

СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

SYSTEM OF A MODERN VALUES

K. Safonov

Annotation

The article is devoted to the analysis of the value bases of the modern organization activity. The peculiarities of the organizational culture as the certain values system are discussed. On the basis of the investigation of the highlighted problems the conclusions about the impact of the social values on the development of the organization is made. The impact on the organizational values is understood as a way of managerial influence.

Keywords: Organization, social values, values system, organizational culture, management.

Сафонов Кирилл Борисович

Преподаватель, Новомосковский институт (филиал)
Российского химико-технологического
университета им. Д.И. Менделеева

Аннотация

Статья посвящена анализу ценностных оснований деятельности современной организации. Рассматриваются особенности организационной культуры как определенной системы ценностей. На основании исследования обозначенных проблем делаются выводы о влиянии социальных ценностей на развитие организации. Влияние на систему организационных ценностей понимается как средство управленческого воздействия.

Ключевые слова:

Организация, социальные ценности, система ценностей, организационная культура, управление.

В современных условиях решающее значение как для общества в целом, так и для каждого конкретного социального института приобретают ценностные основания происходящих процессов, их верный анализ и своевременная корректировка. Это неудивительно. В настоящий момент имеется острая необходимость в поиске новых путей, которые смогут привести мировое сообщество к всеобщему благоденствию и процветанию. Данная необходимость обусловлена, прежде всего, происходящими в разных странах мира процессами, наглядно демонстрирующими несостоятельность существующих моделей развития, неравномерность распределения социальных благ. Вместе с моделями развития серьезной ревизии подвергаются и существующие системы ценностей. Именно поэтому рассмотрение понятия ценностей и ценностный (аксиологический) подход к пониманию общественной жизни занимают одно из центральных мест в современной социологической науке [1, с. 123].

Мировоззрение каждого из нас определяется разделяемыми ценностями, а также принадлежностью к той или иной социокультурной формации. Мы все есть часть культуры, главной особенностью которой является то, что она формирует привычную и приемлемую для определенной группы людей парадигму возможного образа поведения. Это обеспечивается путем усвоения новыми поколениями жизненного опыта предшественников, включения их в формировавшуюся столетиями систему социального и межличностного взаимодействия. Таким образом, культура является важным элементом национальной, межгрупповой и групповой организации и самоорга-

низации. Она, с одной стороны, обеспечивает единение людей и функционирование возникающих общественных групп, но одновременно именно культурные особенности в значительной мере являются фактором внутригруппового расслоения и возникновения подгрупп, особых образований, существующих на принципах, приемлемых и понятных только для их членов.

Говоря о связи культуры и организации, мы должны иметь четкое представление о содержании обоих этих явлений. Организация понимается, прежде всего, как группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей [2, с. 5]. Организация имеет свою композиционную структуру – совокупность устойчивых социально-психологических характеристик членов группы, чрезвычайно значимых с точки зрения состава группы как целого [3, с. 184]. Большую роль в формировании данных характеристик играет система социальных ценностей. Организации возникают, и практически одновременно с этим начинается процесс автономизации, в ходе которого они обособляются от остального общества, обретают собственную стратегию развития, в соответствии с которой формулируют тактические цели и оперативные задачи. Конечно, эта стратегия находится в русле особенностей развития конкретного социума, она не может выходить за рамки, которые общество определяет для самого себя. Автономия организаций заключается в их возможности выбирать одно из направлений социальной стратегии в качестве приоритетного и затем строить свою деятельность в рамках данной специализации. Объем необъятное нельзя, и деятельность организации, имеющей неизмеримо широкую

стратегию действий, обречена на провал.

Основу социальной стратегии составляет система ценностей, в соответствии с которой происходит развитие общества, вырабатываются механизмы данного развития и пути его реализации. То же самое можно сказать и об организационной стратегии, которая строится на тех социальных ценностях, учет которых позволяет сформулировать и реализовать обозначенные планы развития и деятельности. Постепенно в организации начинает складываться собственная система ценностей, как привнесенных извне, т.е. разделяемых лишь некоторыми членами организации, так и выработанных во время процесса организационного развития и становления. И если индивидуальные ценности отдельных сотрудников так и остаются частью внешней среды, которая лишь отчасти взаимодействует с организацией и должна учитываться в тех или иных аспектах деятельности или развития, то собственные социальные и культурные ценности являются неотъемлемой частью внутренней среды организации, более того, составляют ее ядро.

Являющиеся основой организации социальные ценности формируют культуру организации и организационную культуру. На первый взгляд, эти понятия идентичны. Но это не так, поскольку они различаются уровнем проникновения в процесс регулирования действий членов организации. Культура организации есть совокупность ценностей и норм, разделяемых ее членами. Таким образом, она представляет собой объединение индивидуальных культурных ландшафтов всех членов организации. Поскольку "действиями человека в конечном счете управляют глубинные регуляторы – потребности и ценности, роль которых особенно велика в условиях универсального кризиса, в хаотической области динамики общества" [4, с. 22], индивидуальные ценностные системы становятся базисом для формирования организационной культуры. Но ее все же не стоит отождествлять с культурой организации, более ориентированной на внешнюю среду [5, с. 159].

Первоочередной задачей функционирования системы социальных ценностей является ее участие в регулировании осуществляемых индивидом действий. Совершенно очевидно, что каждый из нас имеет в своем сознании некий "эталон", с которым он может свериться при возникновении антиномичной ситуации. В большинстве случаев подобным эталоном являются культурные, религиозные или этические нормы поведения, разделяемые обществом и приемлемые индивидом в соответствии с индивидуальной парадигмой. Подобная парадигма является стержнем, на котором держится личность, при помощи него формируется индивидуальная нравственность, которая, в свою очередь, в большинстве случаев является нашей главной опорой при принятии решений в многочисленных и постоянно возникающих на протяжении всей жизни ситуациях морального или иного выбора. Оказываясь в организации, индивид не переста-

ет быть самим собой. Он продолжает действовать, исходя из собственных представлений о должном и благе, о добре и зле, о профессиональной чести и личном достоинстве. Никакая сила не может стереть с человека отпечаток его неповторимой индивидуальности, напротив, чем активнее будет внешнее воздействие, тем более будут укореняться личностные характеристики, будет углубляться разрыв между системами общенормативных и индивидуальных ценностей, значимых для отдельного индивида и для общества в целом норм поведения.

Существующие в организации ценности не могут быть ей навязаны, не могут быть "спущены сверху" или утверждены волевым решением руководства. В значительном большинстве случаев перечисленные действия вообще не могут никак повлиять на процесс становления системы ценностей в организации, развития организационной культуры. Более того, это будет противоречить самой природе социальных ценностей, которые в социологии понимают как ценностные представления, принятые данной социальной группой и определяемые спецификой рода занятий и социальным статусом группы [6, с. 149]. Часто попытка привнести в организационную культуру некие элементы может быть очень негативно воспринята персоналом, что, в конечном итоге, приведет к отторжению всего нового, даже если это новое будет полезным с точки зрения управленческой стратегии и весьма приемлемым с позиции членов коллектива. В том случае, если изменения проводятся в уведомительном порядке, сверху вниз и без учета мнений всех входящих в организацию структурных подразделений и отдельных членов, конструктивность и прагматичность мышления, присущая абсолютному большинству современных людей, занятых на производстве и в сфере интеллектуального труда, может уступить место нерациональному и деструктивному желанию протестовать, так как важное решение было принято без учета конкретных мнений или представлено как свершившийся факт.

В современных условиях, когда любая организация открыта миру, она свободно обменивается информацией с другими коммерческими структурами, индивидами и профессиональными группами. В результате этого обмена происходит корректировка организационной миссии и стратегии, формулируются цели и задачи организации, ценности и нормы, на основании которых она действует. Данный процесс происходит с учетом всех особенностей культурного мировосприятия социума, тех планов, которые он ставит перед собой. Это может быть охарактеризовано как формирование системы организационной культуры с учетом социальных ценностей, которые являются своеобразной "визитной карточкой" конкретного общества, неотъемлемой частью господствующей национальной культуры, а также действенным средством регулирования деятельности современных организаций.

Система ценностей современной организации неразрывно связана с процессом управления – непрерывной

последовательности взаимосвязанных действий по реализации функций планирования, организации, мотивации и контроля [2, с. 9]. Справедливость данного утверждения может быть подтверждена тем, что все вышеперечисленные функции являются прямым продолжением норм организационной деятельности и взаимодействия, имеющих под собой ценностные основания. Анализ ценностных ориентаций любой части общества есть путь к пониманию основных характеристик общества в целом. Рассматривая аксиологические основания деятельности ор-

ганизации, мы одновременно анализируем систему ценностей социума, делаем выводы о путях и возможностях его развития. Управление не может происходить хаотически или вслепую, оно должно иметь под собой стратегически выверенную основу. Такой основой, способной не только оптимизировать происходящие в организации процессы, но и стать дорогой к обществу всеобщего благосостояния, может выступать система организационных ценностей, развивающаяся как важная и неотъемлемая часть ценностной сферы конкретного социума.

ЛИТЕРАТУРА

1. Громов И.А., Лукьянов В.Г. Методология научного познания и теория ценностей Э. Дюркгейма // Социологические исследования. 2010. № 8. – С. 123–132.
2. Басовский Л.Е. Менеджмент. – М.: Инфра-М, 2005. – 216 с.
3. Крысько В.Г. Социальная психология. – М.: Владос-Пресс, 2003. – 448 с.
4. Лапин Н.И. Социальные ценности и реформы в кризисной России // Социологические исследования. 1993. № 9. – С. 17–28.
5. Смолкин А.М. Менеджмент. Основы организации. – М.: Инфра-М, 1999. – 248 с.
6. Волков Ю.Г. Социология. – Ростов-н./Д.: Феникс, 2005. – 572 с.

© К.Б. Сафонов, (k_b_s_k_b@list.ru), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА 

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ
ЭКОЛОГИЯ
БОЛЬШОГО ГОРОДА

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЛЕНЭКСПО, павильон 7
20-23 МАРТА 2012



ОРГАНИЗАТОР

EXPOFORUM
КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР
2012 / 2013 / 

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПАРТНЕРЫ
ТБЭ ТВЕРДЫЕ
ВЯЗУЩИЕ
ОТВОДЫ **ЭКОЛОГИЯ**
ПРОИЗВОДСТВА НАУЧНО-ПРОМЫШЛЕННАЯ КУЛЬТУРА

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ МЕДИА-ПАРТНЕР
РИА НОВОСТИ

www.infoeco.ru +7 812 240 4040 (многоканальный) www.ecology.expoforum.ru