

УДК 304.442

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ: АНАЛИЗ И КОНСТРУИРОВАНИЕ

Ю. М. Резник

*Институт философии РАН
ГОУ ВПО «Чувашский государственный педагогический
университет им. И. Я. Яковлева»*

Социологическое познание управления осуществляется в тесной связи с другими научными дисциплинами – культурологией, социальной и культурной антропологией и социальной психологией. Поэтому социологический анализ управления необходимо дополнить культурологическим подходом и антропологическими концепциями управления. Именно на их основе формируется методология комплексного социокультурного анализа современного управления.

Sociological cognition of management is carried out together with other scientific subjects – Culture Studies, Social and Cultural Anthropology, and Social Psychology. That is why the sociological analysis of management should be supplemented by the culturological approach and anthropological concepts of management. The methodology of complex sociocultural analysis of modern management is formed on their basis.

Ключевые слова: *социологический анализ, социокультурный подход, управление.*

Социологический анализ управления, его познание осуществляются в тесной связи с другими научными дисциплинами – культурологией, социальной и культурной антропологией, социальной психологией. Поэтому методологию комплексного социокультурного анализа современного управления необходимо дополнить культурологическим подходом и антропологическими концепциями управления.

Методика исследования. В социологии управление рассматривается с точки зрения выявления его институциональных и функциональных связей, которые присущи его объекту, – социальной организации. Приведем некоторые из ее определений. По мнению авторов известного учебника «Основы менеджмента» М. Мескона, М. Альберта и Ф. Хедуори, организация – «это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей» [3, 31]. Однако такое понимание не учитывает других сторон организации (технико-технологической, экономической и пр.). Оно указывает лишь на один коммуникативный компонент – способ взаимодействия людей, осуществляемого ради достижения определенных целей.

С точки зрения В. В. Щербины, в общей теории организации и социологии организаций «данное понятие используется одновременно для обозначения социального процесса, частной управленческой функции и специфического многоэлементного субъекта (одновременно объекта) коллективной деятельности, при этом объектом упорядочения выступают люди, их поведение или деятельность» [7, 132].

Содержанием организации как процесса являются объединение людей (групп) и регламентация их поведения при взаимодействии и осуществлении совместной деятельности для достижения цели, а ее итогом – обеспечение определенного уровня социального

порядка или согласия. Определение организации как частной управленческой функции указывает на нее как на стандартный элемент управленческой деятельности наряду с такими функциями, как целеполагание, планирование, координация (в т. ч. мотивирование) и контроль. Наконец, в социологии организаций и общей теории организации она рассматривается как некий социальный объект и одновременно коллективный субъект управления, источник организационного воздействия и объект его приложения.

В. В. Щербина приводит несколько определений организации как социальной системы, которые встречаются в зарубежной литературе: «система сознательной координации двух или более людей, выполняющих разнородную деятельность для достижения единой цели» (Ч. Барнард); «система принятия и реализации управленческих решений, где люди – механизм принятия решений» (Г. Саймон); «система разнородных средств регуляции поведения» (Р. Дабин); «совокупность людей, занятых решением сложных задач и связанных друг с другом в процессе сознательного достижения взаимно согласованных целей»; «система скооперированной и скоординированной деятельности с целью получения максимальной выгоды от взаимодействия с внешней средой» или «посредник во взаимодействии индивида со средой» (П. Лоуренс, Дж. Лорш); «механизм, обеспечивающий обмен деятельностью и контролирующий внутри-организационные игры; создающий условия для активности авторов» (М. Крозье, Е. Фридберг и др.); «свойство социальной популяции, возникающее при соприкосновении с внешней средой» (А. Хоули) [7, 132].

Примечательно, что не только организация является социальным феноменом, но и то, что для предметного самоопределения социологии потребовалось выделить особую исследовательскую область – *социальной организации*. «При всем существенном различии определений организация, – пишет далее В. В. Щербина, – это, прежде всего, коллективный социальный субъект деятельности, социальная система, объединяющая, координирующая и направляющая поведение людей (социальных групп) в процессе совместной деятельности. Их деятельность интегрирована, а действия элементов организации осознанны и целенаправленны. Природа организации социальна, поскольку, во-первых, всегда социален объект воздействия (люди и группы, привлеченные к деятельности); во-вторых, субъект воздействия тоже социален, в-третьих, социальны как минимум два результата этого воздействия – целевой продукт и целевая общность (в отечественной терминологии – коллектив), а также другие модификации человеческого поведения; в-четвертых, одним из основных, хотя и не единственным, признаком организации является использование специфических социальных средств регламентации, которые формируют особую подсистему организации – социальную организацию» [7, 132–133].

Результаты исследования и их обсуждение. Попробуем теперь обобщить предварительные результаты анализа. С нашей точки зрения, организация есть, прежде всего, социальная система, которая располагает определенной совокупностью ресурсов (материально-технических, финансово-экономических и пр.), необходимых для выполнения тех или иных функций – производства товаров или услуг, управления, маркетинга, общественных связей, контроля и т. д. Внутри организации принято выделять несколько подсистем – техническую, экономическую и собственно социальную. Социологию интересует, главным образом, такая подсистема, как *социальная организация*.

По мнению В. В. Щербины, социальную организацию следует понимать как в широком, так и в узком смыслах. В широком смысле она охватывает любые организованные сообщества или совокупность взаимосвязанных социальных групп. В узком же смысле этим понятием обозначается собственно социальная подсистема регуляции поведения работников организации, которая характеризуется в современной науке как:

- 1) «социальная система, обладающая определенной коллективной тождественностью (идентичностью) и имеющая точный список членов, программу деятельности, процедуру перемещения людей» (Т. Кэплов);
- 2) «совокупность людей, имеющих сходные черты и устойчивые отношения, или система взаимодействия социальных групп, реализующих единую цель» (Г. Саймон);
- 3) «социальная единица, характеризующаяся определенностью структуры и координации и представляющая собой ассамблею взаимодействующих человеческих существ» (Г. Саймон);
- 4) «система дифференцированных и координируемых видов человеческой деятельности, направленная на решение проблем целого» (У. Бакке);
- 5) «целевая социальная общность» (А. И. Пригожин)» [7, 173].

Мы считаем, что наиболее удачной попыткой дать определение социальной организации является трактовка Т. Кэплова и Г. Саймона. Если интегрировать их определения, то получится следующее: социальная организация (как подсистема организации) есть ни что иное, как *система взаимодействия социальных групп, реализующих единую цель и обладающих определенной коллективной тождественностью (идентичностью)*. К такому пониманию достаточно близка и трактовка А. И. Пригожина («целевая общность»). К числу существенных признаков социальной организации следует отнести: общность целей и задач («целевая общность»), культурная тождественность (единство идентичности), статусно-ролевая дифференциация членов группы (структурное единство), скоординированность их действий (функциональное единство), связанность общими нормами (нормативное единство) и др.

Данный набор признаков характеризует, с нашей точки зрения, социальную организацию, в отличие, например, от технической и экономической подсистем организации, обеспечивающих ей необходимые ресурсы деятельности. Однако часть из этих признаков, выделяемых по функциональным основаниям (идентичность, нормативное единство), относится к характеристике еще одной подсистемы организации, которую обычно не рассматривают отдельно от социальной организации, – культурной подсистеме. Но именно она, а не социальная подсистема, выполняет функцию регуляции социального поведения работников организации.

Следовательно, социальная организация не является единственным компонентом всей организации, на который возложена функция регуляции поведения работников. Различие между ней, с одной стороны, и технической, экономической и собственно культурной подсистемами организации, с другой стороны, базируется на основе дифференциации видов ее деятельности. Социальная организация, если следовать логике общей теории действия Т. Парсонса, «отвечает» за исполнение функции интеграции социальных действий работников и образуемых ими социальных групп. Именно это положение и дает нам основание для выделения ее в отдельную предметную область социологической науки.

Культурологический (и культурно-антропологический) подход к изучению управления состоит в раскрытии культурных, в т. ч. смыслообразующих, оснований деятельности его субъектов.

Как известно, с точки зрения структурного функционализма важная функция организации (как системы) состоит в поддержании образцов и снятии напряжения внутри коллектива организации (функция латентности по Парсонсу). Эту функцию выполняет культурная подсистема организации, включающая процессы отбора, усвоения и трансляции социокультурных образцов или моделей поведения работников организации. Данная подсистема относится к сфере компетентности наук о культуре. Следовательно, социальная организация и культура представляют собой две взаимосвязанные подсистемы организации, выделяемые по функциональному основанию. Другими словами, социальная организация как система управленческих статусов и позиций выступает предметом социологии, а ее культурная подсистема – предметом культурологии и других наук о культуре.

Как показывают исследователи, начиная с 80-х годов прошлого века, одной из ключевых в мировой управленческой литературе стала тема организационной (и корпоративной) культуры. Рост интереса менеджеров к этой проблеме обусловлен, прежде всего, следующими факторами:

- динамизмом и неопределенностью внешней среды;
- возрастанием значимости интеллектуального фактора;
- вовлечением сотрудников всех уровней в процесс решения проблем своей организации, что требует особого психологического климата и культивирования творческой обстановки;
- увеличением роли тех элементов труда, в которых высокие результаты достигаются не за счет трудолюбия, аккуратности, надежности и уверенности в принимаемых решениях, а за счет контактности, творческого подхода, стратегического мышления;
- изменением характера работы вследствие внедрения компьютерных систем, обслуживание которых требует независимых и «думающих» сотрудников;
- сменой ценностных ориентаций, при которых дальнейшие административные воздействия (жесткие инструменты) неэффективны [1, 76].

Зачем же потребовался специальный анализ культуры организаций в теории менеджмента? «Анализ культуры необходим, – пишет один из самых авторитетных исследователей Э. Шейн, – если мы хотим понять, как новые технологии влияют на организации и какое именно влияние технологии они испытывают. Новые технологии обычно являются отражением профессиональной культуры, выстраиваемой на основе нового ядра научных, или инженерных, концепций и инструментов... *Культурологический анализ необходим при решении управленческих проблем, связанных с выходом за рамки национальных, или этнических, границ* (выделено нами – Ю. Р.). Концепция культуры не только способствовала пониманию субкультурных феноменов внутри организации, она стала использоваться и для анализа более общих проблем межнационального и межэтнического взаимодействия, поскольку все большему количеству групп приходится работать со всевозможными национальными и культурными сообществами в рамках разного рода совместных предприятий, стратегических альянсов и объединений» [6, 14–15].

В западной литературе существуют разные точки зрения на феномен культуры в организации. Основатель организационной антропологии Э. Х. Шейн систематизирует их следующим образом: *наблюдаемые поведенческие стереотипы при взаимодействии людей; язык, ритуалы, совершаемые ими в определенных ситуациях; групповые нормы; провозглашаемые ценности; формальная философия* (наиболее общие политические и идеологические принципы); *правила игры* («ограничения», которые следует усвоить новичку для того, чтобы стать полноценным членом организации; «заведенный порядок»); *климат организации; существующий практический опыт; склад мышления, ментальные модели и/или лингвистические парадигмы* (принятые когнитивные системы, определяющие восприятие, мышление и язык и используемые членами группы на различных этапах социализации); *принятые значения; «базовые метафоры», или интеграционные символы* (идеи, чувства и образы, выработанные группой для самоопределения) [6, 28–29].

Э. Шейн приводит и собственное определение: «Культура группы может быть определена как *паттерн коллективных базовых представлений* (выделено нами – Ю. Р.), обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [6, 31].

В отечественной литературе встречаются и другие определения. Организационная культура, по мнению В. В. Щербины, рассматривается как: «1) система символических посредников, направляющих и ограничивающих активность членов организации; 2) совокупность базовых представлений, разделяемых большинством членов организации или ее активным ядром, которые служат средством внутренней регуляции и программирования организационного поведения индивидов или группы на символическом уровне» [7, 120].

Под организационной культурой Л. Д. Гительман понимает «совокупность господствующих в данном коллективе ценностей, убеждений, установок, а также общий моральный климат, помогающие работникам понять назначение организации в целом (смысла их деятельности, во имя чего они работают), механизм ее функционирования и тем самым создать нормы деятельности и поведения, правила следования им». «Культура, – пишет он далее, – предопределяет место организации в более широкой системе, способ осмысления окружающей действительности и внутренних отношений. Организационная культура регулирует межличностные отношения в коллективе, отношения между руководством и подчиненными» [1, 76].

В западной социологии и социальной антропологии разрабатывается несколько подходов к изучению оргкультуры, в частности, феноменология и рационализм, функционализм и символический интерпретативизм.

При разработке феноменологической модели оргкультуры исследователи основываются на парадигме социальной определенности. Интерпретация организационной реальности, по их мнению, осуществляется на трех уровнях: (1) универсальном, содержащем совокупность очевидных для всех в рамках данного социума смыслов; (2) культурном, выражающем уникальный набор потенциально возможных смыслов, которые присутствуют лишь данной группе (организации), фиксируется в понятиях «репертуар группы» и «культурный код»; (3) индивидуальном, содержащем смыслы, с которыми соотносится индивид в процессе интерпретации ситуации и деятельности [7, 121].

В рамках данной концепции оргкультура является основой для конструирования индивидом организационной реальности, поскольку она, во-первых, рассматривается как плод «интерсубъективных» представлений; во-вторых, структурируется и наделяется смыслами только в процессе интерпретации [7, 121].

Во многом альтернативными феноменологическому подходу являются рационально-прагматические положения о природе, функции и источнике возникновения оргкультуры. Последняя в рамках данного подхода характеризуется как *целостный образ базовых представлений, которые данная группа изобрела, обнаружила или достигла в результате попытки справиться с проблемами адаптации к внешней среде или внутренней интеграции и которые оказались достаточно эффективными для их передачи новым членам организации.*

Именно на этом основана концепция базовых представлений оргкультуры Э. Шейна. Он подразделяет эти представления на пять сфер: а) представления о взаимоотношениях со средой; б) представления о повседневной жизни; в) представления о природе человека; представления о деятельности; г) представления о человеческих взаимоотношениях. Следовательно, в рамках рационалистической модели акцент смещается в сторону анализа историчности и эволюционности возникновения оргкультуры, ее ядра как носителя базовых представлений. С точки зрения Э. Шейна, немаловажное значение имеет при этом сознательное, целенаправленное управление процессами развития культуры, что делает этот взгляд на оргкультуру популярным в среде управленцев и управленческих консультантов.

Однако наш анализ будет неполным, если мы ограничимся только кратким обзором двух подходов к изучению природы организационной культуры. В современной социологии и культурной антропологии имеются и другие концепции, например, – социокультурный функционализм и символический интерпретативизм.

Об этом пишет, в частности, отечественный исследователь П. В. Романов. Он упоминает культурантрополога Уильяма Бэскома, который, обобщив ряд исследований фольклора, пришел к выводу, что традиционные символические формы гарантируют существование и воспроизводство культуры, обучая членов группы, знакомя их с ценностями и поведенческими нормами, а также обеспечивают согласие, применяя социальное давление и учреждая социальный контроль [4, 147].

Однако функционализм близок к детерминизму: человеческое поведение оформлено или обусловлено внешними условиями. Представители данного направления обычно оперируют понятиями системы, функции и выживания, часто применяют философию социального инжиниринга, предлагая способы определения артефактов, их социокультурных функций и использования символов.

Те же, кто работает в русле *символического интерпретативизма*, пишут об аффективных и эстетических аспектах жизненного опыта, об организационном мире как о чувственной и эмоциональной сфере с ее собственными церемониями, ритуалами и драмами. Эти исследователи в меньшей степени интересуются инструментальностью, чем смыслами и интерпретациями. Подход здесь сугубо субъективистский: организационная реальность рассматривается как продукт индивидуальных сознания, творчества и конструирования [4, 148].

Таким образом, – подчеркивает П. В. Романов, – социально-антропологические методы изучения организационной культуры, опираясь на возможность постижения некоей социальной реальности, заложенной в рутинных взаимодействиях социальной группы, стремятся «подойти как можно ближе». Простейший способ распознать отличия между доминантной культурой и субкультурными организациями – наблюдать повседневное функционирование группы со стороны [4, 151–152].

Организационная культура имеет сложную *структуру и функции*. Проанализировав механизм функционирования оргкультуры, Э. Шейн выделил несколько структурных уровней:

1) *видимые организационные структуры* – наблюдаемые, но прямо не поддающиеся интерпретации проявления культуры (технология, проектируемая среда, формальная структура организации, образцы поведения и деятельности);

2) *ценности организации*, которые не поддаются непосредственному наблюдению, но позволяют интерпретировать видимые проявления культуры (стратегии, цели, философия);

3) *базовые представления*, невидимые и неосознанные, представляющие трансформацию ценностей, интерпретацию реальности и организационное поведение (самоочевидные убеждения, особенности восприятия, мысли и чувства) [6, 122].

Совокупность базовых представлений о природе человека, смысле и формах деятельности, социальной реальности, взаимоотношениях с внешней средой, природе человеческих взаимоотношений образует, по мнению указанного исследователя, культурную парадигму организации, составляющую ядро оргкультуры. Подобная парадигма выступает в роли «фильтра» инородных идей.

Что же касается функций оргкультуры, то здесь также отсутствует единая позиция. Как пишет В. В. Щербина, «основная функция оргкультуры – мобилизация сознания человека на достижение определенных целей» [7, 121]. Культура же, по Э. Шейну, решает следующие проблемы организации: 1) выживание, рост и адаптация к внешним условиям; 2) внутренняя интеграция, которая содержит в себе элементы социализации, регуляции поведения и единства группы [6, 31–33].

Таким образом, культура выступает, по мнению большинства представителей социологического и антропологического сообщества, важным фактором развития всей системы управления. Культурологический же (и культурно-антропологический) аспект ее изучения состоит в вычленении и раскрытии инвариантных представлений, моделей и образцов (паттернов), определяющих реальное поведение субъектов управления.

Изучение культуры управления организацией относится к сфере исследования как социологии, так и культурологии (культурной антропологии). Социология рассматривает взаимодействие социальной организации и культуры, культурология – «внутреннюю» структуру и динамику культуры управления. Вместе же они охватывают обе стороны социокультурной системы управления.

Основные положения социокультурного подхода к анализу и изменению различных явлений, в т. ч. и управления, сформулированы отечественными авторами в 90-е годы прошлого века (Н. И. Лапин, Л. Г. Ионин, Л. Г. Костюченко, Ю. М. Резник и др.). В содержательном плане его можно разделить на две взаимосвязанные части: (1) научный

анализ и конструирование социокультурных объектов (сфера познания и проектирования); (2) обыденные формы знания и повседневные практики социокультурной деятельности (сфера познавательной и практической реализации управленческих решений и проектов).

В широком смысле сферой приложения социокультурного подхода во всей его полноте выступает система управления в целом. В узком же смысле он охватывает лишь «рутинные» средства и практики повседневной жизни и деятельности людей, связанные с воспроизводством и поддержанием инвариантных структур человеческого опыта.

Научная часть социокультурного подхода представлена методологией социокультурного анализа и конструирования (в т. ч. социальной инженерии, концепцией гуманитарных технологий и экспертиз и пр.).

Социокультурный анализ управления включает в себя принципы, правила и процедуры их разделения (разложения) на части или элементы – простейшие формы или единицы анализа – и последующую реконструкцию социального поведения посредством установления связей между ними.

Методология социокультурного анализа системы управления характеризуется определенной совокупностью принципов, методов, процедур и правил, которые позволяют описывать и объяснять проблемы и процессы управленческой деятельности с большей или меньшей степенью достоверности. Разумеется, в социокультурной методологии применяются и другие *общенаучные принципы анализа* социальных явлений – системность, единство и многообразие социальной жизни, комплексность (комплексный подход), аксиологическая (ценностная) ориентация и др.

С точки зрения методологической оснащенности социокультурного подхода к управлению важным направлением социальной науки и управленческой практики является *социальная инженерия*, ориентированная, как известно, на диагностику и конструирование моделей социального поведения индивидов в наиболее типичных ситуациях.

Несколько слов о сути социально-конструктивной деятельности. В общем плане ее можно определить как деятельность по созданию новых и постепенному изменению (трансформации) существующих образцов и моделей социального поведения. Именно в этом качестве она представляется нам как сфера реализации управленческих решений и проектов, а также форма преобразования социокультурных условий управления.

Социокультурные принципы управления изложены в концепции *гуманистического планирования* Э. Фромма. Это включение человека и условий его жизни в систему планирования, активизация человеческого потенциала посредством участия в делах общества, изменение процесса потребления, образование новых форм духовно-психологической ориентации как эквивалента религиозных систем прошлого [5, 151]. К принципам гуманистического менеджмента относятся также учет мнения каждого работника предприятия, солидарность всех людей по поводу значимых ценностей и др.

Наиболее важными и значимыми в методологии социокультурного анализа являются *антропологический метод* и *социальный анализ*. «Принципиальное различие между указанными выше подходами состоит в следующем: антропологический метод ориентирован с самого начала на изучение культурной природы человека как субъекта деятельности и тех жизненных форм, которые выражены в культуре как универсальном

и специфически человеческом способе существования и развития социума, а социальный анализ направлен на исследование социального качества человека как личности и институциональных форм, представленных в нормативно опосредованных и статусно обусловленных ролевых отношениях» [2, 52].

Таким образом, социокультурный подход к анализу и развитию управления ориентирован на органическое единство (конструктивный синтез) социальной и культурной сторон управленческой деятельности, которое достигается посредством социологического изучения (в т. ч. социальной инженерии) и культурологического анализа, а также связанных с ними гуманитарных технологий. Он позволяет преодолеть ограничения чрезмерной рациональности, характерной для социоинженерного подхода, и недостатки «понимающей» идеологии (гуманитарных технологий и экспертиз), апеллирующей к экзистенциальным смыслам и представлениям субъектов.

Резюме. Сформулируем теперь некоторые выводы.

1. Социологический анализ управления необходимо осуществлять в тесной связи с культурологическим подходом, с одной стороны, и рационалистическими концепциями, изменениями систем и моделей управления – с другой.

2. Социологический подход к целенаправленному изменению систем управления реализуется посредством двух направлений – *социальной инженерии* (направленным и научно обоснованным изменением управленческой деятельности, основанным на рациональном построении ее систем и моделей) и *гуманитарного* («понимающего») *конструирования* или *планирования* как способа выявления смыслового содержания и символических форм общения, используемых людьми в процессах символического и практического взаимодействия субъектов в сфере управления.

3. В качестве же «объединяющей» методологии изменения систем управления выступает социокультурный подход, ориентированный на изучение и целенаправленное развитие управления в единстве его социальной и культурной, субъектной и объектной сторон.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гительман, Л. Д. Преобразующий менеджмент / Л. Д. Гительман. – М. : Дело, 1999. – 496 с.
2. Костюченко, Л. Г. Введение в теорию личности: социокультурный подход : учебное пособие / Л. Г. Костюченко, Ю. М. Резник. – М., 2003.
3. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
4. Романов, П. В. Социологические интерпретации менеджмента: исследования управления, контроля и организаций в современном обществе / П. В. Романов. – Саратов, 2000. – 178 с.
5. Фромм, Э. Революция надежды / Э. Фромм. – СПб. : Ювента, 1999. – 245 с.
6. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.
7. Щербина, В. В. Социальные теории организаций : словарь / В. В. Щербина. – М. : Инфра-М, 2000. – 264 с.