

К ПРОБЛЕМЕ СМЫСЛОВОЙ ВЕРТИКАЛИ В ОРГАНИЗАЦИОННОЙ МЕНТАЛЬНОСТИ

Раскрывается сущность организационной ментальности, ее уровневое строение. Рассматривается проблема согласования организационных и персональных интересов сотрудников организации через организационную ментальность.

Рядом исследователей с позиции психологии менеджмента подчеркивается тот факт, что, становясь членом организации, индивид оказывается связанным с ней множеством потребностей, ожиданий, надежд, которые организация способна удовлетворить, исполнить или осуществить. Этими возможностями организация обладает благодаря своим ресурсам. Именно наличие ресурсов, выступающих предметами потребностей работников, дает организации власть над индивидом и позволяет ей изменять его поведение в соответствии с общей целью. Индивид, побуждаемый своими потребностями, вступает в организацию, рассчитывая, что организация обеспечит его частью своих ресурсов, являющихся предметом его потребностей. К таким организационным ресурсам относятся не только материально-финансовые ресурсы (зарплата, бонусы, предоставление различных услуг и т. п.), но и ресурсы организационно-психологические – символические, статусные, развивающие и прочие, способные удовлетворить потребности работников в аффиляции, самоуважении и самореализации. В связи с этим актуальность и целесообразность изучения проблемы согласования организационных и персональных интересов сотрудников мы рассматриваем через организационную ментальность.

Важность изучения организационной культуры усложняется присутствием множества концепций, подходов в рассмотрении содержательного наполнения данного феномена. В своей работе мы предлагаем и обосновываем необходимость изучения ценностных особенностей культурной среды организации с позиции ментальности. «Ментальность – это своего рода «социальное сознание», т. е. та часть единого сознания, которая отвечает за эффективное взаимодействие

индивидуальных сознаний («самосознание» социума)» (Иванова, 2003, с. 12). «На стыке веков, – отмечает С. Фиск, – социологи продолжают работать иглой, пытаясь заштопать межгрупповые прорехи на ткани общества и вышить внутригрупповые паттерны идентичности». Отечественные исследователи необходимым видят начать решение данной проблемы с определения «психокультурной ориентации общественного самосознания, от реальной выработки новых паттернов социальных связей» и трансформации ментальности в единое смысловое ментальное пространство (Акопов, Рулина, Привалова, 2001, с. 26). В связи с этим мы обозначаем задачами нашего исследования:

1. Провести обоснование рассмотрения культуры организации с позиции ментальности.

2. Провести уточняющий сопоставительный анализ для обозначения межкатегориального соотношения понятий организационная и корпоративная культура, организационная и корпоративная ментальность.

3. Рассмотреть «функциональную нагрузку» корпоративной ментальности с позиции психологии смысла и смыслообразования.

4. Раскрыть смысловой потенциал категории корпоративной ментальности как «зоны ближайшего внутриорганизационного развития».

Новый этап в развитии российского общества вызвал комплекс ранее не обсуждавшихся вопросов в области изучения социальной психологии организаций. Возникновение новых форм собственности, акционерной, совместной, частной, а не только государственной, привело, естественно, к появлению новых взаимоотношений в организации. Проблемное поле исследований в связи с происходящими социальными изменениями расширяется: рассмотрение ценностных ориентаций

личности, отношений к собственности, внутригрупповых и межгрупповых отношений, феномен предпочтения участниками совместной деятельности определенных организационно-экономических условий, соответствующих различным формам собственности (то есть работая в условиях какой-то формы собственности, работник предпочитает трудиться при другой ее форме).

В связи с этим, как замечает ряд исследователей, происходит своеобразное изменение научных традиций, касающихся интенсивности разрабатываемости того или иного направления в исследованиях. Прежде характерный фокус научного внимания, касающийся изучения группы как субъекта социальной деятельности, первичных трудовых коллективов, фактором формирования которых выступает совместная деятельность, смещается на исследование влияния на совместную деятельность таких интегральных социальных и социально-психологических явлений, как «организационная культура», «организационный климат». Открытыми для исследований остаются проблемы обусловленности эффективности индивидуальной деятельности такими психологическими явлениями, как идентичность, приверженность, самоощущение причастности к организационной деятельности. Так А.И. Донцов и Т.Г. Стефаненко отмечают, что разнообразие и мобильность социальных общностей, к которым принадлежит и с которыми сталкивается современный человек, постоянно ставят перед ним задачу поиска границ между «своими» и многочисленными меняющимися «чужими»: «Обретение и утрата групповой идентичности стали перманентной социально-психологической коллизией личности на рубеже веков» (Донцов, Стефаненко, 2002, с. 76-77).

Поэтому обращение внимания к таким понятиям, как «организационная культура», «организационный климат» (при этом отмечается, что по существу организационный климат может рассматриваться как часть корпоративной культуры), происходит в ракурсе рассмотрения их как возможных интерпретационных схем меняющейся социальной реальности, частью которых является и любая организация. Но внесем следующее уточнение, не-

обходимое для расширения и определения проблемного поля данного исследования.

Сама по себе схема осмысления является не только результатом непосредственного взаимодействия работника с его организационным окружением, но и результатом уже имеющегося опыта включения в организационное взаимодействие. «Осмысление мира является результатом совместной деятельности людей, вступающих при этом во взаимные отношения. Проблема же описания объектов внешнего мира переносится в сферу языка и дискурса, которые вовлекают участников в символическое взаимодействие в рамках данной культуры» (Липатов, 2002, с. 12). В таком случае основная часть этой схемы уже может быть рассмотрена составляющей другого психологического конструкта – корпоративной ментальности. С.А. Липатов подчеркивает, что эффективная работа организации возможна лишь при условии, что каждый ее член полностью включен в структуру организации, систему коммуникационных связей, в технологические и социальные процессы, происходящие в организации. Процесс включения человека в социальное окружение определяется, с одной стороны, особенностями организации, во-вторых – характеристиками самого человека, в-третьих – социокультурными процессами, происходящими в обществе.

Если сместить фокус исследования на организацию, то одним из подходов к изучению социальной среды организации являются исследования организационной культуры. Люди, работающие в какой-либо компании с давно сложившейся культурой, усваивают ценности, убеждения и модели поведения, характерные для этой организации. Как общество обладает социальной культурой, так и организации, где работают люди, обладают культурой организационной (Лютенс, 1999). С этой позиции исходной точкой рассмотрения является организация как целостная система (О.С. Ваханский, А.И. Наумов).

С другой стороны, когда акцент смещается на взаимодействие человека с организационным окружением, возникает проблема (вопрос), как элементы организационной культуры (ценности, нормы и т. д.) отража-

ются в сознании членов конкретной организации. Необходимо учитывать еще и тот момент, что содержание самой организационной культуры можно рассмотреть как составляющее социального опыта. В свою очередь, особенностью социализации (как процесса присвоения социального опыта) взрослого человека, а в данном исследовании точнее будет сказано – организационной социализации, – является стремление оценивать социальный опыт. В свою очередь, наполненная положительной оценкой связь формирует отношение, составляющее основу идентичности, и благодаря положению индивида в социальном пространстве организации представляется более прочным и надежным (Д.В. Колесов). В теории социальной идентичности А. Тэшфела и Дж. Тернера организационная идентификация понимается как восприятие и чувство единства с организацией или принадлежности к организации, членом которой он является. Индивиды определяют себя в терминах своего членства в социальной группе (или группах), и такое восприятие себя влияет на социальное поведение и межгрупповые отношения. Эта идея переводит осмысление проблем организационной психологии на позиции проблемы самоопределения индивидов в социальном (групповом и организационном) контексте и важности этого для понимания большинства организационных процессов. Таким образом, подчеркивается необходимости изучения других, более широких социальных факторов, оказывающих существенное влияние на приверженность и идентификацию. Так, А. Тэджфел подчеркивает зависимость характера социальной идентичности от типа общества, в котором живет человек.

Следует отметить то обстоятельство, что и сама организация не может рассматриваться без учета социокультурного контекста. Мы проводим аналогию, согласно которой вся совокупность организационных процессов (или организация во всей совокупности процессов, происходящих внутри нее) имеет свою особую «социальную ситуацию развития». Поэтому развитие организационной культуры, в свою очередь оказывающей влияние на идентификацию ее сотрудников,

обеспечивается не только теми ценностями, нормами, традициями, которые вырабатываются ее членами в ходе непосредственного взаимоотношения и взаимодействия, но и социально-психологическими механизмами общественного развития и включено в культурно-исторический процесс. По замечанию Г.В. Акопова, изучение группового сознания вне пространства, времени и культуры – это лишь только вариант его внутреннего рассмотрения. Он подчеркивает, что любую группу формируют не только ее внутренние условия. На нее оказывает самое непосредственное влияние та общность, в которой она «живет» и развивается. Возникла необходимость обращения к понятию ментальность – новый уровень научного осознания общественной жизни как взаимообогащения, взаимовлияния, взаимообусловленности отдельных групповых сознаний, рассматриваемых не только как составляющие единого поля человеческого сознания, но и привязанных к историческому времени, географической территории и культуре (Акопов, 2002).

Поэтому в своей работе мы нацелены проанализировать и обосновать проблемы психологии организационного развития (формирование корпоративной культуры и идентичности) в новом научном ракурсе – с позиции **психологии ментальности**.

Многочисленные исследования в области организационной психологии приводят к оформлению как новых теоретических категорий, так и к различным вариациям толкования имеющихся. Современная тенденция в изучении феномена организационной культуры расширяет терминологический словарь понятий, через которые происходит описание данного феномена. «Разрастание» категориального аппарата описания культуры организации есть следствие уже обозначенной нами тенденции изучения проблем психологии организационного развития в системе «общая культура народа (национальный фактор), его деловая культура и организационная культура» (А.И. Пригожин, И.В. Грошев). Проводя анализ типологий организационных культур, С.А. Липатов отмечает, что в них нет объяснения, как возникают такие культуры или как они изменя-

ются или не изменяются, являются ли они адаптивными или нет. В этом случае задачами изучения корпоративной культуры становятся: 1) объяснить источник (этиологию) возникновения и сохранения культур; 2) объяснить процесс (механизм) формирования организационной культуры. Продвижение в рамках указанных вопросов однозначно требует расширения границ социально-психологического контекста рассмотрения проблемы культуры организации: задача организационного развития требует учитывания национального фактора организационной культуры, вследствие чего в теоретическое обозрение вовлекаются такие понятия, как корпоративная ментальность и корпоративный менталитет, организационная ментальность и менталитет, организационная культура, деловая культура.

Проблему дефиниции некоторых из указанных понятий М. Кузьмина рассматривает в векторе «от организационной культуры к корпоративной ментальности». Она разграничивает понятия организационной ментальности (или организационного менталитета) и корпоративной ментальности. Организационная ментальность – это отражение специфики психологической жизни каких-то определенных людей. Корпоративная же ментальность выступает интегральной характеристикой сотрудников организации. Таким образом, выделение этих двух конструктов есть следствие описания и характеристики разных сторон внутриорганизационной психической реальности. Ключевым моментом в разведении категорий корпоративной и организационной ментальности становится понятие менталитета и выделение внутри него двух концептов – коллективного и индивидуального, на основании которых и проводится разграничение понимания организационной и корпоративной ментальности.

Факт дефиниции категорий корпоративной и индивидуальной ментальности мы встречаем и у Г.Е. Журавлева, который исследует внутриорганизационные процессы восприятия сквозь призму ментальности, оперируя конструктом «ментальность членов организации» или «личная ментальность». Таким образом, в сопоставлении с уже пред-

ставленной точкой зрения речь идет об организационной ментальности. Именно через категорию «личной ментальности» Г.Е. Журавлев подходит к определению культуры организации, согласно которому ментальность членов организации складывается в организационную культуру.

Таким образом, мы подходим к тому, что организационная культура есть организационная ментальность, которую следует отличать от другой категории – корпоративной ментальности (корпоративной культуры).

Обратимся к точке зрения А.И. Пригожина, который определяет организационную культуру как продукт взаимодействия деловой культуры макросреды (континента, страны, региона, вида бизнеса, отрасли) и своеобразия индивидуальных культур участников организации. Можно предположить, что понятие «деловая культура макросреды» плюс «индивидуальная культура участников организации» по содержанию своему отражают концепт индивидуального менталитета. В своем анализе А.И. Пригожин отмечает, что организационная культура может формироваться естественным образом, но далеко не всегда быть благоприятной (высокая конфликтность, неуважение к технологии, работа «с прохладцей и кое-как» и т. д.). Однако при целенаправленной работе исследования и выявления мотивов, развития отношений между работниками, вовлечения работников в выработку общих целей и т. д. можно «развить организационную культуру до уровня **корпоративной**, когда интересы и действия работников максимально ориентированы на цели организации в целом. Корпоративная культура – это естественно-искусственное образование, характеризующее наиболее развитую личность организации и высший уровень ее развития – разработку идеологии фирмы, обеспечивающей высокую идентификацию персонала с организацией.

В работе Т.В. Ивановой подчеркивается, что использование термина «культура» правомерно на любом уровне субъектности, что соответствует выделенному А.И. Пригожиным понятию индивидуальной культуры (как одного из уровней). «Ментальность человека» можно назвать «ментальным миром человека», совокупностью его идентичнос-

тей. Причем, как поясняет Т.В. Иванова, уровень под названием «идентичность» можно обозначить как «до-субъектный» подуровень, как уровень с несложившейся ментальностью. **Отсюда получается, что корпоративная ментальность есть высший уровень развития организации как субъекта.**

В целом необходимо отметить, что ментальность – это сложная система, вбирающая в себя многие элементы и имеющая логику их взаимоотношения. В таблице 1 приведены определения категорий описания психологической составляющей внутриорганизационной реальности.

Ментальность, понимаемая как неосознаваемая идентичность, – одновременно и отражает, и образует менталитет – систему представлений, ценностей, установок, стереотипов, предубеждений, мотивов, символов, мифов, традиций, ритуалов (Калина, Черный, Шоркин, 1999).

Таким образом, аналогично, как и в отношении ментальности вообще, проблема исследования корпоративной ментальности предполагает наложение определенной схемы иерархически соподчиненных друг с другом субъектов на системное понятие «ментальность», что позволяет подчеркнуть ее структуру, логичность, многоуровневость и «вложенность».

Ментальность, по мнению многих исследователей, задает ядро культуры, репрезентирует ее исходные смыслы через действующие в данной культуре запреты, максимы, предписания, очерчивает возможный и уместный диапазон семиотических средств культурного строительства (Калина, Черный, Шоркин, 1999). Таким образом, ценности составляют главную смысловую ось ментальности, ее несущий стержень. Подчеркивается, что само по себе явление культуры организации в силу своей специфики должно опи-

Таблица 1.

Организационная ментальность (организационный менталитет)	Корпоративная ментальность
Менталитет: совокупность представлений, воззрений, чувствований общности людей определённой эпохи, географической области и социальной среды.	
Ментальность как обобщённый способ восприятия мира, манера чувствовать и думать, характерная для людей определённой эпохи, составляет предмет психологического изучения (А.Я. Гуревич).	
Индивидуальный менталитет – присвоенные конкретным индивидом специфические для данной культуры способы восприятия и особенности образа мыслей, выражающиеся в специфических для данной общности формах поведения и видах деятельности.	Коллективный менталитет – некоторая интегративная характеристика людей, живущих в конкретной культуре, которая позволяет описать своеобразие видения этими людьми окружающего мира и объяснить специфику реагирования на него.
Организационная ментальность = организационный менталитет – специфика психологической жизни каких-то определённых людей.	Корпоративная ментальность – интегральная характеристика сотрудников организации.
Содержание: содержание организационной ментальности составляют когнитивные схемы, т.е. некоторая система знаний об организации, ее отдельных элементах, характер взаимоотношений, норм, ценностей, верований. Специфика когнитивной сферы отражается в потребностно-мотивационной, которая, в свою очередь, определяет соответствующие образцы поведения, стереотипы принятия решений.	Содержание: менталитет включает в себя некоторую систему знаний об обществе, характере общественных отношений, норм, ценностей – знания, пропущенные через интересы группы или субкультуры; это также система смыслов; система языка; система мотивов, определяющих образцы поведения. Менталитет – рамка, в которой складывается общий образ окружающего человека внешнего мира.
Организационную культуру образуют ментальности членов организации («личная ментальность», по Г.Е. Журавлёву) или индивидуальная культура участников организации (по А.И. Пригожину)	Корпоративная культура – это естественно-искусственное образование, характеризующее наиболее развитую личность организации и высший уровень её развития – разработку идеологии фирмы, обеспечивающей высокую идентификацию персонала с организацией.

Таблица 2. Измерения корпоративной культуры

Измерения	Вопросы, на которые нужно найти ответы
1. Отношение организации к своему окружению	Как организация рассматривает свое отношение к окружающей среде: как доминирующее, подчиненное, гармоничное или ее задачей является нахождение соответствующей ниши?
2. Природа человеческой активности	Что означает для человека делать что-то правильно: значит ли это быть доминантным/активным, гармоничным или пассивным/фаталистом?
3. Природа реальности/истины	Как мы определяем, что истина, а что нет и как, в конце концов, определяется истина в физическом и социальном мире?
4. Природа времени	В чем заключается основные ориентации в терминах прошлого, настоящего и будущего и какие единицы времени наиболее релевантны для повседневной жизни?
5. Природа человека	Является ли человек по природе добрым, злым или нейтральным? Совершенствуется ли человеческая природа или остается неизменной?
6. Природа человеческих отношений	Что рассматривается как «правильное» во взаимоотношениях между людьми, в распределении власти и любви? Является ли жизнь сферой сотрудничества или соревнования? Какой способ организации общества лучше – индивидуальный или групповой? Какая система власти лучше – авторитарная/патерналистская или коллегиальная/партиципативная?
7. Однородность или различия?	Что лучше для группы, когда она сильно разнородная или сильно однородная, и должны ли индивиды в группе поощряться к инновациям?

сываться в терминах ценностей и тот или иной компонент культуры организации является их проявлением, в частности нормы и формы поведения в организации вырабатываются на основе «ценностной модели организационной культуры» (Грошев, Емельянов, Юрьев, 2004).

Ментальность определяет формы и психологический инструментарий реализации смысложизненных ориентаций. В этом плане, с точки зрения Д.А. Леонтьева, мы и находим, что принципиальное значение понятия смысла заключается как раз в том, что оно выводит объяснение за пределы индивидуального сознания, в плоскость реальной жизнедеятельности субъекта. Этим оно отличается, в частности, от понятия коннотативного значения (Ч. Осгуд, Дж. Диз и др.), замыкающего объяснение индивидуальной окраски значений в рамках индивидуального сознания. Другими словами, это понятие отражает личностность человеческого сознания, укорененность его в реальных жизненных отношениях, в практике субъекта. «Личностный смысл – индивидуализированное отражение действительного отношения лично-

сти к тем объектам, ради которых разворачивается ее деятельность, осознаваемое как «значение-для-меня» усваиваемых субъектом безличных знаний о мире...» (Краткий психологический словарь, 1985, с. 164).

Настоящая культурная парадигма организации, по Шейну, определяется тем, какую позицию занимают члены организации по базовым предположениям, составляющим сущность организационной культуры. Шейн перечисляет семь измерений организационной культуры. Он доказывает, что эти семь измерений составляют основу имплицитных аспектов корпоративных культур (табл. 2).

Можно заметить, что измерения базовых предположений членов организации, предложенные Э. Шейном, значительно раздвигают ценностно-смысловое поле культуры организации, выходя за ее рамки и «расширяясь» до категории общих жизненных ценностей. Проблема определения уровня в иерархии ценностей, отражающихся в сознании членов организации, затронута многими исследователями. П.К. Власов в своем анализе приводит утверждение М. Мендоки и Р. Кануго, согласно которому внешняя окружающая социо-

культурная среда и окружающая (физическая) среда организации обуславливают внутреннюю культуру и ценности работы, а также методы работы с персоналом (Власов, 2003).

Любой общности присуща характерная ментальность, которая «собирает», специфицирует эту общность. Дробность спецификации может быть предметом исследования, так как не всегда ясно, какой величине общности уже присуща «своя ментальность» (Калина, Черный, Шоркин, 1999). То есть проявляться она может и на уровне отдельно взятого человека (сотрудника организации), и тогда речь пойдет об организационной ментальности работника, и на уровне различных профессиональных групп, как формальных, так и неформальных образований организации, что проявится в присутствии субкультуры внутри культуры организации в целом.

Суть корпоративной ментальности можно определить как «степень согласованности» группы (в поведении, ценностях, «умонастроении», «единомыслие», т. е. все то, что включает в себя содержание ментальности). Чем согласованнее группа, тем сильнее выражено своеобразие ее ментальности (Иванова, 2003). И в этом случае возникает вопрос, при каких условиях возрастает возможность этой согласованности? Проблема категории ценностей, составляющих главную смысловую ось ментальности, ее несущий стержень, «применительно к схематике универсума заключается

в том, чтобы понять, какой же именно элемент схемы универсума является ее аксиологическим центром» (Калина, Черный, Шоркин, 1999). Обращаясь к вопросу о формировании корпоративной культуры, А.И. Пригожин замечает, что не из любого элементного состава можно построить желаемую систему. Конкретный контингент работников – носителей определенных способностей и личных культур, представителей разных субкультур – создает как возможности, так и ограничения для развития организационной культуры (Пригожин, 2003). Иначе можно сказать, что качественная характеристика согласованности организации как общности будет определяться уровнем ее нахождения на смысловой оси корпоративной ментальности. В отношении «организации как личности», мы предполагаем, можно говорить о выделении характерного для данной организации смыслового профиля. Смысл понятия «ценностные идеалы» предполагает активную позицию в собственной ценностной регуляции, возможность выступать субъектом, который способен оценивать собственные ценности и проектировать в воображении движение к ценностям, отличающимся от сегодняшних. Ценностные идеалы выступают как идеальные конечные ориентиры развития ценностей субъекта (в его представлении, в миссии организации) и отражают тенденцию передвижения на смысловой оси корпоративной ментальности организации, выступающей субъектом.

Список использованной литературы:

1. Акопов Г.В. Проблема сознания в психологии. Отечественная платформа. Самара. Изд-во СНЦ РАН – СамИКП, 2002. 206 с.
2. Братусь Б.С. Личностные смыслы и вертикаль сознания // Традиции и перспективы деятельностного подхода в психологии: школа А.Н.Леонтьева / Под ред. А.Е. Войскунского, А.Н. Ждан, О.К. Тихомирова. – М.: Смысл, 1999. 429 с.
3. Власов П.К. Психология замысла организации. 2-е изд. Харьков: Изд-во гуманитарный Центр, 2003. 284 с.
4. Грошев И.В. Организационная культура / И.В. Грошев, П.В. Емельянов, В.М. Юрьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 288 с.
5. Донцов А.И. Социальные стереотипы: вчера, сегодня, завтра / А.И. Донцов, Т.Г. Стефаненко // Социальная психология в современном мире. – М., 2002. С.76, 77.
6. Журавлев Г.Е. Руководители и персонал сквозь призму ментальности // Прикладная психология. 2001. №2. С. 23-33.
7. Иванова Т.В. Городская ментальность как предмет психологического исследования. Самара. Изд-во СНЦ РАН, 2003. 198 с.
8. Калина Н.Ф., Черный Е.В., Шоркин А.Д. Лики ментальности в поле политики. Киев, 1999, 183 с.
9. Липатов С.А. Социально-психологическая диагностика организационной культуры: Дис. канд. психол. наук. М., 1999.
10. Пригожин А.И. Организационная культура и ее преобразование // Общественные науки и современность. 2003. №5. С. 12-22.