

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ОБРАЗ ОРГАНИЗАЦИИ. СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ОКРУЖЕНИЕ РАБОТАЮЩИХ ЛЮДЕЙ

Кулжабаев Даниал Бакытбекович

студент, Омского государственного педагогического университета,

Россия, г. Омск

Гешко Олеся Александровна

научный руководитель,

Омский государственный педагогический университет, Россия, г. Омск

Организационное поведение проявляется в определенной социокультурной среде фирмы, банка, государственного учреждения. Эта среда объективно ставит те или иные способы поведения руководителей и подчиненных, которое может быть позитивным, направленным на развитие организации, и негативным, разрушающим ее.

Изначальным в понимании среды организационного поведения являются представления человека о том, что есть организация, в которой ему предстоит работать. У человека формируется определенный образ организации, который он сопоставляет со своим собственным "Я"-образом. Если образ организации и его "Я"-образ совпадают в его самосознании, то поведение работника становится адаптивным по отношению к ней, а если же нет, то оно может стать приспособленческим, дезадаптивным, конфликтным.

Но сам образ организации субъективно начинает формироваться с пониманием о том, что есть человек работающий и каково его социокультурное окружение, т.е. социальные нормы, ценностные ориентации, социальные ожидания и оценки, образцы поведения, уровни бытовой воспитанности, и творческая атмосфера. Человеку работающему важно знать, какие социокультурные образцы поведения задает ему организация.

В первом случае для организации важен исполнитель, во втором — инициатор. От этого будет зависеть и осмысление своего собственного поведения. Далее образ организации субъективно начинает формироваться с представлений о том, что есть человек работающий и каково его социокультурное окружение, т.е. социальные нормы, ценностные ориентации, этические взгляды, социальные ожидания и оценки, образцы поведения, уровни бытовой воспитанности, социально-психологический фон деловых отношений и творческая атмосфера, компетентность работников в решении проблем, индивидуальные стили руководства и др.

В истории развития организаций сложились четыре типичных представления о том, что есть человек работающий: «экономический человек» «психологический человек» «технологический человек», воспроизводящий тейлоровское и фордовское отношения к

нему на новой компьютерно-инжиниринговой основе, «этический человек», «выросший» из потребности взаимных обязательств в бизнесе и в организационном управлении.

Данные стереотипы оказываются ориентирами поведения, как управляющего, так и управляемого персонала. Стереотип «экономический человек». Согласно ему любой человек может за деньги сделать все, что захочет босс. Человек работает хорошо, так как ему хорошо платят. Поэтому тот, кто платит, вправе требовать отработки в полную силу. Но «боссу» может казаться, что «его» работник, которого он купил, работает недостаточно интенсивно, и он высказывает претензии: «А за что я ему плачу?» Босс убежден, что только повышение или понижение оплаты труда является самым главным стимулом для работника. Стереотип «деньги решают все!» оказывается ведущим в его сознании. Если нужен специалист, он считает, что его можно перекупить. Этот стереотип «живет» в сознании главы фирмы, то затухая, то вспыхивая вновь, особенно в условиях, когда возникает дефицит специалистов или их избыток. В зависимости от этого он и играет на повышение или понижение. Этот стереотип особенно характерен для современной российской традиции.

Стереотип «психологический человек». Он базируется на умелом использовании психологии для достижения определенной выгоды, т.е. человек может добиться успеха, владея теми или иными методами психологического воздействия как на интуитивном уровне, так и на уровне методик, которым его научили в процессе тренинга. Этот стереотип сформировался в результате самостоятельного чтения специальной психологической и психолого-управленческой литературы (начиная с Д. Карнеги), на основе обучения и в силу личного опыта работы в организациях, особенно в сфере управления поведением работников, в области делового общения на переговорных процессах, при формировании имиджа фирмы и «раскрутки» торговой марки, в ходе непосредственных продаж товаров и услуг покупателям. Идейная основа стереотипа выражена достаточно емко: «Без психологии нельзя!»

Стереотип «технологический человек». В его основе лежит принцип организационного подчинения человека рабочим операциям в условиях, когда он все более и более становится жертвой научного и технико-технологического прогресса. «Боссами» работников становятся электронно-машинные системы, которые конструируются так, чтобы контролировать «живой труд» работающих по всей технологической цепочке. Жесткая включенность в технологические и компьютерные процессы с детальным пооперационным контролем ставит работников в положение придаточных звеньев, которые обслуживают технико-технологические системы в нарастающем временном темпе. Работники оказываются «привязанными» к этим

системам настолько, что постоянно испытывают «технострессы», которые являются показателями «дегуманизации» их труда. Данный стереотип «технократизирует» мышление руководителей, ориентирует их на жесткий пооперационный контроль поведения работников. Он выражен очень сильно: «Без технологической дисциплины нельзя!» и «Новая техника — залог успеха!»

Стереотип «этический человек». В его основе лежит принцип подчинения человека работающего требованиям профессиональной, деловой и управленческой этики. Этические требования формируются на базе различных договоров, соглашений, специально разработанных кодексов, хартий, деклараций, а также в результате существующих правил поведения в организации, где сотрудники оценивают друг друга в соответствии с житейскими представлениями о морали. Регулятивная функция морали проявляется прежде всего в биполярных оценках актов поведения, которые фиксируют, что хорошо, а что плохо для людей, для дела. Разброс этих оценок может быть очень большим и индивидуальным для каждого. Так, акты поведения могут оцениваться по критериям: «допустимо — недопустимо», «полезно — вредно», «искренне — неискренне», «честно — бесчестно», «достойно — недостойно», «благородно — подло», «тактично — грубо» и др., а качества личности определяются как «доверие — предательство», «душевность — бездушность», «уважение — цинизм», «добросовестность — недобросовестность», «жертвенность — эгоизм», «обещание — невыполнение», «правота — виновность» и т.д.

Таким образом, люди в организации оценивают друг друга в меру своей воспитанности. Несовпадение этих оценок может приводить к конфликтам ожиданий и реальностей. Но так они выражают этическое понимание добра и зла, одобряя или осуждая поведение друг друга, особенно когда работают вместе.

Список использованных источников

1. Аширов, Д. А. Организационное поведение / Д.А. Аширов. - М.: Проспект, ТК Велби, 2015. - 360 с.
2. Зайцев, Л. Г. Организационное поведение / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. - М.: Магистр, 2015. - 464 с.
3. Игошина, С. Д. Резник. И. А. Игошина Организационное поведение / С. Д. Резник. И. А. Игошина Игошина. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 256 с.

