

существенный фактор социальной регуляции взаимоотношений. Эффективность взаимодействия определяется мерой совпадения ценностей преподавателя с преподавателем и педагога со студентом. Система ценностей педагога играет существенную роль в построении авторитетных отношений и в воспитательной работе. Чем богаче система ценностей, тем больше оснований для ценностного обмена в межличностных отношениях. Таким образом, актуальным является вопрос о тесном взаимодействии и взаимовлиянии профессиональной деятельности человека и его личностной сферы, а изменение строения индивидуального сознания является одним из признаков и механизмов профессионального и личностного саморазвития.

Педагогическим ресурсом формирования корпоративной культуры являются: целенаправленная работа по усвоению лучших образцов поведения, осмысление значимости традиций и их поддержание, создание эстетики повседневности (интерьер, одежда сотрудников, манеры, говорящие о деловитости и аккуратности), достижение достаточного уровня осведомленности о принятых мировых образовательных стандартах и постоянный научно-профессиональный рост сотрудников.

А.С. Франц
РГППУ, г. Екатеринбург

НЕКОТОРЫЕ ЭТНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Впервые в истории экономики и культуры корпоративная культура начала целенаправленно формироваться и изучаться в экономике США. Главное ее предназначение заключается в создании нравственных ориентаций и норм поведения персонала предприятия, обеспечивающие высокий моральный дух всех сотрудников и их чувство гордости по поводу принадлежности к своему предприятию. Основой этой системы, по

описанию Г. Форда, была избрана верность персоналу предприятия, его заинтересованность в процветании предприятия, готовность к эффективному труду во имя достижения предприятием успехов.

Согласно корпоративным идеалам поведения, каждый работник должен иметь стремление и умение видеть позитивные стороны своего участия в работе предприятия, испытывать уважение к его создателям, бережно относиться к их собственности, испытывать чувство удовлетворения по поводу своей приобщенности к делам предприятия. Персонал предприятия должен так же испытывать потребность в сохранении своей работоспособности, в повышении своего профессионализма.

Особого внимания в этой системе заслуживает стремление руководителей и персонала к воспроизводству отношений сотрудничества, формирование ими способности к достижению компромиссов в конфликтных ситуациях. Корпоративная культура предприятия предполагает так же умение персонала целесообразно расходовать время, готовить себя к победам в конкурентной борьбе, достойному преодолению возможных неудач, умению извлекать из них для себя уроки и, в конечном счете, достигать успеха (4).

Эти принципы, по-своему превращенные на каждом конкретном предприятии в нормы поведения, позволяют максимально достигать профессиональных целей и решать деловые проблемы. Принятие персоналом предприятий оптимального варианта ценностных ориентаций обеспечивает корпорациям максимальное использование личного потенциала сотрудников в решении уже упомянутых задач. *Оптимальный отбор предприятием ценностных ориентаций позволяет каждому сотруднику воспринимать корпоративный интерес как свою личную потребность.* Целенаправленным использованием корпоративной культуры Соединенные Штаты во многом обязаны росту повышения

производительности труда, укреплению здоровья нации, снижению социальной напряженности, ибо в содержании ее ценностей откристаллизовались все необходимые нормы поведения персонала и оптимальные формы их проявления.

На первых порах предполагалось, что все другие страны могут воспользоваться этим достижением американских корпораций и не заниматься медленной и кропотливой работой по созданию оптимальных норм поведения в трудовых взаимоотношениях своих предприятий. Казалось, что значительно дешевле купить социальную технологию формирования корпоративной культуры (как удастся покупать проекты промышленных изобретений), чем создавать ее самостоятельно в каждом конкретном сообществе.

Именно так поступили, сознательно решив вырваться вперед в области производства товаров и услуг, японские предприниматели после окончания второй мировой войны. Наиболее дальновидные из них понимали, что в решении этой задачи не последнее место занимает корпоративная культура, технологии формирования которой были закуплены в Соединенных Штатах. Но в Японии рекомендуемые американскими специалистами нормы корпоративного поведения не становились нормами поведения ни самих владельцев предприятий, ни их персонала. После десятилетнего безуспешного обучения американскими консультантами некоторые японских предпринимателей последние решили строить взаимоотношения своего персонала на основе собственных конкретно существующих национальных нравственных представлений (1). И, как известно, достаточно быстро достигли серьезных успехов.

Сопоставление содержания нравственно-психологических корпоративных установок американского и японского персонала позволяет сформулировать некоторые организационные принципы отбора

нравственных ориентаций для формирования корпоративной культуры в каждом конкретном случае.

Первый и главный принцип заключается в том, что стихийно или целенаправленно корпоративные нормы поведения неизбежно складывается на каждом предприятии, в каждом учреждении.

Второй немаловажный принцип заключается в том, что стихийное формирование корпоративной культуры предприятия или учреждения нуждается в целенаправленной коррекции уже сложившихся норм и принципов поведения персонала.

Третий принцип гласит, что корпоративная культура формируется в каждом обществе на основе существующих систем этнических нравственных ценностей.

В США корпоративная культура складывалась на основе сложившейся в США прагматической нравственной культуры, в Японии – на основе традиционной нравственной культуры в их национальных формах. Поэтому содержание американской и японской корпоративных культур не только не совпало, но многие нравственно-психологические установки персонала имеют диаметрально противоположный характер. Например, продолжительность рабочего времени американского рабочего точно соответствует количеству времени, предусмотренному трудовым договором. Непозволительность ожидания от него сверхурочной работы рассматривается им самим как гарантия уважения к нему, обеспечивает его позитивную мотивацию к труду и его доверие к администрации. В Японии же, наоборот, сотрудник не считает возможным покинуть рабочее место раньше своего шефа, даже если срок его рабочего времени давно истек. И не только потому, что рискует потерять свое рабочее место, а, главным образом, потому, что в японских нравах это рассматривается как недопустимая невежливость.

Появление первых российских работ по поводу исследования

феномена корпоративной культуры свидетельствует о том, что корпоративная культура складывается и проявляется в ходе формирования отношений между руководителями и персоналом предприятия, между коллегами по работе, между персоналом предприятия и получателями услуг, между предприятием и властными структурами, между предприятием и его конкурентами. Это указывает, что структура корпоративной культуры во всем мире примерно одинакова (2,3). Она формирует у работника целый ряд его нравственно-психологических установок по отношению к профессиональной реальности: установку на отношение к профессиональным обязанностям:

- установку на отношение к профессии,
- установку на отношение к занимаемой должности,
- установку на отношение к предприятию,
- установку на отношение к руководству предприятием,
- установку на отношение к коллегам,
- установку на отношение к подчиненным (если таковые имеются),
- установку на отношение к получателям профессиональных услуг,
- установку на отношение к конкурентам,
- установку на отношение к самому себе как работнику данного предприятия.

Попытка рассмотрения особенностей российских норм корпоративного поведения показывает, что они отличаются и от американских, и от японских норм корпоративной культуры. Анализ взаимоотношений между руководством и персоналом многих бывших советских и современных успешно работающих предприятий дает основание назвать в качестве такой оптимальной для российского менталитета формы - форму «семьи». Наибольшие успехи достигаются теми предприятиями, во взаимоотношениях которых реализуются многие из семейных функций. Как ни парадоксально, но друзья и товарищи по

работе (не персонал, в России так друзей и товарищей пока не очень принято называть) как большая опытная семья, помогает сотруднику преодолевать затруднения, возникающие у него не только в профессиональной сфере, но и в его личных отношениях.

Коллективный разум благожелательных коллег фактически охотно консультирует нуждающегося в этом сотрудника по вопросам ведения домашнего хозяйства, воспитания детей, взаимоотношений со старшими родственниками, соседями и даже помогает преодолевать затруднения, возникающие в здоровье людей. Очень часто из среды сотрудников рекрутируются друзья и приятели и, что греха таить, трудовой коллектив является нередко средой возникновения браков. Именно в таких коллективах сотрудники работают не просто старательно, но и с удовольствием.

Совместная профессиональная деятельность в России - это не просто совместное выполнение профессиональных обязанностей. Здесь у людей возникает возможность лучше понять и оценить друг друга. Внимание сотрудников по отношению друг к другу в российском менталитете – одна из священных обязанностей. В коллектив сотрудников в России люди не только приносят свои проблемы, но и получают там морально-психологическую поддержку для их разрешения. С друзьями по работе принято делиться и радостью. Сложилась традиция совместного празднования своих дней рождения, бракосочетаний, дней рождения детей сотрудников, поступления их в детские сады, школы, аспирантуру. Эти особенности сложились когда-то в России не столько на основе социалистических отношений, сколько представляют собой проявление российской соборности. Именно поэтому их нельзя не учитывать при целенаправленном формировании российской корпоративной культуры.

Но нельзя здесь просто констатировать факты совместных чаепитий (и не только!), используя любой подходящий для этого повод. Как в

каждой шутке есть только доля шутки, так и празднование в коллективе - только отчасти празднование (по крайней мере, для руководителя подразделения!). Любой умный руководитель пользуется возникающим таким образом неформальным общением не только для поздравления виновника торжества, но и затем, чтобы подкорректировать поведение персонала, не обращаясь к написанию приказов и распоряжений. Часто более действенными являются просьбы и намеки, т.е. фактическое неформальное программирование работы персонала. Сотрудники же, обмениваясь волнующими их суждениями, невольно заостряют на них внимание руководителя среднего звена и помогают ему определять оптимальные варианты преодоления проблемных ситуаций.

Не секрет, что в России человек более охотно работает на том предприятии, на котором его считают «своим» и где он сам чувствует себя «своим». Именно в этой ситуации у человека возникает чувство защищенности, именно в этом случае у него больше шансов получить эмоциональную поддержку. Именно здесь можно обсудить многие личные проблемы, получить мудрые советы и рекомендации. Работник может рассчитывать на то, что он будет востребован не столько потому, что он незаменимый профессионал, а, прежде всего, потому, что он – «свой». «Своему» легче простят неловкости или не очень удачные шаги в деловых взаимоотношениях и помогут усовершенствовать его профессиональные качества.

Особого осмысления заслуживает форма порицания сотрудника, в работе которого обнаруживаются какие-либо недостатки. Традиционно мало кто из умелых российских руководителей организует специальный серьезный разговор с провинившимся. Эта мера как бы выводит последнего из состава «своих», а потому и не является эффективной. Мимоходом брошенное замечание как бы сохраняет человека в составе «своих» и тем самым значительно мобилизует его на исправление

имеющихся недостатков по сравнению с использованием предусмотренных регламентом правовых санкций. Обсуждаемая форма «мимоходных» реплик позволяет сохранить доверительные взаимоотношения между сотрудниками и руководителями и одновременно позволяет акцентировать их внимание на более ответственном выполнении профессиональных обязанностей. Фактически речь идет о конкретном проявлении более общей проблемы соотношения санкций по поводу допущенных работником недостатков при сохранении позитивной оценки его личности. В российской корпоративной культуре первое не может быть сделано в ущерб «семейным» доверительным взаимоотношениям.

Непосвященному в российский менталитет человеку может показаться в этих неформальных мероприятиях страсть российского человека к анархии, разбазариванию времени, привычка к неорганизованности, разболтанности и т.п. С этим пора уже и поспорить. Не надо забывать ведущую роль в российской национальной психологии эмоционального начала. Российский человек только тогда может работать эффективно, когда у него все в порядке на душе, когда рассеян возникший там дискомфорт. Эти и многие другие сложившиеся особенности российских нравственных отношений целесообразно учитывать в проектах формирования корпоративной культуры каждого предприятия и учреждения.

Заканчивая эту мысль, следует сделать вывод о том, что одним из главных принципов формирования корпоративной культуры в каждом обществе в каждый конкретный период его жизни является *учет сложившейся в обществе системы нравственных ценностей*. Они и становятся основой нравственно-психологических установок персонала.

Литература

1. Кадзума Татаиси. Вечный дух предпринимательства. Киев: Укрзакордонвизасервис. 1992.

2. Корпоративная культура и корпоративные ценности современной фирмы: международный опыт и российская практика. Екатеринбург: УГТУ – УПИ, 2003.
3. Сливак В.А. Корпоративная культура. СПб. Питер, 2000.
4. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения. М.: Финансы и статистика. 1989.

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ-Урал, 2007, №07-06-83680г/У

А.С. Франц

РГППУ, г. Екатеринбург

СОЦИАЛЬНЫЙ ЗАКАЗ НА ИЗУЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТОВ

В настоящее время значительно расширилась степень свободы деятельности университетов, обострился поиск их руководством и профессорско-преподавательским составом наиболее эффективных путей повышения эффективности научной и образовательной деятельности преподавателей, аспирантов и студентов, повышения экономического обеспечения своих образовательных учреждений. Поиск вызван образованием большого числа новых университетов, приведением их научных и образовательных задач в соответствие с требованиями современного уровня развития науки и культуры и жесткими условиями рыночного развития экономики, характерной нарастанием конкуренции между университетами в предоставлении населению образовательных услуг. На современном этапе развития образования руководителями университетов все более отчетливо осознается то обстоятельство, что для достижения высоких профессиональных результатов необходимо повышение конкурентоспособности образовательных учреждений и упрочение деловой репутации каждого из них.

Публикации о специфике и проблемах современного этапа образования насыщены творческим поиском обновления методов и форм его организации, поисками способов максимального использования