

СТРУКТУРА І СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ОФІЦЕРА

УДК 37.026:355.233

О. Л. Ходань

У всі культурологічні епохи розвитку особистості офіцера надавалося велике значення, до його етичних якостей завжди ставились особливі вимоги. Проте в умовах становлення в Україні громадянського суспільства і цивільного контролю за Збройними Силами ще остаточно не визначений суспільно схвалений етичний еталон сучасного офіцера.

За своєю природою офіцерський корпус – щось більше, ніж просто інструмент держави. Функціональні вимоги щодо забезпечення безпеки держави породжують складну професійну структуру, яка об'єднує офіцерський корпус в самостійну організацію. До цієї організації можуть потрапити тільки ті, хто має необхідну освіту і підготовку, а також володіє мінімальним рівнем професійної компетентності. Тому проблема визначення структури корпоративної культури офіцера, єдиного стандарту її формування у вищому військовому навчальному закладі набуває нині актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє дійти висновку, що теоретичні та методологічні основи оптимального наукового розв'язання проблеми обґрунтування педагогічних умов формування корпоративної культури у майбутніх офіцерів містяться в літературі з розвитку вітчизняної та зарубіжної психолого-педагогічної науки і практики, зокрема, творчого доробку видатних українських педагогів XIX–XX ст., у працях військових педагогів і психологів.

Необхідність формування засобами навчально-освітньої діяльності професійно-етичної культури особистості через вплив на світогляд, його ціннісні виміри, стиль мислення, культуру спілкування тощо підтримують і зарубіжні дослідники, серед яких зазначимо М. Арісава, Р. Вільямса, Д. Х. Джонассена, Р. Джонстона, Г. М. Клеймана, К. Макліна, Д. Мічі, В. Оконя, С. Хантінгтона та ін.

Педагогічні умови вдосконалення професійної підготовки майбутніх офіцерів у військовому виші досліджували М. В. Жиленко, Л. Є. Мерзляк, В. Г. Моїсеєв, М. І. Нещадим, В. Ф. Перевалов, Л. М. Романишина, В. В. Ягупов; культурологічну підготовку курсантів (слухачів) – В. С. Маслов; етику управлінської діяльності військового керівника – М. М. Тарнавський; естетичне виховання курсантів – Ю. М. Семенов; формування інформаційної культури особистості майбутнього офіцера – Г. В. Вишинська; розвиток культури учіння майбутнього офіцера – Ю. Г. Юрчук та ін.

Невирішеними частинами загальної проблеми є недостатньо науково обґрунтовані професійно значущі етичні вимоги до офіцера, відсутність універсальної та цілісної професійно-етичної моделі особистості офіцера, неповне визначення сутності і структури корпоративної культури офіцера як складової його професійної культури.

Мета статті полягає в тому, щоб на основі історичних, філософських, педагогічних досліджень визначити структуру і сутність корпоративної культури офіцера.

“Винахід” словосполучення “корпоративна культура” приписують відомому німецькому фельдмаршалові, військовому теоретикові XIX ст. Х. Д. Мольтке, який позначив ним особливості відносин у середовищі німецького офіцерства, що регулювались не стільки військовим статутом, скільки поняттями честі офіцера, військового братерства, що розглядалося ним як знакова відмінність щодо відносин в інших соціальних групах. У ті часи відносини між офіцерами регулювались не тільки статутами і судами честі, але й дуелями, тому шабельний шрам майже завжди був знаком належності до офіцерства [1].

Правила поведінки, як писані, так і неписані, склалися усередині професійних співтовариств ще в середньовічних гільдіях, причому порушення цих правил могли призводити до виключення їх членів із колективів. Професійні й інші співтовариства вже тоді часто мали зовнішні атрибути. Зазвичай вони були пов’язані з кроєм і кольором одягу, аксесуарами, таємними

символами належності, поведінковими знаками, за якими члени співтовариств могли відрізнити “своїх” від “чужих”. До теперішнього дня цих корпоративних символів й елементів дотримуються у військовому середовищі для ідентифікації певної корпорації військових.

В арміях провідних країн світу чітко визначено корпоративний характер офіцерської професії. Наприклад, С. Хантінгтон у праці “Солдат і держава”, у главі 1 “Офіцерська служба як професія” [2], щодо тлумачення поняття “корпоративність” визначає таке:

1. Офіцерство – це державна бюрократична професійна корпорація. Корпоративна структура офіцерського корпусу включає не тільки офіційну бюрократію, але також громади, асоціації, школи, журнали, звичаї і традиції. Професійне середовище офіцера прагне до майже повного поглинання його життєвої активності. Як правило, офіцер живе і працює окремо від решти суспільства; у нього, ймовірно, менше безпосередніх і суспільних контактів, не пов’язаних з професією, ніж у більшості інших професіоналів. Розмежування між ним і непрофесіоналом, або цивільною людиною, офіційно позначено військовою формою і відзнаками, кодексом поведінки.

2. Офіцерський корпус – це і бюрократична професійна корпорація, і бюрократична організація. У середині професійної корпорації рівні професійної компетентності розмежовані ієрархією військових звань; у рамках організації обов’язки розрізняються за посадовим статусом. Військове звання є особистою характеристикою, що відображає професійні досягнення, які виявлені в досвіді, старшинстві, освіті, здібностях тощо.

3. Солдати і сержанти, що підпорядковуються офіцерському корпусу, є частиною організаційної, але не професійної бюрократії. Вони не володіють значними інтелектуальними знаннями, ні відчуттям професійної відповідальності офіцера. Вони – фахівці із застосування насильства, але не з управління ним. Їх родом занять є ремесло, а не професія – ця фундаментальна відмінність між офіцерами та рядовим і сержантським складом знаходить свій вираз у чіткій розділовій лінії, яка існує між тими й іншими в усіх арміях світу. Якби цього поділу

не було, то тоді стало б можливим існування єдиної військової ієрархії від рядового до офіцера найвищого рангу. Але різний характер двох родів занять робить організаційну ієрархію дискретною. Звання військовослужбовців рядового і сержантського складу не входять до складу професійної ієрархії. Вони відображають відмінності у вправності, здібностях і посадовому стані в рамках солдатського ремесла, і переміщення вгору й униз по цих званнях здійснюється простіше, ніж в офіцерському корпусі. Проте наявні відмінності між офіцером і рядовим виключають перехід з одного рівня на інший. Окремим представникам рядового і сержантського складу іноді все ж таки вдається дослужитися до офіцерського звання, проте це швидше виключення, ніж правило. Освіта і підготовка, які потрібні для того, щоб стати офіцером, за нормальних умов несумісні з тривалою службою рядового або сержанта.

Культура є продуктом поведінки і діяльності суспільства та одночасно і процесом, і результатом. Л. Уайт у XX столітті ввів поняття “культурологія” і запропонував трикомпонентну структуру культури як системи:

- технологічна (матеріальний вираз);
- соціальна (усі типи взаємин між людьми);
- ідеологічна (ідеї, погляди тощо) [3].

Формування корпоративної культури, як правило, йде від керівництва організації. Тому важливо, щоб її керівник, якщо він зацікавлений сформувати корпоративну культуру, сформулював для себе основні цінності своєї корпорації або свого підрозділу.

На нашу думку, формування корпоративної культури в будь-якій організації, зокрема й у військовій, можна поділити на такі етапи:

1. Визначення місії організації та її базових цінностей.
2. Формулювання стандартів поведінки членів організації.
3. Формування традицій організації.
4. Розробка й удосконалення символіки.

Високий рівень корпоративної культури є важливим стратегічним чинником, що мобілізує всі структурні ланки організації та її окремих членів на

досягнення поставлених цілей у рамках задекларованої місії. Ми вважаємо, що найбільш значущими характеристиками корпоративної культури є такі: усвідомлення працівником (військовослужбовцем) свого місця в соціальному інституті (субординація), організації, групі, підрозділі; тип спільної діяльності; прийняття норм поведінки; провідний тип управління; установлена культура спілкування; система комунікацій; діловий етикет; традиції, звичаї, ритуали організації; особливості трактування і передачі повноважень та відповідальності; трудова (службова) етика.

Визначаючи структуру корпоративної культури членів організації, А. О. Блінов і О. В. Васильовська бачать сукупність найбільш важливих для організації припущень її членів, які отримують зовнішній вираз у цінностях, що заявляються організацією. З аналогічним трактуванням організаційної культури ми зустрічаємося у О. С. Віханського та А. І. Наумова. Т. О. Соломанідіна визначає організаційну культуру як соціально-духовне поле компанії. А. В. Карпов зі своїми колегами пов'язує організаційну культуру з сукупністю норм, правил, звичаїв і традицій, які підтримують суб'єкти організаційної влади і задають їх для співробітників організації [4].

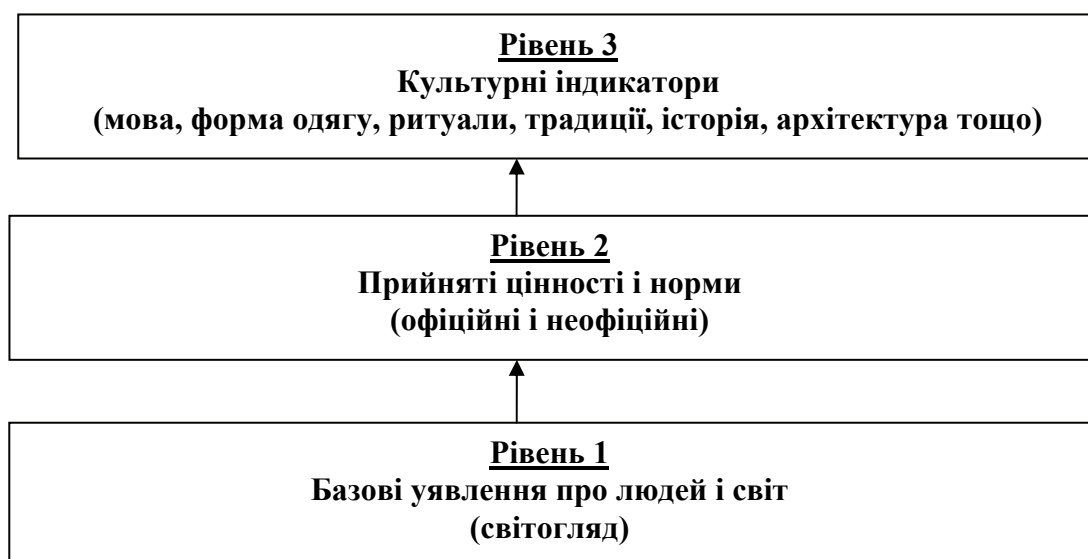
Від сучасного персоналу, зокрема й у військовій сфері, потрібна націленість на ініціативу, постійну самоосвіту, креативність. І кожна з форм корпоративної культури робить у виконання цього завдання свій внесок. Естетична образність як характеристика фірмової естетичної мови сприяє розкриттю і розвитку творчого потенціалу суб'єктів корпоративного простору, оскільки в естетичному переживанні людина реалізується в усій цілісності своєї особистості, коли знімається вузький утилітаризм і людина піднімається на рівень творчого її рішення. Естетичний досвід дозволяє людині розширити горизонти бачення, набути здатність тонкого розрізнення, створити норми оцінки, які знайдуть застосування і в інших видах досвіду. Евристична функція корпоративної естетики і служить завданню формування творчої атмосфери в організації, сприяючи креативній поведінці її співробітників, що вимагає від учасників постійного новаторства, нестандартних ходів, творчих рішень [1].

На основі вищезначених досліджень, використовуючи моделі корпоративної культури Е. Шейна (1986 р.) [5; 6, с. 330–331] та моделі корпоративної культури Ф. Харріса і Р. Морана [7, с. 9–10], ми складемо модель корпоративної культури офіцера (див. рисунок). Така модель поділена на рівні.

На 1-му рівні формують базові уявлення офіцера про людей і світ: про навколишнє середовище військової організації; про істину й ідеали всередині військової організації; про природу людей: внутрішнє уявлення про загальні людські характеристики; про природу людських вчинків, зокрема уявлення про активність і службову діяльність; про природу міжособистісних відносин.

Ми вважаємо, що ці в своїй більшості неусвідомлювані і не заплановані базові передумови не є ізольованими один від одного, а складають разом образ. Для розуміння культури організації потрібно спочатку зрозуміти її світогляд.

Світогляд військової організації знаходить своє віддзеркалення в конкретних цінностях і стандартах поведінки (2-й рівень). Це є непередбачені статутами, кодексами напрями поведінки, заборони тощо, які офіцери поділяють більшою чи меншою мірою. Військова організація намагається зафіксувати ці зразки і формує так звану філософію організації (статути Збройних Сил України, “Кодекси честі офіцера”, положення про проходження служби тощо).



Модель корпоративної культури офіцера

На нашу думку, базові передумови і стандарти поведінки дають поштовх до розвитку пріоритетів організації (що є своїм (чужим) тощо).

Зазначимо, що ці більш-менш неусвідомлені й невидимі передумови і стандарти виявляються на 3-му рівні – рівні символів і знаків. На цьому рівні невидимі цінності стають цілком видимими, такими, що відчуються, інтерпретуються за допомогою символів, традицій, ритуалів, звичаїв, обрядів тощо. За допомогою елементів 3-го рівня організаційна культура передається новим членам. Символи і знаки складають видиму частину організаційної культури, але розглядаються не самі по собі, а разом з 1-м і 2-м рівнями.

Елементи 3-го рівня це міфи, історії, легенди про засновників організації, про важливі події. Інший елемент – це свята і ритуали, а також вітання та прийом відвідувачів, архітектурне вирішення будівель і оформлення території та приміщень, форма одягу, мова тощо.

На нашу думку, рівні корпоративної культури офіцера виявляються в сприйнятті ним певних цінностей та уявлень:

1. Усвідомлення себе і свого місця в організації (одні цінують приховання своїх внутрішніх настроїв, інші – навпаки, виявляють їх; в одних випадках незалежність і творчість виявляється через співпрацю, а в інших – через індивідуалізм).

2. Комунікаційна система і мова спілкування (використання усної, письмової, невербальної комунікації, “телефонного права” і відвертості комунікації різняться від групи до групи, від організації до організації; жаргон, аббревіатури, жестикуляції варіюються залежно від галузевої, функціональної і територіальної належності організацій).

3. Зовнішній вигляд, одяг і уявлення себе на службі (різноманітність уніформ і спецодягу, ділових стилів тощо підтверджують наявність різноманіття мікрокультур).

4. Харчування, звички, традиції в цій галузі (організація харчування військовослужбовців, включаючи наявність і відсутність на підприємстві спеціально відведених для цього місць; люди приносять з собою їжу або

відвідують їдальню усередині або поза організацією; дотація на харчування; періодичність і тривалість; харчуються військовослужбовці різних рівнів разом або окремо і т. д.).

5. Усвідомлення часу, ставлення до нього і його використання (ступінь точності та відносності часу у військовослужбовців; дотримання розпорядку і заохочення за це; монохронічне або поліхронічне використання часу).

6. Взаємини між людьми (за віком і статтю, статусом і владою, мудрістю та інтелектом, досвідом і знанням, рангом і протоколом, релігією та мораллю тощо; ступінь формалізації відносин, отримуваної підтримки, шляху вирішення конфліктів).

7. Цінності (як набір критеріїв оцінки того, що є допустимим, а що ні) і норми (як набір припущень і очікувань відносно певного типу поведінки) – що люди цінують у своєму організаційному житті (своє положення, титули або саму роботу тощо) і як ці цінності зберігаються.

8. Віра в щось і ставлення або прихильність до чогось (віра в керівництво, успіх, свої сили, взаємодопомогу, етичну поведінку, справедливість тощо; ставлення до колег, клієнтів і конкурентів, до зла і насильства, агресії тощо; вплив релігії і моралі).

9. Процес розвитку офіцера і навчання (бездумне або усвідомлене виконання роботи; ставка на інтелект або силу; процедури інформування офіцерів; визнання примату логіки в міркуваннях і діях або відмова від нього; абстракція і концептуалізація в мисленні або заучування; підходи до пояснення причин тощо).

10. Службова етика і мотивування (ставлення до роботи; поділ функціональності та взаємне заміщення; чистота робочого місця; якість роботи; звички в роботі; оцінка роботи і винагорода; відносини “людина – машина”; індивідуальна або групова робота; просування по службі тощо).

Нині намітився процес виникнення загальної, зручної та відповідної з людської точки зору культури, яка прийнятна для корпоративної культури офіцера, що включає, на думку М. Лепицького, такі компоненти [8]: виконання своїх

обов'язків на високому рівні компетенції; ініціативність і здібність до ризику; пристосованість до змін; здатність ухвалювати рішення; уміння працювати в команді; відвертість у розпорядженні інформацією про поточні або актуальні проблеми; довіра до людей; уміння поважати інших (колег, підлеглих), а також самого себе; уміння відповідати за свої вчинки і приймати на себе відповідальність; необхідна відповідність винагороди результатам діяльності.

Можна відмітити, що в списку виділяється дві групи цінностей. Перші п'ять являють собою цінності, особливо важливі для службової орієнтації, власне службової діяльності і способів її виконання. Останні ж п'ять – є загальнолюдськими чеснотами, простими і зрозумілими, необхідними для життя і плідної роботи у великому, складно організованому суспільстві. Хоча розробка цінностей не породжує корпоративної культури, знаходження вірних принципів веде до успіху. Як правило, основні цінності та принципи роботи (або управління) організації закріплені в її філософії. Філософія організації – це офіційно закріплені принципи її діяльності, яких повинні дотримуватися всі її члени.

Отже, організаційна культура – це набір найбільш важливих передумов, прийнятих членами організації (корпорації), що виражені в цінностях, які декларуються організацією і служать людям орієнтиром для діяльності. Такі цінності орієнтації передаються індивідом через “символічні” засоби духовного і внутрішньоорганізаційного оточення.

Професійна культура офіцера – це частина загальнолюдської культури, у якій з найбільшою повнотою відобразилися духовні й матеріальні цінності освіти, виховання та діяльності офіцерів, а також збережені способи творчої діяльності, необхідні для історичного процесу зміни поколінь, соціалізації особистості військовослужбовця, здійснення навчально-виховних завдань у процесі педагогічного спілкування у військовому середовищі.

Ми визначили, що корпоративна культура офіцера – це система професійно-етичних цінностей і якостей, що регулюють соціальні відносини в професійній взаємодії. Вона має складну структуру і включає низку компонентів (аксіологічний (ціннісний), технологічний, творчий, особистісний тощо). До кожного з них

визначені сфери й аспекти вдосконалення, розроблені конкретні педагогічні умови їх формування. Системне уявлення про корпоративну культуру офіцера відображає побудована нами структурна модель.

На нашу думку, перспективними напрямками досліджень можуть бути подальше уточнення складових та особливостей корпоративної культури офіцерів з урахуванням специфіки їх служби і діяльності в різноманітних видах і родах військ та інших “силових структур”; обґрунтування оновлення змісту програм навчальних дисциплін гуманітарного блоку в системі неперервної професійної освіти офіцерів, зокрема їх культурологічної підготовки; реалізація принципу освіти впродовж усієї служби офіцера через упровадження інноваційних культурно-освітніх технологій у підготовці військових кадрів нової генерації тощо.

Список використаної літератури

1. Гриднева, Е. А. Корпоративный порядок современных компаний: система корпоративной культуры : материалы IV Всероссийской научно-практической конференции) (Коммуникативистика : прикладные аспекты социально-гуманитарного знания [Электронный ресурс] / Е. А. Гриднева. – Нижний Новгород, 2008. – С. 34–40. – Режим доступа к журн. : <http://www.hr-portal.ru/>.

2. The Soldier And The State: The Theory And Politics Of Civil-Military Relations By Samuel P. Huntington. – Cambridge, Mass. : The Belknap Press of Harvard University Press, 1957. – P. 7–18.

3. Рудинская, Е. В. Корпоративный менеджмент : учебное пособие / Е. В. Рудинская, С. А. Яромиш. – К. : КНТ, Эльга-Н. – 2008. – 416 с.

4. Грошев, И. В. Определение понятий, составленных с использованием материалов книг “Организационная культура” / И. В. Грошев, П. В. Емельянов, В. М. Юрьев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 288 с. и Максименко А. А. Организационная культура : системно-психологические описания : учеб. пособие / Максименко А. А. – Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2003. – 168 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа к журн. : <http://www.hr-portal.ru/pages/okk/ook.php>.

5. Виханский, О. С. Менеджмент : человек, стратегия, организация, процесс : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов – 2-е изд. – М. : Фирма “Гардарика”, 1996. – 416 с.

6. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство : пер. с англ. ; под ред. В. А. Спивака. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с. : ил. – [Серия “Теория и практика менеджмента”].

7. Корпоративная культура : учебно-методическое пособие / авт.-сост. Т. А. Лапина. – Омск : Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с.

8. Лепицкий, М. Предпринимательская культура / М. Лепицкий [Электрон. дан.] – Режим доступа : <http://www.transport.ru>.