

2. Гегель Г. В. Ф. *Философия права: полное собр. соч.: в 14 томах / Г. В. Ф. Гегель. Москва: Соцэкгиз, Т. 7: Философия права. 1934. 384 с.*
3. Гегель Г. В. Ф. *Философия духа Йена: полное собр. соч.: в 14 томах / Г. В. Ф. Гегель. Москва; Ленинград: Политиздат, Т. 3: Философия духа. 1956. 775 с.*
4. *Гриценко Л. И. А. С. Макаренко: воспитание трудного детства / Л. И. Гриценко. Волгоград: Изд-во Волгоградского института повышения квалификации, 2003. 212 с.*
5. *Карпов А. В. Психология менеджмента: учебное пособие / А. В. Карпов. Москва: Гардарики. 2005. 584 с.*
6. *Кораблева Т. Ф. Горьковская призма мирозерцания А. С. Макаренко / Т. Ф. Кораблева // Альтернативы. 2000. №4. С. 5–8.*
7. *Макаренко А. С. Полное собрание сочинений: в 8 томах / А. С. Макаренко. Москва: Просвещение. Т. 1: Заявление в Центральный институт организаторов народного просвещения. 1986. 341 с.*
8. *Макаренко А. С. Педагогическая поэма / А. С. Макаренко /под ред. Н. А. Мясникова, Н. В. Игнатова. Москва: Педагогика. 1981. 573 с.*
9. *Меттини Э. Гегелевские мотивы в творчестве А. С. Макаренко / Э. Меттини. Сборник Макаренковских чтений. Волгоград: Изд-во Волгоградского института повышения квалификации. 2008. с. 3–4.*
10. *Шадриков Д. В. Способности и деятельность: монография / Д. В. Шадриков. Москва: Логос. 1994. 150 с.*

*А. М. Ершова,
А. О. Шумакова,
Н. М. Борщева*

ОСОБЕННОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИНДИВИДУАЛИЗМА – КОЛЛЕКТИВИЗМА НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Особенности национальных культур, определяющие различия в корпоративных культурах отдельных организаций, в системе менеджмента в целом, начали изучаться еще в 1970-е гг. Интерес к данной проблематике был вызван

«японским экономическим чудом», и не случайно, что все первые типологии организационной культуры включали в себя в качестве базовых моделей именно японскую и американскую (в широком смысле – европейскую) культуру.

Многочисленные исследования продемонстрировали полезность категорий индивидуализма и коллективизма для концептуализации, предсказания и объяснения межкультурных различий в поведении индивидов. Например, выявлены различия у членов двух типов культур в локусе контроля, каузальной атрибуции, проявлении эмоций, значимости личностной или социальной идентичности, способах выхода из конфликтов, стилях преподавания и т. д.

На основе своих и чужих исследований, в том числе анализа представлений 46 психологов и культурантропологов о действиях коллективиста и индивидуалиста в различных ситуациях, т. е. имеющейся у них «имплицитной теории индивидуализма/коллективизма», Г. Триандис попытался суммировать различия между двумя типами культур.

Основной смысл *индивидуализма* состоит в том, что человек принимает решения и действует в соответствии со своими личными целями, предпочитая их целям общественным. «Я» определяется в индивидуалистических культурах как независимая, способная выжить вне группы единица. Основные ценности индивидуалистической культуры – свобода в поступках и самодостаточность, самостоятельность в суждениях, власть над окружающими – позволяют индивиду комфортно себя чувствовать в любом окружении или в одиночестве, отличаться от других и быть независимым.

В *индивидуалистических* культурах поведение в большей степени регулируется социальными установками, чем групповыми нравственными нормами.

Основной смысл *коллективизма* – приоритет интересов группы над личными: коллективист заботится о влиянии своих решений и действий на значимое для него сообщество. «Я» определяется с точки зрения группового членства, социальная идентичность является более значимой, чем личностная, а базовыми единицами социального восприятия являются группы.

Коллективисты осознают себя членами меньшего количества групп, чем индивидуалисты, но связаны с ними более тесно. Они чувствуют себя вовлеченными в жизнь других людей, у них преобладают потребности помочь в

трудную минуту, проявить привязанность, в ситуации выбора посоветоваться, даже подчиниться.

Голландский исследователь Герт Хофштеде решил изучить, насколько сходны или различны культуры в разных странах. Он разработал методику исследования и провел его в офисах IBM в 40 странах. В общей сложности он обработал 116 000 анкет

Эти исследования показали, что в индивидуалистической культуре сотрудники против вмешательства в личную жизнь, а в коллективистской наоборот – сотрудники ожидают участия организации в решении личных дел.

В индивидуалистической культуре сотрудники надеются только на себя, в коллективистской – сотрудники ожидают, что предприятие будет защищать их интересы.

Индивидуалистическая культура предполагает функционирование организации как индивидуальную инициативу каждого, а коллективистская - формирует чувство долга и лояльность сотрудников.

В индивидуалистической культуре продвижение по службе происходит внутри или вне организации на соревновательной основе, а в коллективистской – исключительно внутри организации в соответствии со стажем.

В индивидуалистической культуре руководство использует для мотивации новые идеи и методы, в коллективистской – руководство использует традиционные методы. В индивидуалистической культуре социальные связи дистанционны, в коллективистской имеют сплоченный характер.

Многие специалисты считают иерархию потребностей по Маслоу отражением *американского образа жизни, американской культуры*. Специалисты в области социальной психологии установили, что руководители из развивающихся и юго-западных европейских стран более всего стремятся удовлетворить *социальные потребности (для них «пирамида потребностей», по сути, завершается на третьем-четвертом уровне)*, что, кстати, говорит о важности использования при работе с ними таких видов вознаграждения, как повышение статуса, социальное уважение, признание заслуг. Как различны мотивы поведения в разных странах, так же неодинаковы принципы этичного поведения в бизнесе, хотя можно отметить и общее: *ожидание честности, порядочности, уважения к интересам партнера, компетентности*.

Как деловые партнеры американцы приучены: 1) дорожить данным словом; 2) оправдывать доверие партнера; 3) прибегать к юридическим формам защиты своих интересов, очень тщательно составлять документы; 4) уважать профессионализм, высокую компетентность; 5) точно соблюдать сроки и обязательств; 6) решать в первую очередь принципиальные вопросы, а доработку деталей поручать исполнителям рангом ниже и юристам. Это вовсе не значит, что все бизнесмены в Америке руководствуются этими этическими нормами. Для сравнения ниже приведены несколько положений, определяющих особенности японской национальной этики делового общения:

- в деловых отношениях японцы стремятся установить личные взаимоотношения, неформальным связям придают не меньшее значение, чем официальным, поэтому первый контакт лучше осуществлять по рекомендации известного японской фирме лица;

- японская культура, и в том числе этика делового общения, заботится о том, чтобы не было нанесено урона самолюбию каждого человека, поэтому следует хорошо знать нюансы японского языка и поведения, чтобы понять, например, что вам вежливо отказали, хотя при этом кивали головой (по-нашему, в знак согласия) и улыбались;

- японцы предпочитают выслушать все аргументы, а затем перейти к их осмыслению; то, что они кивают головой во время вашего выступления, означает понимание услышанного, а отнюдь не согласие с ним;

- прежде чем давать согласие на сотрудничество, в японских фирмах предпочитают согласовать вопрос предварительно со всеми будущими участниками работы, чтобы они были морально подготовлены к этой работе заранее, и в этом случае проблем на стадии реализации проекта не возникает;

- японцы придают большое значение вопросам этикета, который у них тоже своеобразен. Это относится к соблюдению принципа равного статуса представителей договаривающихся сторон, приветствий, обмена визитными карточками, размещения за столом, поведения за столом и другим этапам и процедурам взаимодействия.

Система японского менеджмента основана на социальных ценностях и культурных традициях, принятых в этой стране. Японские менеджеры учитывают и развивают традиционные ценности и национальные обычаи. Именно

гармоничное сочетание современных методов, технологий, постоянного внедрения инноваций, с одной стороны, и традиционных ценностей и культуры взаимоотношений, с другой стороны, помогло японцам достигнуть социально-экономического процветания.

Организационная культура формируется под сильным влиянием культуры той страны, в которой эта организация функционирует. Правда, идущие сейчас процессы глобализации бизнеса способствуют тому, что происходит взаимопроникновение и интеграция культур. Предприниматели США перенимают некоторые элементы японской организационной культуры и наоборот. В российском бизнесе можно увидеть проявления как американской или европейской, так и японской моделей организационной культуры.

Понятие корпоративной культуры вполне прижилось в практике управления бизнесом в России, особенно среди HR-специалистов – 79% опрошенных и более 85% HR-специалистов назвали это понятие рабочим для практики управления бизнесом. Более того, по мнению большинства опрошенных (58%), интерес к этому понятию только растет. Таким образом, можно смело прогнозировать, что в ближайшие годы российский бизнес будет уделять все большее внимание развитию корпоративной культуры.

Н. В. Евсеева,

Л. Н. Попов

**СЮЖЕТНО-РОЛЕВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО СНИЖЕНИЯ
УРОВНЯ ТРЕВОЖНОСТИ И РАЗВИТИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ
ОТНОШЕНИЙ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА
В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ**

Игра – жизненная лаборатория детства.

С. Т. Шацкий

В современном обществе новых информационных технологий, высокого темпа жизни человеку особо необходимо адаптироваться к вновь возникающим условиям его жизнедеятельности. Однако и психологи, и педагоги отмечают