

УДК 316.61

ЗНАЧЕНИЕ ЦЕННОСТНОГО ОБМЕНА В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНДЫ

Ливак Н.С.

ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный технологический университет», Министерство образования и науки РФ, Красноярск, Россия (660049, г. Красноярск, пр. Мира, 82), e-mail: nlivak@mail.ru

В статье представлены уточненные понятия «ценность», «метаценность», «ценностный обмен», «команда», «организационная культура». Представлена теоретическая модель ценностного обмена. Ценности проявляются в поведенческих моделях, основанных на ценностных ориентациях, в которых заложена интегративная функция. Здесь преследуется цель сделать ценности чертой характера команды и организационной культуры. Разделяемые ценности тесно связывают и формируют каждый аспект командной деятельности и выступают одной из основ формирования качеств членов команды, их направленности и профессиональной компетентности. Процесс реализации ценностей происходит в виде ценностного вклада каждого члена команды в целом. Ценность командной работы составляет основу организационной культуры, которая характеризуется некоторыми особенностями, такими как: построение лидерства, ведение переговоров, разрешение конфликтов, командные коммуникации и др. При формировании командных ценностей эти особенности составляют ядро командной деятельности и характеризуются многонаправленным действием.

Ключевые слова: ценность, метаценность, ценностный обмен, межличностное взаимодействие, команда, организационная культура.

VALUE OF THE VALUABLE EXCHANGE IN THE COURSE OF TEAM FORMATION

Livak N.S.

Federal State Budget Educational Institution of the Higher Professional Education, Siberian State Technological University, the Russian Federation Ministry of Education and Science, Krasnoyarsk, Russia (660049 Krasnoyarsk, Mira Av., 82), e-mail: nlivak@mail.ru

The specified concepts "value", "metavalue", "valuable exchange", "team", "organizational culture" are presented in article. The theoretical model of a valuable exchange is presented. Values are shown in the behavioural models based on valuable orientations in which integrative function is put. Here the aim to make values a trait of character of team and organizational culture is pursued. Divided values closely connect and form each aspect of team activity and act as one of bases of formation of qualities of members of team, their orientation and professional competence. Process of realization of values happens in the form of a valuable contribution of each member of team as a whole. The value of team work makes a basis of organizational culture which is characterized by some features, such as: creation of leadership, negotiating, resolution of conflicts, team communications, etc. When forming command values these features are the center of team activity and are characterized by polydirectional action.

Key words: value, metavalue, valuable exchange, interpersonal interaction, team, organizational culture.

В современное время команда как основной носитель энергетики организации, ее ценностей и организационной культуры приобретает особое значение благодаря ценностному обмену. Прежде чем перейти к определению ценностного обмена в команде, который оказывает значительное влияние на ее формирование и развитие, необходимо определить понятие «ценностей».

Под ценностями понимаются «специфические социальные определения объектов окружающего мира, выявляющие их положительное или отрицательное значение для человека и общества» [6]. Ценности выступают как формы общественного сознания, которые не только описывают явления, но и дают им оценку, одобряют или осуждают их, требуют их

осуществления или устранения и в силу этого являются нормативными по своему характеру. Ценности, по мнению В.П. Конаныхина, выступают как «особые продукты духовной деятельности человека, содержащие синтез благородных мыслей и чувств, олицетворяемый образцами истинного, доброго и прекрасного» [2].

По мнению В.А. Сластенина и Г.И. Чижаковой, «ценности – вещественно предметные свойства явлений, психологические характеристики человека, явления общественной жизни, обозначающие положительные и отрицательные значения для человека или общества» [5].

Большинство исследователей сходятся во мнении, что ценности выражают субъективное отношение человека к социальной действительности, определяют содержательную сторону его направленности, составляют основу отношения к другим людям, самому себе, оказывают существенное влияние на все стороны деятельности субъекта, определяют восприятие социальной ситуации.

Выделенные нами определения подводят нас к раскрытию модели ценностного обмена в команде. Понятие «обмен» часто встречается в публикациях как философов, социологов, так и психологов. По мнению Р.Л. Кричевского и А.В. Маржине [3], именно ценностный обмен лежит в основе механизма межличностного взаимодействия в системе «субъект управления – объект управления».

Учёные, исследующие взаимодействие людей в первичном коллективе, обнаружили, что именно ценности выступают одной из основ формирования качеств сотрудников, их направленности, умений, навыков и опыта. Процесс реализации ценностей происходит в виде ценностного вклада каждого индивида или коллектива в целом. Суть ценностного обмена, в трактовке Р.Л. Кричевского и А.В. Маржине, состоит в «осуществлении участниками межличностного взаимодействия обоюдных ценностных вкладов относительно друг друга, следствием которого является обоюдное удовлетворение определенных социальных потребностей взаимодействующих субъектов путем предоставления каждым из них соответствующих ценностей другому» [3]. По сути своей обмен в процессе взаимодействия можно представить как особую «клеточку», которая трансформирует в себе идеи, чувства, переживания, размышления, действия, результаты и способы деятельности людей.

В процессе коммуникативного обмена происходит приобщение к своим ценностям другого, что, по мнению М.С. Кагана [1], допускает известную асимметрию. «Неравновесие» партнеров лежит в основе диадного общения согласно их различию в социальном положении, объеме знаний, опыте. При таком рассмотрении влияние менеджера в коллективе ещё более возрастает, так как он не только управляет, но и передаёт окружающим своё отношение к миру и с миром, к себе и с собой, т.е. идет процесс

приобщения сотрудников к своим ценностям. Одновременно с этим в коллективе происходит приобщение к ценностям другой личности. Особенность этого процесса обусловлена прежде всего направленностью инициатора общения и зависит от уникальности каждой личности.

Р.Л. Кричевский и А.В. Маржине предполагают, что менеджер как бы «получает ряд психологически важных ценностей в виде удовлетворенности подчиненных различными аспектами членства в коллективе, а также некоторых последствий удовлетворенности типа признания его подчиненными в качестве значимого другого (наделение психологическим авторитетом, лидерским статусом), повышения мотивации членов группы, их готовности выполнить групповые задания. То есть все то, что психологически необходимо руководителю для эффективного управления социальной группой и в конечном счете для роста ее продуктивности (результативности, производительности)» [3]. Следовательно, процесс обмена ценностями в системе происходит между субъектом и объектом в результате действия прямых и обратных связей.

В психологии существуют два уровня ценностного обмена: диадный и групповой. В первом случае это происходит когда группа ещё не сложилась как единое целое и идет диадный обмен ценностями. Во втором же случае, когда группа выступает как система, в ней уже сформирована сложная сеть взаимосвязей и идет групповой взаимообмен ценностями.

Всё вышеизложенное положено в основу создания модели взаимодействия менеджера с коллективом. Схематически модель ценностного обмена, как считают Р.Л. Кричевский и А.В. Маржине [3], принимает следующий вид (рис. 1):

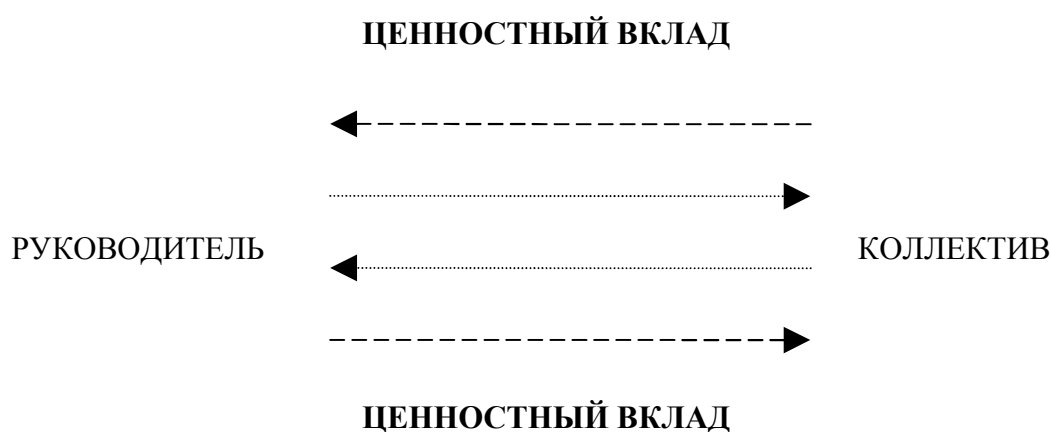


Рисунок 1 – Ценностный обмен в межличностном взаимодействии.

Данный процесс взаимообмена ценностями в коллективе даёт нам возможность глубже понять взаимодействие, воздействие и взаимовлияние субъектов. Ибо «ценностный

обмен в феномене руководства инициируется как активностью самого руководителя, так и встречным потоком активности членов возглавляемого им коллектива. Подобное понимание механизма взаимодействия руководителя с коллективом позволяет трактовать феномен руководства не как однонаправленное влияние руководителя на подчиненных, но как процесс взаимовлияния руководителя и коллектива» [3]. Следовательно, процесс ценностного взаимообмена будет зависеть не только от менеджера, но и от каждого члена коллектива, команды.

Разделяемые ценности действительно тесно связывают и формируют каждый аспект командной деятельности и оказывают влияние на принятие решений командой. Они отражают как поддерживаемые, так и истинные ценности, то есть те ценности, которые поддерживаются на словах, и те ценности, с которыми считаются. Несмотря на то что ценность командной работы может оставаться невысказанной, она может составлять основу организационной культуры, которая характеризуется особенностями: построение лидерства, ведение переговоров, разрешение конфликтов, коммуникации и др. При формировании командных ценностей эти особенности составляют ядро командной деятельности и характеризуются многонаправленным действием.

Структура команды отражает командные ценности при условии, когда они характеризуются простотой, высокой степенью взаимодействия и соответствуют принципам построения организации. Используя модель процесса принятия решений в командной деятельности, мы можем на основе разделяемых ценностей формировать организационную культуру, добиваясь консенсуса в отношении перспективных направлений развития команды.

Опыт исследовательской работы подсказывает, что определение разделяемых ценностей в самом начале процесса изменений коренным образом предопределяет следующие этапы развития команды и отражает ее жизненный цикл. По завершении процесса установления разделяемых ценностей крайне важно найти способы интегрировать основанные на ценностях поведенческие модели в организационную культуру.

Понятие «организационная культура» в литературе стало популярным с начала 80-х гг. XX века, и до сегодняшнего момента не существует единого определения. Исследователи, работающие над этой проблемой, единогласно сходятся во мнении, что это нечто целостное, исторически определенное, созданное обществом. Это то, чем обладает любая организация, или, с другой точки зрения, то, что она собой представляет.

Процесс формирования организационной культуры интересен в первую очередь возможностью регулирования поведенческих установок персонала на основании тех ценностей, которые разделяются в организации.

Исследованиями в области организационной культуры занимались такие ученые, как Э. Браун, К. Голд, Э. Джакус, П. Добсон, Д. Дреннан, Н.О'Доннел-Тружиллио, К. Дэвис, Д. Ньюстром, А. Кромби, Г. Морган, М. Пакановский, А. Петтигрю, В. Сате, А. Уильямс, М. Уолтерс, Р. Харисон, Ч. Хэнди, Х. Шварц, Э. Шейн, К. Шольц, Д. Эддридж, Ю.Т. Базаров, О.С. Виханский, Л.Г. Ионин, Р.Л. Кричевский, Б. Малиновский, А.И. Наумов, В.А. Спивак и др.

Р.Л. Кричевский в своей книге «Если вы руководитель...» дает следующее определение: «Организационная культура - специфическая, характерная для данной организации система связей, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках конкретной предпринимательской деятельности, способа постановки и ведения дела» [3]. Интерес вызывают исследования Н.Т. Селезневой, рассматривающей психологическую культуру руководителя при смене профессиональных позиций [4]. Психологическая культура обуславливает ценностно-смысловую и технологическую модель успешного овладения ответственными позициями субъекта профессиональной деятельности.

Согласно акмеологическому подходу, культура понимается как совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человечеством. Отмечается также, что культура охватывает признаваемые той или иной группой ценности, и оценка личностью своего поведения с точки зрения этих ценностей представляет собой важнейшее средство удовлетворения потребностей человека. Общественное значение культуры состоит в ее прогностических возможностях, которые играют роль «моделей потребности будущего».

Большинство авторов сходится на том, что культура организации представляет собой сложную композицию важных предположений (часто не поддающихся формулированию), бездоказательно принимаемых и разделяемых членами группы или организации. Часто организационная культура трактуется как принимаемые большей частью организации философия и идеология управления, предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами.

Исследователи выделяют на сегодняшний момент три основных теоретических подхода к изучению организационной культуры: 1) целостный или системный (представляет организационную культуру как набор системных элементов (подсистем), находящихся в определенной взаимосвязи); 2) символический (видит организационную культуру с позиций внешних и внутренних атрибутов, символов, лозунгов и т.п.); 3) когнитивный (рассматривает организационную культуру как проявление определенных знаний, как свод правил и нормативов поведения и др.). При исследовании ценностного аспекта командной деятельности интегрируются все три подхода.

В команде, в отличие от любой организации, внутренние связи являются самыми сильными, так как деятельность строится не на отношениях подчинения, а на отношениях партнерства и сотрудничества. Если перед командой стоит задача изменить организационную культуру таким образом, чтобы она поддерживала ценности, этические нормы и целостность, необходимо применять на практике те ценности, которые поддерживают процесс позитивных изменений. Несмотря на то что передаче ценностей уделяется очень большое внимание, удается достичь лишь видимости успеха, то есть ценности сохраняются по форме, постепенно изменяя свое сущностное значение и духовную направленность. Направленные на достижение этой цели усилия проваливаются по следующим причинам: происходит приспособление ценностей к определенным потребностям и обстоятельствам, из-за чего теряется их универсальность; ценности приобретают статус института, из-за чего теряется их дух; ценности становятся ритуалом, ввиду чего сам ритуал заслоняет причину его возникновения; ценности идеализируются, становятся оторванными от текущей действительности; ценности превращаются в догму, теряя свою парадоксальную, экзистенциальную, не подлежащую жесткому детерминированию основу; ценности навязываются, вызывая тем самым пассивное или активное их неприятие.

При акмеологическом рассмотрении данной проблемы наблюдается, что со временем ритуалы становятся традицией, церемонии - формальностью, ценности - нравственным ограничением. Даже в том случае, когда ценности успешно перенимаются последующими поколениями, они нередко претерпевают процесс трансформации, начиная означать не совсем то, что они предполагали изначально.

В условиях, когда облик организаций претерпевает существенные и весьма бурные изменения, те ценности, которым поклонялись, за которые боролись и которые отстаивали, могут неожиданно сойти на нет, если новые условия или смена руководства (управленческая команда) определяют спрос на кардинально противоположный взгляд и новые приоритеты. Наиболее характерные примеры, иллюстрирующие, насколько сложно сохранить жизнеспособность ценностей, – это яркие, бурные события на ценностной (идеологической) основе. Нередко ценности только декларируются, не имея к действительности никакого отношения, они не получают дальнейшего развития, им недостает логического завершения. Так, организации, которые лишь говорят об участии персонала в процессе принятия решений, но не подтверждают свои слова делом, снижают эффективность своей работы, провоцируют циничное отношение, устанавливают приоритет организационной иерархии над командной организацией труда. Ограничения, не позволяющие ценностям реализоваться в полной мере, приводят в конечном итоге к их дискредитации, а со временем – к возобновляемым попыткам все же их осуществить.

Для менеджеров весьма типично то, что они получают определенную выгоду, жертвуя важными ценностями, допускают исключения и политику двойных стандартов, что они не готовы жить в согласии со своими ценностями или следовать им до конца, позволяют отжившим ценностям подорвать успех. В связи с этим мы считаем, что нельзя поддерживать жизнеспособность ценностей и передавать их в неизменном виде, но зато их можно проживать и обеспечить адекватными коммуникациями. Те организации, которые действуют, исходя из контекста разделяемых ценностей, могут попытаться поддержать жизнеспособность ценностей посредством программ ориентации персонала, личных бесед, диалогов в группе, отступлений от принятых норм, стопроцентной обратной связи, поддержки тех, кто инициирует рассмотрение проблемы ценностей. Ценности можно реализовать с помощью использования института наставников, тренингов, профильных совещаний, процедур, облегчающих сотрудничество, достижение консенсуса; с помощью накопления организационного знания, разрешения конфликтов, регулярной переоценки ценностей, личного примера. Пока существуют возможности производить переоценку организационных ценностей на регулярной основе, вносить коррективы, проверять соответствие поведенческих моделей декларируемым ценностям, ценность обладания ценностями будет оставаться жизнеспособной.

Если существует намерение сохранить важнейшие личные и организационные ценности, необходимо разработать такие методы их реализации, которые более глубоко выражают высший приоритет ценности наличия ценностей. С нашей точки зрения, эти более высокие метаценности означают следующее:

- признание факта, что процесс рождения ценностей является важной частью их реализации, так что, если мы ценим равенство, нам необходимо интегрировать эту ценность как во все повседневные процедуры и отношения, так и в долгосрочные результаты;
- признание конфликта в области ценностей как источника возможностей для роста и изменений, стимула участвовать в диалоге и отношениях на ценностной основе;
- стремление одновременно к многообразию и единству в проявлении, выражении ценностей. Отказ от воззрений, связанных с превосходством и унижением, от понятия «единственно верного» и т.д.;
- рассмотрение процесса развития ценностей как изначально социального, выстроенного на принципах развивающегося сотрудничества;
- признание того, что ценности могут совершенствоваться в том случае, если мы думаем о них и признаем тот факт, что мы не всегда совершенны.

В совокупности эти метаценности требуют перехода от бюрократии и автократии к процессам самоуправления, командного сотрудничества, демократии, когда успешность и

эффективность самоуправления будет измеряться в соответствии с критерием проникновения ценностей в повседневную жизнь трудового коллектива. Это должно стимулировать персонал на развитие собственных взглядов и ценностей и участие в процессе определения тех ценностей, которые он готов разделять. Если это происходит, то ценность самоуправления становится самоочевидной благодаря не только тому, что говорят, но и тому, как говорят и что делают, когда налицо конфликт ценностей и собственных интересов.

Список литературы

1. Каган М.С. Мир общения: проблема межсубъектных отношений. - М. : Политиздат, 1988. - С. 298-310.
2. Конаныхин П.В. Общечеловеческий идеал: сущность, функции, специфика формирования в современных условиях. – Тверь : ТГУ, 1992. – С. 80.
3. Кричевский Р.Л. Если Вы – руководитель... элементы психологии менеджмента в повседневной работе. – М. : Дело, 1996. – 384 с.
4. Селезнева Н.Т. Психологическая культура руководителя системы образования. – М., Красноярск : Международная академия акмеологических наук, 1997. – 284 с.
5. Сластенин В.А. Введение в педагогическую аксиологию / В.А. Сластенин, Г.И. Чижакова. – М. : ИЦ «Академия», 2003. – С. 5.
6. Философский энциклопедический словарь. – М. : Сов. Энциклопедия, 1983. – С. 541 – 542.

Рецензенты:

Белокопытов Юрий Николаевич, доктор психологических наук, профессор кафедры управления персоналом ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный технологический университет» г. Красноярск.

Панасенко Галина Васильевна, доктор философских наук, профессор кафедры управления персоналом ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный технологический университет» г. Красноярск.