

УДК 316. 75 : [174 : 395]

Фомина Елена Алексеевна

ЭТНОКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ОРГАНИЗАЦИИ

Рассматриваются проблемы формирования и поддержания корпоративной культуры с учетом этноконфессиональной принадлежности сотрудников. Выделены аспекты конструктивного и деструктивного влияния этнокультурного фактора на корпоративную культуру.

Ключевые слова: корпоративная культура, толерантность, этнокультурное взаимодействие.

Fomina Elena Alekseevna

ETHNIC AND CULTURAL INTERACTION AND CORPORATE CULTURE IN ORGANIZATION

The problems of developing and maintaining a corporate culture are discussing which include employees' ethnic and religious affiliation. Aspects of constructive and destructive influence of ethnic and cultural factors on the corporate culture have being assigned.

Keywords: corporate culture, tolerance, ethnic and cultural interaction.

В современной ситуации постоянных и радикальных изменений во всех сферах жизнедеятельности российского общества многие организации и предприятия осуществляют преобразования в формах и методах управления, направленные на стимулирование гибкости, динамичности, развитие новых экономических отношений.

Анализируя современное состояние российского бизнеса, экономисты констатируют его переход на новую стадию развития, которая характеризуется поиском путей повышения эффективности использования имеющихся ресурсов, в том числе и персонала.

С середины 90-х годов прошлого века на волне перехода к рыночным отношениям первоначально в коммерческих, затем и в остальных российских организациях активно стал апробироваться опыт западного менеджмента: дискутировалась эффективность стилей руководства, факторов успеха, особенностей организационной структуры, подходов к внутрифирменному управлению и т. д. Обратили также внимание на корпоративную (организационную) культуру, которую в западной теории и практике управления по праву называют одним из важнейших факторов конкурентоспособности организации.

Корпоративная культура в той или иной форме существует практически в любой компании. Где-то она возникает, формируется и развивается стихийно, а где-то – осознанно и целенаправленно [4].

Исходя из этого, корпоративную культуру рассматривают как систему норм поведения и ценностей, которые обеспечивают эффективное достижение целей организации, а также поднимают авторитет организации, увеличивая ее привлекательность для сотрудников, партнеров по бизнесу и инвесторов. Позитивная корпоративная культура позволяет повысить лояльность персонала, снизить текучку кадров; повысить качество работы сотрудников, производительность труда; улучшить моральную обстановку в компании, взаимоотношения в коллективе. Для многих руководителей немало важной в этих условиях является возможность сэкономить на заработной плате сотрудников.

Наличие стройной системы ценностей и норм поведения позволяет организации создать единый вектор движения и развития компании и ее сотрудников [8]. Грамотно внедренная корпоративная культура позволяет не только улучшить процесс внутренней коммуникации, но и обеспечивает лояльность сотрудников, помогает поддерживать командный дух коллектива, от которого порой зависит безопасность компании. С уходом сотрудника часто происходит утечка коммерческой информации, нередко имеют место ситуации, когда люди пытаются продать или уничтожить важные сведения на прежнем рабочем месте, распространить негативную информацию. Так происходит почти всегда за исключением случаев, когда сотрудник испытывает уважение и некоторую привязанность к работодателю, когда в компании есть мощная корпоративная культура, обеспечившая полноценную адаптацию сотрудника и возникновение у него чувства причастности к миссии компании, к ее успехам и достижениям.

Любая коммерческая организация, как и государство, только тогда сможет обеспечить создание и внедрение нужной ей корпоративной культуры, когда обеспечит вовлеченность в этот процесс большинства сотрудников компании. При этом важно отметить такой момент: компании, внедряю-

щие корпоративную культуру только силами менеджмента, без учета мнения основной массы работников обязательно сталкиваются с противодействием «низов». Как его преодолеть – вопрос, не имеющий однозначного ответа. Крупные вертикально интегрированные компании могут позволить себе идти напролом, поскольку имеют, как правило, необходимые для этого финансовые и административные ресурсы.

Что касается остальных предприятий и организаций, то здесь специалисты рекомендуют при подготовке к разработке и формированию концепции корпоративной культуры анкетирование и беседы с сотрудниками с целью выявления их личных целей, восприятия ими своей работы и работодателя. С одной стороны, это дает возможность учесть сложившуюся расстановку сил и интересов при внедрении корпоративной культуры: ведь корпоративная культура тогда приносит наибольший эффект, когда цели, ценности и нормы компании близки личным целям и ценностям сотрудников. С другой стороны, выявление оппозиционеров и стихийно сложившихся в коллективе субкультур дает возможность начать заблаговременный поиск новых сотрудников взамен критически и негативно настроенным.

Признание роли и места каждого конкретного человека в обществе, его права на развитие, самореализацию и достойную жизнь является ядром эффективной корпоративной культуры. При этом провозглашаемые ценности организации должны опираться или хотя бы не противоречить базовым представлениям людей, которые основаны на их психологических, этнокультурных, ментальных и социальных особенностях [3].

Особую роль в формировании трудового потенциала, экономической и корпоративной культуры играет национальная культура, формирующая устойчивые поведенческие стереотипы работника. Сейчас во всем мире распространены прикладные социолого-антропологические исследования этнических особенностей рабочей силы. Россияне также отличаются своими культурными особенностями, что, впрочем, раньше в управлении производством не учитывалось [5].

Зарубежная литература и обзоры отечественных авторов позволили О. И. Шкартану и В. В. Карачаровскому выявить те компоненты культуры этноса, связанные преимущественно с традиционной этнической культурой, которые в той или иной степени воздействуют на трудовую деятельность в современном производстве, на меру и структуру ее эффективности (т. е. на качество продукции, готовность к нововведениям, стабильность и текучесть кадров, удовлетворенность трудом и т. д.). К ним относятся [10]:

- 1) система общих ценностей культуры;
- 2) принятое в культуре распределение ролевых функций, закрепленных за половыми, возрастными и другими группами населения;
- 3) традиционные ценности и нормы трудовой деятельности и связанная с ними структура мотивов трудовой деятельности;
- 4) иерархическая модель престижности профессий и участия в профессиональных сообществах;
- 5) характер профессионально-статусных и образовательных притязаний.

Среди всех элементов традиционной культуры на деятельность человека в современном производстве в наибольшей степени влияют: исторически сформировавшаяся система ценностей данного общества, социальные нормативы и трудовые традиции. Несложно заметить, что первые три компонента сформированы под влиянием этнического и конфессионального содержания.

Проблема взаимодействия представителей различных этнических культур в экономических процессах неоднократно рассматривалась зарубежными и отечественными психологами и специалистами в области менеджмента. Прежде всего на проблему межкультурной коммуникации обратили внимание во второй половине XX века в ходе освоения корпорациями – представителями западно-европейской и северо-американской культурной традиции – рынков Юго-Восточной Азии, арабского Востока и иных регионов [3 и др.]. Преимущественно рассматривались проблемы взаимодействия корпорации и ее сотрудников как носителей национальной (организационной и трудовой) культуры одного типа и местного сообщества с иным типом культуры. Анализировались и вопросы взаимодействия руководителей с сотрудниками низшего звена, приглашенными на работу из местного сообщества. Таким образом, в качестве материала для анализа в основном были использованы данные о взаимодействии достаточно компактных и однородных по своему национальному составу групп, вынужденных сотрудничать в рамках организационного взаимодействия. Иная ситуация складывается в некоторых регионах нашей страны.

По национальной культуре и языку современная Россия – одно из самых однородных государств мира. По данным всеобщей переписи населения, приводимым О. И. Шкаратан и В. В. Карачаровский, примерно 82 % всех граждан России составляют русские [10]. Уважая права на культурную самобытность всех народов России, тем не менее, нельзя исключить фактор доминирования моноэтничности в государственном строительстве и экономической политике. Так, признание государственным праздником и нерабочим днем 7 января – православного Рождества Христова – положительно воспринимается с точки зрения большинства россиян, относящих себя к русской или православно христианской культуре (в обыденном сознании этнокультурные и конфессиональные характеристики зачастую отождествляются или воспринимаются как взаимосвязанные [2, 6 и др.]). При этом только на территории Юга России на относительно небольшой территории сосредоточены девять автономных республик, принадлежащих к иной культурной традиции. Между ними активно осуществляется миграция населения, прежде всего трудоспособного, что способствует и взаимообогащению, и взаимопротивопоставлению этнических и этноконфессиональных культур. В составе одной организации (предприятия, компании) оказываются представители различных культурных традиций, носители разных этнических и этноконфессиональных ценностей на всех уровнях руководства и подчинения.

Несмотря на конституционно закрепленные принципы равноправия и самоопределения народов, прав и свобод человека, провозглашение Российской Федерации социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека, в современном российском обществе все чаще встречаются проявления этноцентризма. С одной стороны, это реакция общества на потоки миграции и неэффективную национальную политику, с другой, субъективное представление о представителях других этнических группах и их культуре. Стоит обратить внимание и на конфессиональный аспект данного явления.

В настоящее время на Земном шаре насчитывается 2/3 верующих и 1/3 неверующих, атеистов. Подобное соотношение неоднократно было получено и в российских исследованиях разного масштаба: от всероссийских до выполненных на выборках минимальной статистически значимой численности [6, 9]. По результатам исследования, проведенного автором в 2008 г. в Ставрополе среди студентов Северо-Кавказского государственного технического университета, 65 % опрошенных позиционировали себя верующими. Специфика же религиозного мировоззрения заключается в том, что приверженцы каждой из существующих религиозных систем считают только свою веру истинной, и эта позиция во многом определяет их деятельность в культурной и социальной сферах, поддержку или негативное восприятие происходящих процессов. То поведение, которое представителями иного мировоззрения может быть расценено как демонстративное (ношение определенной одежды, конфессиональных символов, совершение повседневных ритуалов и др.), на самом деле таковым может не являться, оно воспринимается самим человеком как совершенно естественное, отвечающее его представлению о мире и правилах жизни в нем.

Большое количество исследований, посвященных вопросам межкультурных различий, в том числе в деловом взаимодействии, указывает на необходимость рефлексивного отношения каждого из его участников к своему поведению, уважения особенностей иной культуры, проявления лояльности к партнеру. Но эта позиция может быть реализована лишь при условии готовности обеих сторон к толерантному поведению.

По данным В. Ю. Абалова, среди людей старшего поколения толерантность выше за счет того, что их социализация прошла в советский период под влиянием идеологии и политики интернационализма, т. е. приоритетности общечеловеческих, наднациональных ценностей [1].

Тенденции развития межнациональных отношений в обществе таковы, что они могут стать фактором социальной напряженности, нестабильности и конфликтности. Поэтому учет этнокультурного и этноконфессионального факторов на различных уровнях и во всех сферах общественной жизни необходим.

Этнокультурный, а значит и этноконфессиональный фактор оказывает прямое и косвенное влияние на качество корпоративной культуры, так как способствует ее разнообразию. Он же зачастую вызывает и противоречия в базовых представлениях, моделях поведения, оценках ситуаций, событий и т. д. у сотрудников. Тем самым этноконфессиональный фактор может выступать в качестве дезинтегрирующей основы внутриорганизационных и межорганизационных взаимодействий, что осложняет функционирование и развитие организации. Этот фактор организационной культуры проявляется при подборе кадров, отражается на выполнении служебных обязанностей, определяет харак-

тер социально-психологического климата, влияет на степень этнонациональной толерантности, в конечном счете, выражается в способности организации достигать поставленные цели.

В исследовании И. Ю. Абалова установлено, что молодые руководители организаций в большей степени склонны оценивать не только профессиональные качества, но и этнонациональную принадлежность кандидатов при подборе персонала [1].

Влияние межнациональных отношений на корпоративную культуру проявляется, с одной стороны, в том, что в ней в той или иной степени проявляются нормы и образцы культуры межэтнических взаимодействий в обществе. С другой, изменение этнонационального состава сотрудников оказывает существенное воздействие на реализацию принципов корпоративной культуры, так как этнокультурное разнообразие членов коллектива способствует формированию суб- и контркультур, чьи ценности обособляются или противостоят философии культуры организации. Зачастую это вызывает непонимание и конфликты, которые руководство должно предвидеть и принимать меры для их недопущения или устранения. В идеале при условии целенаправленного формирования корпоративной культуры, преодоление негативных аспектов этнокультурных взаимодействий в организации должно осуществляться в процессе аккультурации, когда происходит постепенное приспособление к совместной деятельности, но при этом сохраняется этнокультурное своеобразие сотрудников. Поскольку идеальный путь всегда более трудоемкий, вполне объяснимо стремление работодателя подбирать кадры так, чтобы по возможности минимизировать риски в области этнокультурных взаимодействий внутри организации.

Искомый эффект, то есть повышение эффективности труда, улучшения отношения сотрудников к компании может дать только целенаправленно созданная корпоративная культура, причем учитывающая особенности и потребности конкретной компании. На сегодняшний день уже не нуждается в доказательствах утверждение о том, что наиболее значимыми ресурсами организации являются ее человеческие ресурсы. Именно поэтому формирование и развитие эффективной корпоративной культуры должно базироваться на принципах признания значимости каждого сотрудника как личности независимо от его этнической и конфессиональной принадлежности; этнокультурной терпимости как залога бесконфликтного взаимодействия служащих всех уровней; оценки работников по их профессиональным характеристикам.

Основой формирования эффективной корпоративной культуры в структуре управления организацией должны выступать следующие факторы: внутрикорпоративный PR, то есть мероприятия по установлению доверия в трудовом коллективе и между различными структурами в организации, совместное времяпрепровождение и т. д.; информированность сотрудников о целях и задачах организации; недопущение конфликтов на рабочих местах, в том числе и на этнической и этноконфессиональной почве и т. д.

Литература

1. Абалов И. Ю. Этнонациональный фактор корпоративной культуры современных российских организаций: автореферат дис. ... канд. социол. наук. М., 2006.
2. Антонова О. И., Колесникова И. К. Религия в жизни российской молодежи или молодежь в религиозной жизни // Известия Уральского государственного университета. 2007. № 51. С. 138–145.
3. Бандурин А. В., Чуб Б. А. Стратегический менеджмент и кадровый потенциал организации. URL: <http://www.big.spb.ru>.
4. Баринов В. А., Макаров Л. В. Корпоративная культура организации в России // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 6. С. 29–34.
5. Жижко Е. В. Российская трудовая этика в социально-психологическом контексте экономической реформы // Российское общество на рубеже веков: штрихи к портрету / отв. ред. И. А. Бутенко. М.: МОНФ, 2000.
6. Конфессиональные особенности религиозной веры и представлений о ее социальных функциях / Ю. А. Гаврилов, Е. Н. Кофанова, М. П. Мchedлов, А. Г. Шевченко // Социологические исследования. 2005. № 6. С. 46–56.
7. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. М.: Логос, 2008.
8. Саакян А. К. Социокультурная оценка концепций управления человеческими ресурсами организации // Проблемы современной экономики. 2006. № 3/4 (19/20).
9. Фомина Е. А. Религия в жизни студенческой молодежи // Материалы XXXVIII научно-технической конференции по итогам работы профессорско-преподавательского состава СевКавГТУ за 2008 год. Т. 2. Общественные науки. Ставрополь: СевКавГТУ, 2009.
10. Шкаратан О. И., Карачаровский В. В. Русская трудовая и управленческая культура // Общественные науки и современность. 2003. № 1. С. 30–54.