлено, что в большинстве случаев новый работник – молодой специалист – имеет некие затруднения при адаптации в жизненном и организационно-производственном пространстве хозяйствующего субъекта, усваивая знания об окружающей среде с ее нормами морали, права, общения и т. д., выбирая те идеи, ценности, принципы, которые соответствуют его индивидуальным особенностям и потребностям. Развитие личности характеризуется проявлениями собственно внутренней рефлексии, которая выводит человека за пределы актуального времени, раскрывая для него вневременные смыслы и ценности как самой жизни, так и значимости данной личности в этом потоке. Следовательно, процесс формирования самосознания вновь принятого специалиста можно определить на основе определения его динамичности и вариативности. В этом процессе происходит осознание личности себя как будущего субъекта труда и

собственного профессионального и личностного становления. В результате приобретает чувство полноценной идентичности со своей деятельностью, социальным окружением, что позволяет реализовать свое индивидуальное бытие-в-культуре в настоящем времени. В исследовании выделены пять позиций, ставшие теоретическим фундаментом концепции продуктивного взаимодействия социально-культурного пространства-времени и формирования самосознания новых работников – молодых специалистов – с целью повышения эффективности управления организационной культурой хозяйствующего субъекта.

I – концептуальная позиция основана на утверждении глубокой взаимосвязи категории пространства-времени с процессами становления личности молодого специалиста и, в силу этого, ее самоосуществлении в активном развитии.

II – концептуальная позиция обосновывает значимость самодетерминации и самополагания в процессе формирования самосознания новых работников – молодых специалистов.

III – концептуальная позиция подчеркивает необходимость опоры в организационно-управленческом процессе на идеи самоценности личности, возможности ее духовного строительства в Большом (историческом) времени.

IV – концептуальная позиция основана на утверждении, что деятельность субъекта организационной культуры прежде всего включает в себя процесс смыслообразования, отличающий деятельность именно как феномен культуры, для которой главным оказывается смысл деятельности, смысл жизни, судьбы, открывающий возможность понимания себя и других.

V – концептуальная позиция основана на положении о константах пространственно-временного континуума организационной культуры: 1) в континууме культуры выступает актуализированное в настоящем времени существование личности; в связи с этим, одной из важнейших является перевод смыслов будущего, то есть целей, в настоящее; 2) циклический характер становления организационной культуры [1].

В целом, в науке созданы достаточно глубокие предпосылки для обоснования фундаментальной концепции организации пространства-времени, оказывающего позитивное влияние на становление личности современного молодого человека.



Однако, исследование различных управленческих аспектов влияния социально-культурного пространства-времени на деятельность хозяйствующих субъектов: в частности, создание условий для усиления резонансного взаимодействия в производственном процессе и одновременного преодоления негативного влияния реверберации на процесс формирования самосознания, моделирование организационно-управленческих ситуаций, побуждающих личность к активной жизненной позиции и выработке опыта принятия самостоятельных ответственных решений, технологии построения индивидуальных траекторий молодых специалистов – еще не были систематично и обстоятельно изучены в современном менеджменте как науки. В современной концепции управления важным элементом является признание социальной ответственности менеджмента как перед российским обществом в целом, так и перед людьми, работающими в организации. Сегодня внимание обращается на человека, который рассматривается как ключевой ресурс компании, и на создание условий для реализации его потенциала и способности к эффективной работе. Организационная культура – одна из самых действенных средств привлечения и мотивации сотрудников, которая приносит хозяйствующему субъекту совершенно конкретный материальный результат.

На основе многолетнего исследования процессов формирования самосознания учащихся под влиянием социально-культурного пространства-времени нами сделан вывод о том, что для наи-

более эффективного и, в то же время, его позитивного воздействия на сотрудников организации, также необходимо стимулирование процессов резонансного взаимодействия, то есть комплекс педагогически и управленчески организованных мер. Основными компонентами стимулирования влияния социально-культурного пространства-времени на деятельность по формированию самосознания новых членов трудового коллектива (молодых специалистов) в процессе осуществления резонансного взаимодействия признаны:

- «мягкая» социализация;
- культурная интеграция;
- творческая самореализация в коллективной деятельности;
- индивидуализация, способствующая формированию адекватной самооценке;
- построение индивидуальных траекторий развития личности молодого специалиста [1].

Таким образом, проведенное исследование позволяет утверждать, что вершиной влияния социально-культурного пространства-времени на управление организационной культурой хозяйствующего субъекта путем формирования самосознания молодого специалиста, является профессиональная самоактуализация. На этом этапе происходит гармонизация всех компонентов личностного развития. Стержнеобразующим компонентом при этом становится мотивационно-ценностный компонент, стимулирующий личность к постоянному совершенствованию и активному целеполаганию в организационной культуре конкретного хозяйствующего субъекта.

#### Литература

1. Калянов А. В. Педагогическое влияние социально-культурного пространства-времени на деятельность учреждений культуры и образования по формированию самосознания учащихся молодежи: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.05: защищена 22.10.2012. – М., 2012. – 394 с.
2. Михайлина А. В. К вопросу о необходимости формирования эффективной корпоративной культуры управления социально-экономическими системами // Интеграл. – 2013. – № 1–2. – С. 117.

#### References

1. Kaljanov A. V. Pedagogicheskoe vlijanie social'no-kul'turnogo prostranstva-vremeni na dejatel'nost' uchrezhdenij kul'tury i obrazovanija po formirovaniju samosoznanija uchashchijhsja molodezhi: dis. ... d-ra ped. nauk: 13.00.05: zashchishhena 22.10.2012. – M., 2012. – 394 s.
2. Mihajlina A. V. K voprosu o neobходимosti formirovanija effektivnoj korporativnoj kul'tury upravlenija social'no-ekonomicheskimi sistemami // Integral. – 2013. – № 1–2. – S. 117.