

КОРПОРАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ОРДЕРНОМ ПОДХОДЕ К ИЗУЧЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Нагоркин В.А. - магистрант факультета психологии, СГУ имени Н.Г.
Чернышевского, г. Саратов, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу идентичности персонала организации как организационно-культурного феномена. Утверждается, что для формирования корпоративной идентичности в ордерном подходе используются совокупности идентичностей лидера и исполнителя.

Ключевые слова: *ордерная модель организационной культуры, корпоративная идентичность сотрудника, субордер.*

Annotation. The article is devoted to the analysis of the identity of the personnel of the organization as organizational and cultural phenomenon. Argues that the formation of corporate identity in the ordering approach uses aggregate identities leader and artist.

Keywords: *order model of organizational culture, corporate identity of the employee, субордер.*

Современному человеку, как никогда ранее, отвечая на вопрос «Кто я?», важно понимать то, с какой общностью он себя отождествляет. Для значительного большинства людей организации, где осуществляется их профессиональная деятельность, и есть те самые общности, с которыми каждый себя отождествляет в той или иной мере. Идентифицируя себя с собственной организацией, сотрудник принимает ее ценности, нормы и правила, формируя, таким образом, корпоративную идентичность, которая существенным образом облегчает взаимодействие, как в пределах организации, так и за ее границами, повышая эффективность труда.

Несмотря на очевидную значимость и полезность корпоративной идентичности для успешного функционирования организации,

исследования, к которым мог бы обратиться руководитель той или иной организации, поставив перед собой цель, – сформировать у сотрудников корпоративную идентичность, на сегодняшний день не многочисленны.

В связи с чем, полезно в плане практического использования исследовать относительно новые подходы к изучению организации, а, конкретно, организационной культуры. В нашем случае это ордерный подход к изучению организационной культуры.

Объект настоящего исследования: идентичность персонала организации как организационно-культурный феномен.

Предмет исследования: совокупности идентичностей лидера и исполнителей, формируемые в рамках трех субордеров ордерной модели организационной культуры.

Гипотеза, предложенная в исследовании, заключается в том, что ордерный подход, определяя организационную культуру через три субордера «семьи», «армии» и «церкви», генерирует совокупности социальных идентичностей лидера и исполнителя, и использует их для формирования корпоративной идентичности сотрудников.

Реальность, смоделированная ордерной подходом к организационной культуре, – это гармоничное сочетание трех субордеров: семейного, армейского и церковного, образующих сложный социально-психологический порядок управленческих интеракций, регулируемых и конституцируемых системами этических смыслов участников взаимодействия определенной организации [Аксеновская Л. Н., 2007].

Признавая тот факт, что каждый из трех субордеров имеет «широкий спектр» воздействия на организацию, важно отметить их специфику. В связи с чем уместно утверждать, что направленность семейного субордера ориентирована на решение задач «внутренней интеграции», армейского на преодоление проблем, связанных с «разрешением проблем адаптации к

изменениям внешней среды» [Шейн Э., 2002] а церковного на поддержание отношений со сферой трансцендентного. Из сказанного следует, что ордерный подход при помощи трех субордеров позволяет человеку в организации осуществлять взаимодействие как внутри организации, так и за ее пределами, а также взаимодействовать со сферой неявного. И это взаимодействие опосредуется через совокупности идентичностей, о которых речь пойдет ниже.

С позиции ордерного подхода организация видится неоднородной, поделенной на три уровня: уровень лидера организации, уровень членов команды лидера и уровень исполнителей.

Для настоящего исследования представляет интерес уровень лидера и уровень исполнителей. Этому есть следующее объяснение: личность лидера как носителя корпоративной идентичности в ордерном подходе четко очерчена, «человек и культура совпадают, т. е. степень идентификации близка к абсолюту» [Аксеновская Л. Н., 2007]. Руководитель и/или лидер организации предельно тождественны организации, которой управляют, потому как ценности, цели, нормы и вся корпоративная культура есть производная от личности руководителя. В терминах концепции категоризации Тернера: лидер формирует категории или, иначе говоря, существенные признаки той общности, которая именуется организацией [Тернер Дж., 2002].

Ордерный подход предлагает следующие идентичности руководителей или, лучше сказать, союз трех идентичностей, «родителя», «командира», «пастыря», которые вырастая из самой ранней, архаичной стадии «синкрета» рождают заключительную синтетическую идентичность лидера – «синтет», свидетельствующую о «высшей степени развитости и сбалансированности» трех идентичностей [Аксеновская Л. Н., 2007].

Перечень идентичностей руководителя окажется не полным, если не упомянуть об идентичности «сотера» (спасителя, избавителя), развивающейся в процессе формирования «представлений о психологической структуре профессиональной деятельности управленца (менеджера) лидера» [Аксеновская Л. Н., 2007].

Основой для формирования корпоративной идентичности на уровне исполнителей также служат три субордера «семейный», «армейский» и «церковный», производными от них являются идентичности исполнителей, соответственно члена семьи, воина, и послушника.

А поскольку одной из задач ордерной технологии изменения организационной культуры является задача сформировать оргкультуру в гармоничном единении трех субордеров, что в отношении корпоративной идентичности сотрудников означает сформировать в Я-концепции каждого сотрудника три базовых идентичности: члена семьи, воина и послушника таким образом, что взятые за основу они могут служить формированию прочих идентичностей, а именно, идентичности с карьерой, командой, профессией и организацией в целом [Ван Дик Р., 2006], образуют тем самым ту уникальную корпоративную идентичность, которая отличает сотрудников одной организации от другой.

Представляется очевидным, что ордерный подход, подготавливая основание для корпоративной идентичности, использует уже готовые, сформированные идентичности сотрудников как членов семьи, воина или послушника, предлагая руководителю в зависимости от ситуации, сложившейся в организации, вызывать к той или иной ипостаси своих сотрудников. Метафоры трех субордеров отправляют сотрудника к уже имеющимся у него представлениям о семье, армии и церкви, именно тем представлениям, которые существовали и существуют в мировой культуре, и, что важнее всего для задач управления как оргкультурой, так и

корпоративной идентичностью, легко распознаются в контексте национальных культур.

Иначе говоря, обращаясь к сотрудникам и кодируя фразу в терминах военного положения, например, «мы должны сплотиться и дать отпор конкурентам», руководитель адресует свое послание идентичности воина, моделируя поведение сотрудников и наполняя его смыслом, рисуя образ некоторой новой реальности, существо которой будут определять такие правила как «дисциплинированность, подтянутость, функциональность отношений и распоряжений».

В свою очередь сотрудники, в ком была актуализирована идентичность воина, сообразуясь с вышеуказанными правилами, будут готовы решать поставленные перед ними задачи более эффективно как на «передовой фронта экономической войны» [Аксеновская Л. Н., 2008].

Итак, как можно было видеть, в ордерном подходе нет определения корпоративной идентичности, и не ставится задача создать такой конструкт, но, очевидно, что если смотреть на ордерную модель организационной культуры через призму представлений об идентичности, то три субордера легко раскроют свой смысл в контексте корпоративной идентичности.

Выводы:

1. Лидер является генератором и носителем корпоративной идентичности.
2. Ордерный поход использует совокупности идентичностей, различные для лидера и для исполнителей:
 - а. Идентичности лидера: «синкрет», «родитель», «командир», «пастырь», «синтет», «сотер».
 - б. Идентичность исполнителей/сотрудников: «член семьи», «воин», «послушник».

3. Триединство идентичностей «члена семьи», «воина», «послушника» – основание для формирования корпоративной идентичности сотрудника.

4. Корпоративная идентичность лидера организации – это частный случай персональной идентичности, корпоративная идентичность сотрудников – разновидность социальной идентичности.

Литература

1. Аксеновская Л. Н. Ордерная модель организационной культуры. – М.: Акад. проект, 2007. 298 с.

2. Аксеновская Л. Н. Социально-психологическая модель организационной культуры: концепция, методология, технология изменений. Дисс. ... доктора психол. наук. Москва, 2008.

3. Ван Дик Р. Преданность и идентификация с организацией / Пер. с нем. Х.: Изд-во Гуманитарный Центр, 2006. 142 с.

4. Тернер Дж. Социальное влияние, СПб, 2003.

5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.