

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА В ТРУДОВОЙ СФЕРЕ

*Работа представлена кафедрой теории и истории культуры.*

*Научный руководитель – доктор исторических наук, профессор Е. А. Окладникова*

Статья посвящена изучению организационной культуры как феномена культуры постмодерна. Проведенный автором культурологический анализ позволил выявить и уточнить те базовые особенности современной российской организационной культуры, которые лежат в области этнокультурных стереотипов, особенностей менталитета и повседневных поведенческих практик.

**The article is devoted to the study of corporate culture as a phenomenon of Postmodern. The author analyses the corporate culture in Russia and reveals those basic features of the modern organizational structure that are hidden in the field of ethno cultural stereotypes, mentality and everyday behavior practices.**

Концепция информационного общества эпохи постмодерна (авторы – Е. Масада, Д. Мартин, Г. Молитор и др.)<sup>1</sup> занимает видное место в современной науке. Она сменила концепцию индустриального и постиндустриального общества и основана на предпосылках о том, что информатика и информационная технология выступают средством изменения социальной

структуры общества, производительных сил, создания целостной индустрии информации. По данным А. Тоффлера, в двенадцати развитых странах сельским хозяйством занимается менее 15% населения и имеется тенденция к сокращению. Формируется качественно новое общество, в котором информация является ее главной ценностью. «Десять тысяч лет – сельское

хозяйство. Одна-две тысячи – индустриализация. И вот перед нами – постиндустриализм», – писал А. Тоффлер<sup>2</sup>.

Наступление информационной эпохи сопровождалось кризисом и революционными переменами. Одной из таких революционных перемен стала трансформации социальной стратификации, которая коснулась прежде всего сферы производственных отношений, изменениям подвергся процесс институализации власти и властных отношений. Резкий прогресс материального благосостояния человечества в результате научно-технической революции, демографический переход, предпосылки становления информационного общества привели к тому, что в конце XIX – начале XX в. возник новый социокультурный феномен, получивший название менеджмент. Мы понимаем менеджмент как социокультурный феномен, связанный с превращением хаоса в социальный порядок, т. е. управление. Но это управление имеет особенность, которая выражается, например, в области экономики как управление рыночными структурами в условиях рыночной экономики. Иными словами, менеджмент – это социальный институт, рожденный в недрах индустриальной эпохи, когда собственность начала отделяться от управления ею (А. Шендлер, П. Друкер), но получивший развитие в эпоху постмодерна, в информационном обществе. Понятно, что, родившись в начале XX в., менеджмент не мог оставаться неизменным. Например, наметилось разделение функций менеджмента на административные (в понимании А. Файоля) и деятельные, инновационные (по привлечению, активизации, рациональному использованию, придумыванию способов создания новых ресурсов и т. п.), т. е. политические.

Изначально этот феномен носил национальную окраску, оставаясь в течение десятилетий исключительно американским явлением. Вклад в становление теорий менеджмента французов (А. Файоль) или англичан (Ч. Хенди) нельзя не учитывать. Но

этот вклад был сделан скорее практиками (А. Файоль как родоначальник административной школы менеджмента), чем теоретиками. Сегодня, благодаря исследованиям Г. Хофштеде, проведенным в 62 странах мира и опубликованным в его известных книгах «Культуры и организации»<sup>3</sup> и «Последствия культуры»<sup>4</sup>, работам Г. Триандиса, А. Лорана, Д. Тиса, представителей школы Беркли и др., национальная специфика менеджмента доказана. Национальная специфика менеджмента стала предметом кросс-культурных исследований начиная с 1970-х гг. Эти исследования показали, что в основе менеджмента, как социокультурного феномена, лежат ценности западной цивилизации, которые позволяют судить об эффективности тех или иных процессов, которые происходят в обществе.

На современном этапе научных исследований в области кросс-культурного анализа менеджмента на первое место выдвигаются не вопросы функций управления социально-трудовыми отношениями, а проблема особенностей взаимодействия культур в условиях глобализации. Впервые эти вопросы были поставлены в работах М. Вебера<sup>5</sup>. Глобализация касается и российских компаний: они работают на западных рынках, а западные компании работают в России.

Итоги исследований показали, что при работе людей разных национальностей в одной и той же транснациональной компании национальные различия только усиливаются. Этот вывод наглядно продемонстрировал, что простым переводом на русский язык американских учебников по теории менеджмента способствовать формированию культуры управления (организационной культуры, корпоративной культуры) нельзя. Исследования, которые проводили американские специалисты в области теории менеджмента в России, выявили кардинальные различия в практиках управления американцев и россиян. В частности, они подтвердили вывод Г. Хофштеде о том, что выявленные им в качестве инструмен-

тария кросс-культурного исследования менеджмента четыре базовых измерения (дистанция власти, избегание неопределенности, доминанта мужского или женского начала и соотношение коллективизма и индивидуализма) не могут считаться достаточными. Так, включив в число создателей такого инструментария китайца, проведя исследования по усовершенствованной методике, он получил пятое измерение: долгосрочная или краткосрочная ориентация культуры<sup>6</sup>. Результаты такого рода исследований в России окажут влияние на изменение методологии кросс-культурных исследований в области менеджмента.

Регионализация базовых ценностей в России имеет огромный разброс. Это необходимо учитывать при исследованиях, так как российские организации (фирмы, бизнес-структуры, предприятия, заводы, производственные комплексы разного масштаба и т. п.) представлены россиянами, т. е. представителями более чем 190 этнических культурных образований. Этнические ценности у каждого из представителей отличаются своеобразием и своеобразием<sup>7</sup>.

Сложности и особенности в формировании организационной культуры россиян проявляются:

- в отсутствии навыков целеполагания при управлении трудовым процессом (в американском его понимании);
- в социально-психологическом феномене российского индивидуализма (существующего наравне с во многом мифологизированным духом коллективизма, который не имеет ничего общего с американским пониманием трудовой солидарности);
- депрессии мотивационных схем (что связано с тем, что большинство ОАО: семейные предприятия: «Русский никель» – это Потанин и сыновья, аналогичная ситуация семейного бизнеса была в ЮКОСе и т. п.);
- нелюбви к выполнению рутинной работы, что уже уходит на второй план<sup>8</sup>;
- умении решать нестандартные задачи (что вызвано адаптивными навыками многие столетия жить в непредсказуемой политической и экономической реальности).

Исследователи сходятся во мнении, что глобализационные процессы входят в противоречие с коллективистскими ценностями и тормозят инновационное развитие менеджмента, как одного из видов социальной практики, который нуждается в научном анализе. Целью такого анализа является выявление законов и закономерной становления и развития социокультурного феномена управления в социально-экономической и хозяйственно-организационной сферах жизни общества.

Таким образом, несмотря на проделанную предшественниками, теоретиками и методологами менеджмента как социокультурного феномена эпохи постмодерна, работу, реальный социокультурный анализ специфики особенностей организационной культуры в России позволил выявить те ее базовые особенности, которые лежат в области этнокультурных стереотипов, особенностей менталитета и повседневных поведенческих практик. Были достигнуты следующие результаты:

- выявлены основные функции менеджмента в современной России, описывающие тип культуры современной России. Основные функции не совпадают с типичными формами проявлений того, что культурологи и этносоциологи называют «национальным характером», «духом народа», наконец, национальными автостереотипами, этическими ценностями;
- согласно нашим наблюдениям, в России формируется особый тип культуры эпохи постмодерна. Этот тип культуры, судя по особенностям организационной культуры современной России, отличается от того типа культуры, в котором действовали менеджеры индустриальной эпохи – Рябушинские, Морозовы, Кривцовы, Граковы, Третьяковы, Строгановы;
- было также выявлено, что не ценности, а нормы и стандарты, т. е. социальные регулятивы, играют ведущую роль в становлении организационной культуры не только России, но и других стран мира в условиях культуры постмодерна.

## ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> В российской науке концепция долгое время не признавалась, но благодаря работам выдающихся отечественных обществоведов А. П. Ершова, Н. Н. Моисеева, А. И. Ракитова, А. Д. Урсула начались исследования роли информации в постиндустриальном обществе. Концепция «постиндустриального» общества получила свое развитие в трудах З. Бжезинского, Дж. Гэлбрейта, У. Дайзарда, М. Кастельса, Р. Катца, М. Маклюэна, Е. Масуды, Дж. Мартина, М. Пората, Т. Стуньера, О. Тоффлера, А. Турена и др. См.: *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999; *Бжезинский З.* Великая шахматная доска. М.: Международные отношения, 1998. С. 254; *Мамфорд Л.* Миф машины. Техника и развитие человечества. М.: Логос, 2001; *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000; *Кастельс М., Киселева Э.* Россия в информационную эпоху // Мир России. 2001. № 1. С. 35–66. Отечественная наука по этому направлению представлена работами Р. Ф. Абдеева, С. А. Дятлова, Д. В. Иванова, В. Л. Иноземцева, Н. Н. Моисеева, А. И. Ракитова и др. *Абдеев Р. Ф.* Философия информационной цивилизации. М.: Владос, 1994; *Иноземцев В. Л.* За пределами экономического общества. М: Наука, 1998.

<sup>2</sup> *Тоффлер А.* Футурошок. М.: Прогресс, 1998. С. 15.

<sup>3</sup> *Hofstede G.* Cultures and Organizations. London.: Harper Collins Business. P. 245.

<sup>4</sup> *Hofstede G.* Cultures Consequences // International Differences in Work-Related Values. London: Sage, 1964. P. 216.

<sup>5</sup> *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма. М.: Просвещение, 1972.

<sup>6</sup> *Филонович С. Р.* Нужна ли России революция менеджеров? Режим доступа – [http://www.nisse.ru/analytics.html?id=seminar\\_260203&part](http://www.nisse.ru/analytics.html?id=seminar_260203&part)

<sup>7</sup> *Окладникова Е. А.* Этносоциология. Теория этнических ценностей. СПб.: РИО СПб ГИЭУ, 2006.

<sup>8</sup> Отчет о работе Института социологии РАН за 2002 г. Режим доступа – [http://2001.isras.ru/Researches/Results/1998-2001\\_SRP\\_Report.pdf](http://2001.isras.ru/Researches/Results/1998-2001_SRP_Report.pdf)