

Структура организационной культуры

Портнова Екатерина Андреевна

соискатель

Пермский Государственный Университет, Пермь, Россия

E-mail: Katya-Cool@yandex.ru

Сегодня большинство исследователей, занимающихся изучением организационной культуры, сходятся на том, что организационная культура представляет собой сложное образование, найти единственное определение которого достаточно трудно.

Но, несмотря на разнообразие определений и толкований организационной культуры, в них есть общие моменты, позволяющие выделить структурные элементы данного феномена, наиболее отражающие его социальную сущность.

Для начала необходимо разграничить *внешний* (четко выраженный, наблюдаемый) и *внутренний* (неявный, скрытый от наблюдения) уровни организационной культуры. К внешнему уровню относят: систему коммуникаций (тип используемой коммуникации внутри организации: устный, письменный, электронный; используемые технические средства), документы, в которых описаны действующие в организации законы и ценности, внешний вид здания, сотрудников, символика организации. Второй уровень (внутренний) включает в себя идеи, представления, ценности, убеждения, способы восприятия работниками окружающего мира.

Эти два уровня (внешний и внутренний) легко проследить, но часто почти невозможно разделить, поскольку они представляют собой две части неразрывного единства, отражающие и дополняющие друг друга. Каждая из составляющих, рассмотренных нами далее, может быть закреплена в документах организации. Но каждая из них отражает внутренние процессы, посредством которых усваиваются нормы поведения и скрытые правила, управляющие поведением людей в организации.

Первой категорией, в нашем понимании, является *миссия организации*, которая представляет собой цель существования организации, вырабатывающую коллективное сознание, устанавливающую ориентиры взаимоотношений между работниками, образцы поведения по отношению к объектам интереса организации, направленную на достижение корпоративных целей и задающую значимость деятельности организации в социальном аспекте. Миссия включает в себя: а) идеологию, или основные принципы деятельности организации; б) имидж – образ, который организация создает и поддерживает для внешней среды. Еще один документ – стратегическая программа развития – система прямых (через организацию) и косвенных (через социально-психологические компоненты) ответных действий, увязываемых с социальной динамикой и направляемых на реализацию миссии, достижение конкурентного преимущества.

Система коммуникаций – каналы формального и неформального общения, по которым члены организации получают информацию о корпоративных ценностях, героях, обрядах и ритуалах. При этом на практике можно, пожалуй, выделить две тенденции.

1. Неформальный обмен мнениями зачастую оказывается более быстрым и достоверным, чем формальный. Недаром его значение сегодня как бы открыто заново и теперь его развитию частично способствуют даже официально. 2. Устная информация и обмен мнениями, как правило, оказывается намного более эффективными, чем письменные объявления, циркуляры, предписания и учебные плакаты.

Следующим атрибутом понятия организационной культуры разберем *символику*, посредством которой ценностные ориентации передаются членам организации.

Лозунги, даже если они обладают изысканной примитивностью, часто позволяют составить довольно полное представление о том, какие основные ценности выдвигаются на первый план предприятием, либо о том, какое впечатление, иногда абсолютно независимо от реальности, оно стремится произвести на других.

Развитые организационные культуры быстро вырабатывают довольно разнообразную *мифологию*, существующую в виде метафорических историй, анекдотов, которые постоянно циркулируют в организации. Эти истории рассказывают о том, как была создана компания, какими мотивам руководствовался её создатель. В принципе, через мифологию могут быть объяснены все важнейшие проблемы деятельности предприятия: вознаграждение, контроль, дифференциация статусов и т.д. Передаваемые от одного к другому легенды зачастую в скрытой форме отражают напряжённость, возникшую при столкновении различных ценностных ориентаций и неназванных принципиальных установок.

Внешний вид здания, сотрудников. К этому структурному элементу можно отнести не столько какие-то дизайнерские решения, сколько такие моменты как отдельные столовые и места для стоянки автомобилей руководителей, одежда и знаки различия, возможности изменения кабинетов и символов и др., затрудняемые сложившейся системой организации труда, эгоизмом, да и просто привычкой. Все это влияет на отношения между управляющими и наемными работниками.

Образцы поведения (обряды, ритуалы, обычаи и традиции). *Обряды* - это стандартные и повторяющиеся мероприятия коллектива, проводимые в установленное время и по специальному поводу для оказания влияния на поведение и понимание работниками организационного окружения. Сила обряда в его эмоционально-психологическом воздействии на людей.

Ритуалы представляют собой систему обрядов. В повседневной жизни организации ритуалы выполняют двойную функцию: они могут укреплять структуру предприятия, а с другой стороны, за счёт затушевывания истинного смысла совершаемых действий – ослаблять. В последнем случае взаимосвязь между ритуалами и ценностными ориентациями утрачивается. В этом случае ритуалы превращаются в излишнюю, чопорную и в конечном итоге смешную формальность, при помощи которой стараются убить время, уклониться от принятия решений, избежать конфликтов и конфронтации.

Обычай – это воспринятая из прошлого форма социальной регуляции деятельности и отношения людей, которая воспроизводится в определённом обществе или социальной группе и является привычной для его членов. Обычай состоит в неуклонном следовании воспринятым из прошлого предписаниям. Обычай - это неписанное правило поведения.

Традиции – элементы социального и культурного наследия, передающиеся из поколения в поколение и сохраняющиеся в определённом сообществе в течение длительного времени. Традиции функционируют во всех социальных системах и являются необходимым условием их жизнедеятельности.

И, наконец, фундаментальные принципы, ценности, нормы и система контроля, вырабатывают коллективное сознание, устанавливающее сбалансированные взаимоотношения и контакты между работниками, образцы поведения по отношению к объектам корпоративного интереса и задают значимость деятельности фирмы в социальном аспекте.

Выше отмеченные элементы организационной культуры позволяют говорить об общей схеме структуры организационной культуры. Все это, будучи воспринятым работниками, помогает им понять, интерпретировать организационную культуру для необходимой ситуации и действовать в соответствии с предписанными в ней ценностями.

Список используемой литературы

1. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М. 2002.
2. Пригожин А.И. Деловая культура: сравнительный анализ // Социс. 1995. №9.
3. Сащенко Н. Организационная культура и ее влияние на эффективность организации. Пенза. 2000.
4. Сухорукова М. Ценности как ключевой элемент организационной культуры // Управление персоналом. 2000. №12.