СОЦИОЛОГИЯ. ПСИХОЛОГИЯ. ФИЛОСОФИЯ

УДК 159.9

ПАРАДИГМА УПРАВЛЕНИЯ КАК СИСТЕМНАЯ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНИЗАЦИИ

© 2009 г.

Е.В. Коробейникова

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

jara7777@mail.ru

Поступила в редакцию 27.10.2008

Представлен комплексный анализ феномена «парадигма управления» как единого ценностно-целевого образования, характеризующего организацию на социально-психологическом уровне. Рассмотрены основные компоненты парадигмы управления – внешний (инструментальный) и внутренний (ценностный). Качественное своеобразие данных компонентов и их взаимосвязей образуют типологические комплексы (бюрократический, клановый, новаторский и деловой), которые отражают специфику социально-психологических условий на конкретном предприятии. Выявлены основные этапы развития парадигмы: кризис, революция, зарождение и установление новой парадигмы. Полученные в ходе исследования результаты позволяют менеджменту целенаправленно и комплексно формировать на предприятии необходимый тип парадигмы, наиболее адекватный внешним и внутренним условиям существования организации и обеспечивающий оптимальное достижение поставленных целей.

Ключевые слова: парадигма управления, социально-психологическая характеристика организации, организационные ценности, инструментальная матрица, типологические комплексы парадигмы управления, стадии парадигмального развития.

В последние два десятилетия в России происходят многоплановые и противоречивые общественно-экономические трансформации. Однако данные перемены, имея очевидные преимущества, на практике тормозятся целым рядом факторов, среди которых особое место занимают психологические стереотипы: устойчивые формы поведения, мышления, чувствования, имеющие этнокультурную и социально-психологическую природу и определяющие самоидентификацию, мотивацию, характер коммуникаций, стили принятия решений руководителями всех уровней [1]. Коренной причиной данных проблем в значительной степени явился недостаток опыта работы и управления предприятием в рыночной экономике. Известно, что в дореформенной России сложилась определенная модель управления административно–бюрократического типа. Современные же реалии требуют иного подхода к руководству предприятием, более близкого по значимым характеристикам к системе, принятой в западных экономически развитых странах.

Одним из наиболее важных этапов на пути разрешения подобного рода противоречий является комплексное исследование и системный анализ организационных условий, в которых осуществляет свою деятельность современный менеджер. Как подчеркивает В.А. Барабанщиков, анализ любого феномена с необходимостью предполагает выход за его собственные границы в то всеобъемлющее целое, в котором он возникает и развивается [2].

Организационные условия, существующие на предприятии, характеризуются большим разнообразием и включают в себя производственные, финансово-экономические, информационные, социально-психологические компоненты [3]. Последний из них относится к предметному полю исследований психологической науки.

В литературе встречаются различные взгляды на вопрос о том, что именно относится к социально-психологическим характеристикам предприятия – организационная культура, принятые модели организационного поведения, стили управления и т.д. При этом упускается из вида комплексный характер процессов, происходящих в организации. Включение же в поле исследования феномена «парадигма управления» дает

возможность наиболее полного и всестороннего изучения социально-психологической реальности организационной жизни.

Комплексное *понятие «парадигма»* разработано американским исследователем Томасом Куном [4]. В соответствии с этимологией данного термина Т. Кун говорит о парадигме как о модели постановки проблем, которая очерчивает круг задач, устанавливает методы их решения. Основные положения своей теории автор сформулировал относительно развития науки и научного сообщества. Но при этом Т. Кун подчеркивает, что «становление и развитие науки не отличается от становления и развития в других областях» [4, с. 211]. Проводя сравнительный анализ ключевых компонентов (целевого, структурного, коммуникационного, координационного, квалификационно-профессионального) двух типов социальных общностей – научного сообщества [4] и организации [3], – можно сделать вывод об их принципиальных сходствах. Таким образом, представляется целесообразным осуществить экстраполяцию разработанного им феномена парадигмы на сферу функционирования организации и, в частности, на управление как одну из ведущих ее подсистем.

С учетом вышеизложенного, *парадигму управления (ПУ)* следует определить как исходное ценностно-целевое образование, соединяющее воедино организацию на каждом этапе ее существования. С точки зрения теоретических положений, разработанных Т. Куном, ПУ представляет собой системное образование, которое «не сводимо к логически атомарным компонентам [4, с. 35]». Именно поэтому исследование данного феномена необходимо проводить, руководствуясь методологией системного подхода, разработанного в психологии Б.Ф. Ломовым и его последователями [2, 5]. Предпочтительность применения в исследованиях системного подхода состоит в его способности более адекватно выражать диалектику изменений, включать в анализ субъекта, а также раскрывать закономерности развития целостных образований [2, с. 13]. Сам процесс управления в системном подходе рассматривается как деятельность по переводу организации из существующего состояния в желательное, то есть состояние реализованной, достигнутой цели [2]. По мнению Л.Н. Аксёновской, критическая точка в координирующей системе – это «Человек управляющий» (менеджер) [6, с. 134], который, вступая во взаимодействие с другими участниками управленческого процесса (процесса парадигмотворчества), формирует определенную парадигму. Следовательно, личность руководителя является ключом к пониманию и изменению организации.

С точки зрения системного подхода и теории Т. Куна, *ПУ имеет сложную структуру*, которая включает в себя два основных уровня: внутренний (ценностный) и внешний (инструментальный).

Ядро парадигмы образуют организационные ценности, которые представляют собой предметы и явления организационной жизни, существенно важные, значимые для работников [7]. Организационные ценности характеризуются относительной устойчивостью, социальной обусловленностью, общепринятостью и способностью реально побуждать человека к определенной деятельности [4]. Они определяют видение проблем, их значимость, выбор способов решения, интерпретацию причин и следствий [8]. Как отмечает Л.Н. Захарова, ценностные регуляторы в силу формирования на ранних этапах развития, многократности и привычности использования, эффективности во многих ординарных ситуациях становятся к возрасту активной профессиональной деятельности очень прочными и относятся к сфере неосознаваемого, по крайней мере в актуально реализуемом поведении [1]. Это, в итоге, может приводить к тому, что разделяемые менеджментом ценности становятся со временем весьма архаичными, что особенно отчетливо проявляется в период трансформаций.

Опираясь на взгляды Д.А. Леонтьева [9], можно сказать, что организационные ценности, образующие парадигму, характерную для определенной социальной группы (организации), формируются на основе личностных ценностей действующих в ней основных субъектов (менеджеров), они имеют общее генетическое происхождение, а значит, схожие характеристики и закономерности развития. Так, для организационных ценностей свойственны следующие основные особенности: общее число ценностей, являющихся достоянием ПУ, сравнительно невелико; качественное своеобразие ПУ зависит от иерархии организационных ценностей; истоки организационных ценностей прослеживаются как в личности менеджера, так и в обществе в целом [7]. Обобщая результаты многолетних исследований, Л.Н. Захарова отмечает, что в условиях современной российской действительности наблюдается переход от клановых организационных ценностей к ценностям достижения высокого результата, которые усиливаются в ряде случаев ценностью морали. По мнению автора, иерархия данных ценностей

характеризует качественное своеобразие ПУ современной российской организации [1].

Внешний, или *инструментальный*, *уровень ПУ* представляет собой набор практических предписаний для членов определенной группы [4, с. 234]. Это достаточно формализованный компонент, который осознается и легко вербализуется не только менеджментом организации, но и исполнителями (подчиненными). С помощью данного уровня организационные ценности транслируются как во внутреннюю, так и во внешнюю среду организации. Часто это единственные сигналы, по которым персонал делает вывод о содержании внутреннего уровня парадигмы [8]. В отличие от ядра в данном случае можно говорить об осознанном признании членами сообщества элементов, входящих в инструментальную матрицу [4, с. 226].

Инструментальный уровень имеет сложную структуру, каждый из его элементов дает менеджменту организации образцы эффективных ответов (в виде практических инструментов) на следующие вопросы.

- Для чего нужно управлять персоналом? Смысловой компонент формирует организационная культура (ОК), которую Л.Н. Аксёновская определяет как систему смыслов, детерминирующих и регулирующих взаимодействие людей внутри организации [6, с.12]. Она проявляется в идеях, обычаях, видении.
- Чего необходимо достичь в результате управления персоналом? Целевой компонент включает в себя систему мотивирования (СМ), которая побуждает сотрудников к предметному воплощению в своей деятельности организационных ценностей, к достижению общей организационной цели.
- Как надо управлять персоналом? Исполнительский компонент представлен в виде принятой модели организационного поведения (ОП), которая формирует и транслирует способы и стандарты деятельности персонала, критерии эффективности исполнительской и управленческой активности.
- Как сохранить то, что достигнуто персоналом? Принятая концепция обучения и развития персонала (КОР) образует поддерживающий компонент. Он обеспечивает передачу и сохранение внутри организации накопленного опыта через изучение системы конкретных (практических) приложений парадигмы управления.

Таким образом, в ПУ существует два системных уровня – внутренний (ценностный) и внешний (инструментальный), каждый из которых имеет свои структурные элементы и базовые характеристики (рис. 1).

Как показало проведенное эмпирическое исследование, качественное своеобразие обозначенных элементов ПУ и их взаимосвязей образуют четыре *типологических комплекса* – клановый, бюрократический, новаторский и деловой (табл.), которые имеют статистически значимые отличия. Каждый из них формирует на предприятии определенные социально-психологические условия. Более того, экстраполируя на исследуемое проблемное поле взгляды Л.С. Выготского, можно говорить о том, что ПУ создает в организации определенную «социальную ситуацию развития».

Парадигма выполняет на предприятии *две системные функции*: 1) обеспечивает внутреннюю интеграцию членов организации [14] за счет формирования ценностно-ориентационного единства и упорядочивания трудовой активности не только руководителей, но и исполнителей; 2) создает внешнюю дифференциацию организации [14], формирует ее узнаваемость и неповторимость во внешней среде.

Как и любая система, ПУ находится в постоянном развитии, в котором можно выделить *четыре ключевых этапа* (рис. 2):

1-й этап: кризис. Он зарождается в ситуации, когда ПУ перестает адекватно отвечать на запросы внешней и/или внутренней среды, организационная цель не достигается. Наблюдается постепенное накопление аномалий на уровне инструментальной матрицы. Возникновение подобной ситуации возможно по двум основным причинам.

А) Неадекватное осознание рядом менеджеров существующей ПУ и, как следствие, неэффективное применение в управленческой практике задаваемой ею инструментальной матрицы. Они реализуют управленческие функции скорее в соответствии со своим видением ситуации, нежели с общепринятой парадигмой. Это приводит к возникновению хаотичности в управленческой деятельности [8]. Подобный парадигмальный кризис является ложным (неистинным), поскольку у истоков его возникновения лежит неадекватность ориентировочной основы деятельности менеджеров.

Б) Неспособность управленческих инструментов, выработанных в рамках существующей ПУ, решать возникающие «головоломки» в силу постоянно изменяющихся условий внешней и внутренней среды. В данном случае можно говорить об истинном парадигмальном кризисе, в основе которого лежат объективные факторы.

Таблица

Классификация типов парадигмы управления
(уровень значимости отличий указан по U-критерию Манна-Уитни)

Структурные элементы ПУ	Типы парадигмы управления (ПУ)			
	Клановый p≤0,05	**Бюрократический p≤0,01**	**Новаторский p≤0,05**	**Деловой p≤0,05**
1. Ценностный уровень:				
Доминирующая организационная ценность [1]	Поддержание хороших отношений	Порядок и стабильность	Индивидуальный результат	Максимальный результат; дополнительная: мораль
2. Инструментальный уровень:				
Смысловой компонент: ОК [10]	Семейная	Иерархическая	Адхократическая	Рыночная
Целевой компонент: СМ [11]	Модель Z	Модель X	Модель Y	Модель P (участия)
Исполнительский компонент: ОП [12]	Патерналистская	Автократическая	Поддерживающая	Коллегиальная
Поддерживающий компонент: КОР [13]	Сопутствующая	Пассивная	Инновационная	Проектная

Как первая, так и вторая причина приводят менеджеров к попыткам нахождения и применения нетрадиционных (не в русле существующей парадигмы) стратегий управления. Как следствие, среди руководства формируется чувство недоверия и пренебрежения [15, с. 198] к содержанию инструментальной матрицы актуальной ПУ.

2-й этап: революция. В случае, если аномалии продолжают накапливаться, а недоверие к ПУ переходит уже на ценностный уровень, наблюдается ее смена (в терминологии Т. Куна, революция) – коренная трансформация, этап принципиального видоизменения. Среди менеджмента имеет место отторжение не только внешних, но и внутренних компонентов парадигмы, что приводит к активному отказу от нее [15, с. 198]. В переходных условиях организация неизбежно разделяется на конкурирующие между собой части – тех, кто защищает «старый режим», и конфликтующих с ними тех, кто хочет перемен, результатом чего становится поляризация взглядов. Дебаты борющихся сторон при этом, как правило, основаны на пропаганде, а не на фактической (логической) аргументации. При этом почти всегда люди, которые успешно осуществляли разработку новой парадигмы, были молодыми или новичками, поскольку они мало связаны с традиционными ценностями старой парадигмы [16].

Можно выделить три основных выхода из подобного кризисного состояния:

- старая парадигма доказывает свою способность решать существующие задачи, производится частичная корректировка ориентировочной основы деятельности ряда менеджеров, и организация возвращается на исходные позиции (парадигмальный кризис имел ложный характер);
- менеджеры приходят к общему мнению о том, что на данном этапе организационного развития проблема, породившая кризис, не имеет решения, по сути, наблюдается только временный уход от нее (формируется парадигмальный кризис латентного типа);
- возникший новый претендент на звание ПУ поддерживается большинством менеджеров организации, итогом чего становится формирование новой парадигмы уже на иных базовых основаниях (в основе лежит парадигмальный кризис истинного типа).

Согласно Т. Куну, процесс перехода к новой парадигме не является по своей сути кумулятивным [4, с. 121]. В результате него изменяются отношения между элементами парадигмы, и они сами также качественно трансформируются.

3-й этап: зарождение новой парадигмы. На данном этапе образуется новая инструментальная матрица, которая находит поддержку среди большинства управленцев. Как отмечает Э. Деминг, если люди просто меняют один подход на другой, не опираясь на какие-то принципы, самые лучшие усилия могут нанести большой урон [17]. В условиях организационных трансформаций именно зарождающаяся новая ПУ фокусирует усилия менеджеров, обеспечивая их согласованность, целенаправленность и эффективность.

Следует также отметить, что в переходных условиях, как правило, на предприятии сохраняется группа менеджеров, которая продолжает разделять прежнюю парадигму. Такие члены сообщества, если они не перестраиваются, по мнению Т. Куна, с высокой вероятностью обречены на изоляцию или уход. А значит, измене-

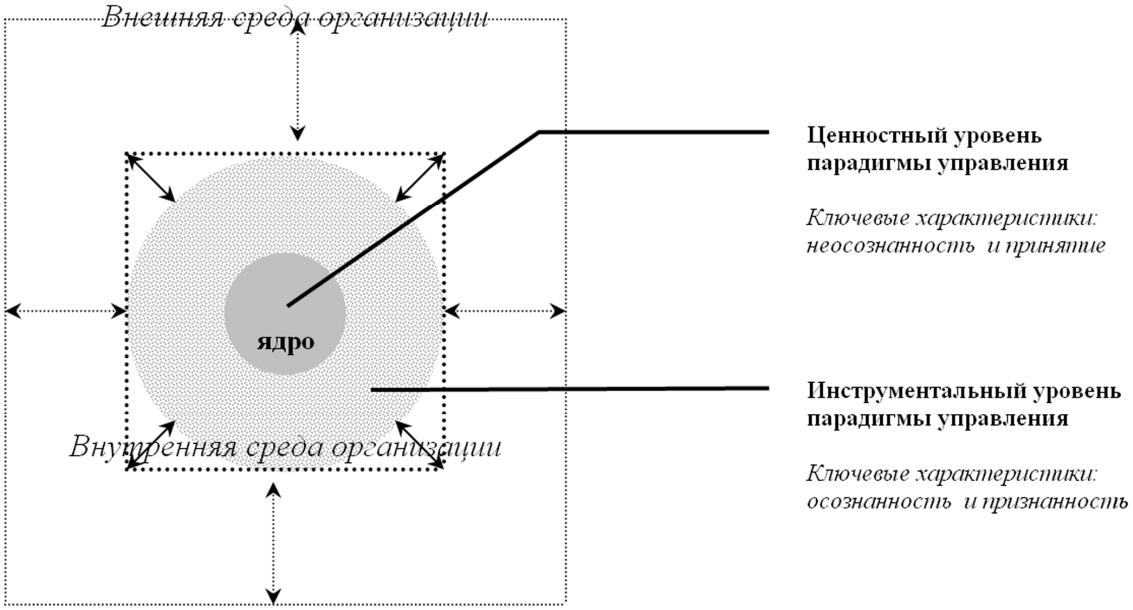

Рисунок 1. Парадигма управления как открытая система

ние ПУ в организации неизбежно приводит к ротациям на уровне управленческих кадров.

Таким образом, формирование новой парадигмы в большинстве случаев начинается с ее внешнего уровня. Это связано с тем, что, по мнению большинства авторов [1, 4, 7, 9, 18], трансформация организационных ценностей (как и личностных) представляет собой более сложный и глубинный процесс. Он имеет смысложизненное значение и осуществляется на основе системы личностных свойств и общесоциальных условий [18]. Согласно исследованиям Н.А. Журавлёвой, один из основных механизмов формирования ценностей состоит в следующем: социальная ценность вначале присутствует в сознании человека только как известная и лишь впоследствии приобретает реальный личностный смысл и побудительную силу [7, с. 55].

4-й этап: закрепление новой ПУ («нормальный этап функционирования»). На данном этапе новая ПУ и признается, и принимается менеджментом. Начинается ее активная поддержка и трансляция внутри организации. Это этап формирования преданности новой парадигме [1, с. 199]. Она начинает в полном объеме выполнять в организации свои основные функции (внутренняя интеграция и внешняя дифференциация). В терминологии Л.Н. Аксёновской можно говорить о ее «полном вызревании» [6, с. 41].

В период существования единой парадигмы происходит гармоничное развитие всех организационных процессов, а деятельность менеджеров сосредоточена на расширении области ее применения, увеличении ее точности и структурированности.

Таким образом, можно говорить о циклическом характере этапов развития ПУ, которое осуществляется на качественно своеобразных основаниях. Это процесс диалектического перехода осознанного в бессознательное, пассивного отношения в активное, а также смена фаз ценностного принятия и отторжения.

Как показывает наблюдение и анализ феноменов организационной жизни, помимо обозначенных этапов трансформации ПУ, которые характеризуют естественное течение парадигмальных процессов, существует также иной вариант развития ситуации – целенаправленный, формируемый переход на новую парадигму. В его основе лежат результаты оценки и анализа организационной ситуации, проводимых менеджментом предприятия. Вследствие чего имеет место осознанное конструирование определенного типа парадигмы, который позволяет наиболее эффективно достигать поставленных целей и обеспечивать предотвращение или быстрый выход из возможных кризисных состояний.

Выводы

1. В результате анализа литературных источников, изучения феноменов организационной жизни установлено, что социально-психологические условия, характеризующие организацию, представляют собой единое ценностно-целевое образование – парадигму управления.

2. Парадигма управления является сложноорганизованной системой, которая состоит из

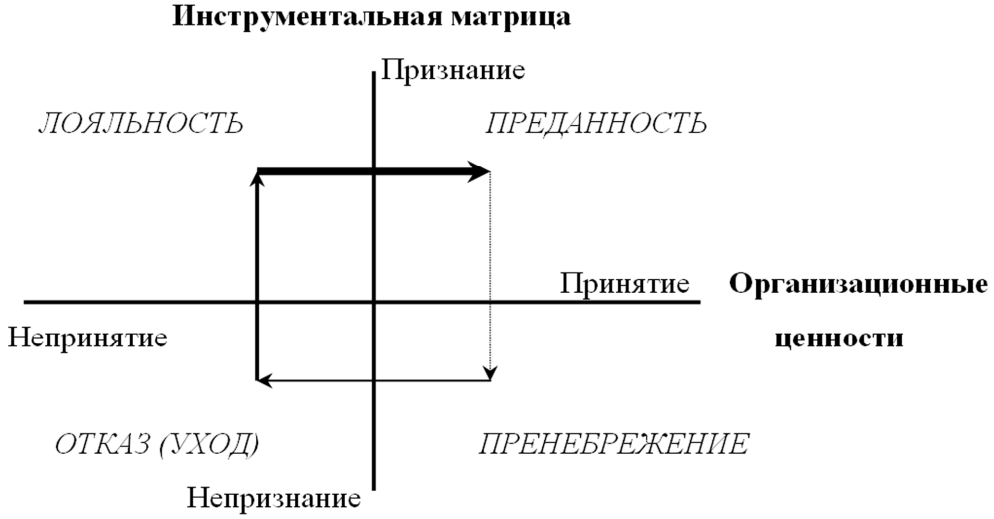

Рисунок 2. Этапы развития парадигмы управления

внутреннего (ценностного) и внешнего (инструментального) уровней. Они обеспечивают выполнение ключевых парадигмальных функций – внутренней интеграции и внешней дифференциации.

3. Развитие парадигмы управления включает в себя четыре основных этапа – кризис, революция, зарождение новой парадигмы, закрепление новой парадигмы. Данный процесс характеризуется диалектическим переходом осознанного в бессознательное, пассивного отношения в активное, а также чередованием фаз ценностного принятия и отторжения.

4. Качественное своеобразие входящих в парадигму управления элементов и их взаимосвязей образует четыре типологических комплекса (бюрократический, клановый, новаторский и деловой), которые отражают специфику социально-психологических условий на конкретном предприятии.

5. На основе выявленных характеристик и закономерностей развития парадигмы управления менеджмент может целенаправленно (а не стихийно) и комплексно формировать на предприятии необходимый тип парадигмы, наиболее адекватный внешним и внутренним условиям существования конкретной организации и обеспечивающий оптимальное достижение поставленных целей.

Список литературы

1. Захарова Л.Н. Психологические стереотипы в управлении как барьеры социально-экономического развития России // Проблемы теории и практики управления. 2008. № 2. С. 90–96.

2. Идея системности в современной психологии/ Под ред. В.А. Барабанщикова. М.: Издательство Института психологии РАН, 2005. 345 с.

3. Дафт Р. Теория организации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. 736 с.

4. Кун Т. Структура научных революций. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. 605 с.

5. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М.: Наука, 1999. 350 с.

6. Аксёновская Л.Н. Ордерная модель организационной культуры. М.: Академический проспект; Трикста, 2007. 303 с.

7. Журавлёва Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. М.: Издательство Института психологии РАН, 2006. 335 с.

8. Захарова Л.Н. Парадигма управления как организационное основание работы психолога на предприятии// Materially IV mezinarodni prakticka conference «Evropska veda XXI stoleti – 2008». 16–31 kvetna 2008. Praha: Publishing House «Education and Science». Dil 9. P. 30–33.

9. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании// Психологическое обозрение. 1998. № 1. С. 47–51.

10. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. 320 с.

11. Егоршин А.П. Управление персоналом. Н. Новгород: НИМБ, 2007. 1100 с.

12. Ньюстром Дж., Дэвис К. Организационное поведение. Поведение человека на рабочем месте. СПб.: Питер, 2000. 448 с.

13. Кабаченко Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами. СПб.: Питер, 2003. 400 с.

14. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2007. 336 с.

15. Захарова Л.Н. Психология управления. Н. Новгород: Издательство Гладкова О.В., 2004. 271 с.

16. Захарова Л.Н., Колосова В.В. Стереотипы в принятии решений молодыми менеджерами-производственниками // Проблемы практики и теории управления. 2002. № 2. С. 107–112.

17. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 370 с.

18. Асмолов А.Г. Психология личности: культурно-историческое понимание развития человека. М.: Смысл, 2007. 528 с.

MANAGEMENT PARADIGM AS A SYSTEMIC SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTIC OF AN ORGANIZATION

E.V. Korobeynikova

The article presents a comprehensive analysis of the phenomenon «management paradigm» as an integral value- and purpose-related entity characterizing an organization at social and psychological level. The main components of the paradigm of management are considered: external (instrumental), and internal (value-based). The author also considers qualitative singularity of these components and their interdependence that form typological complexes (bureaucratic, related to clans, innovative and business) reflecting specific character of social and psychological conditions at a concrete enterprise. The fundamental stages of paradigm development are defined: crisis, revolution, origination, and establishment of the new paradigm. The results obtained in the course of investigation allow the management to form at the enterprise, in a purposeful and complex way, the necessary type of paradigm that is most adequate to external and internal conditions of enterprise's existence and that can provide optimal achievement of the stated objectives.