

12+

Б.А. КОЛОСОВ

**О культуре общества,
организации, группы,
личности. Учебное
пособие (в табл., схемах,
комментариях)**

Часть 2. «Культура
организаций (компаний)»

В. А. Колосов

**О культуре общества,
организации, группы, личности.**

**Учебное пособие (в табл.,
схемах, комментариях).**

**Часть 2. «Культура
организаций (компаний)»**

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70821157
ISBN 9785006413030*

Аннотация

В учебном пособии в наглядной и форме с позиций социокультурного подхода рассмотрены проблемы культуры групп и личности. Ориентировано на студентов, обучающихся по направлениям «Управление персоналом», «Менеджмент», «Сервис», «Туризм», руководителей и менеджеров организаций, а также на тех, кто интересуется проблемами культуры.

Содержание

Предисловие	6
Введение	7
Часть 2 Культура организаций (компаний)	10
1 Суть понятий корпоративная, организационная культура, субкультура	10
1.1 Определение организационной (корпоративной) культуры	12
1.2 Характеристики основных элементов организационной культуры	13
1.3 Взаимосвязь основных компонентов организационной культуры	15
1.4 Ценности – важнейшие компоненты любой культуры	17
1.4.1 Социальные ценности	18
1.4.2 Классификация ценностей	19
1.4.3 Квалификация ценностей – целей и ценностей – средств	21
1.4.4 Ценности личности по Рокичу	22
1.4.5 Иерархия ценностей по М. Шелеру	23
1.4.6 Ценности фирмы	24
2 Мораль и нравственность в структуре организационной (корпоративной) культуры	26
2.1 Понятия морали и нравственности	26

2.2 Функции и задачи морали	32
2.3 Структура моральных отношений в организационной культуре	35
2.3.1 Структура морали	36
2.3.2 Характеристика основных элементов структуры морали	39
2.3.3 Моральные и нравственные отношения	41
2.3.4 Нравственное и безнравственное поведение людей	44
2.3.5 Смысловые системы организационной культуры	48
2.3.6 Сферы проявления организационной культуры	49
3. Уровни проявления организационной (корпоративной) культуры	51
3.1 Концепции двухуровневого проявления организационной (корпоративной) культуры	52
3.2 Концепция трехуровневого проявления организационной (корпоративной) культуры (Э. Шейн)	53
Конец ознакомительного фрагмента.	54

**О культуре общества,
организации, группы,
личности. Учебное
пособие (в табл.,
схемах, комментариях)
Часть 2. «Культура
организаций (компаний)»**

В. А. Колосов

© В. А. Колосов, 2025

ISBN 978-5-0064-1303-0 (т. 2)

ISBN 978-5-0064-1304-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Часть 2 «Культура организаций (компаний)»

В учебном пособии, в форме наглядных для понимания таблиц, рисунков и комментариев с позиций социокультурного подхода рассмотрены проблемы культуры общества, организаций, групп и личности. Особое внимание уделено вопросам возникновения, закономерностям формирования и развития, методам оценки и поддержания культуры в организациях, группах, о влиянии ее на коммуникативные и деловые качества персонала.

Пособие, прежде всего, ориентировано на студентов, изучающих дисциплины «Организационная культура», «Культурология», «Культура деловых отношений», «Управление персоналом», «Организационное поведение», обучающихся по направлениям подготовки Управление персоналом, Менеджмент, Сервис, Туризм и др, руководителей и менеджеров организаций, а также тех, кто интересуется проблемами культуры.

Введение

Учебное пособие содержит 4 раздела, в которых рассмотрены различные аспекты *культуры общества, организаций (компаний), групп и личности* с позиций социокультурного подхода изучения культуры.

Культура любого сообщества – это философские и идеологические представления, ценности, убеждения, верования, ожидания, нормы и правила, принципы поведения и взаимоотношений людей, которые связывают их в единое целое.

Она представляет собой приобретенные смысловые системы, передаваемые посредством естественного языка и других символических средств, которые выполняют репрезентативные, директивные и эффективные функции и способны создавать культурное пространство и особое ощущение реальности для его членов.

Носителями культуры являются люди, однако в сообществах с устоявшейся культурой, она как бы отделяется от людей и становится атрибутом их организации, ее частью, оказывающей активное воздействие на членов сообщества, модифицирует их поведение в соответствии с теми ценностями, нормами и правилами, которые составляют их основу.

Культура существует всегда, во всех обществах (организациях, компаниях, корпоративных ассоциациях, группах)

функционирующих достаточно продолжительно время. Она инерционна и консервативна, и многие нововведения, вводимые руководством, не приживаются тотчас,

В обычных условиях организационная культура присутствует как естественный, незаметный и всеобъемлющий фактор, но в большинстве случаев люди осознают ее наличие, что проявляется в их чувствах общности и взаимной привязанности.

Культура – это междисциплинарное научное направление исследований, которое находится на стыке нескольких областей знаний (философия, социология, психология, культурологи, менеджмента, организационного поведения и др.) Именно много дисциплинарный интерес к проблеме культуры, её уникальной интегративной сущности создают определённые сложности в ее изучении и понимании.

Существует множество определений, структур и типологий культуры, в том числе и организационной (корпоративной) культуры, что говорит о глубоком интересе и активном познании этого сложного явления в жизни общества в целом и компаний, организаций, групп, в частности. Надо отметить, что знание и умение оказывать влияние на культуру, открывают возможности грамотно и эффективно управлять поведением персонала организацией и повышать эффективность их деятельности.

Таким образом, культура задает некоторую систему координат, которая объясняет, почему сообщества (организации,

группы) в данных условиях функционирует именно таким, а не иным образом. Кроме того культура объясняет не только глобальные морально – этические и нравственные принципы, нормы и правила поведения членов сообщества, но, и в определенной мере, позволяет понять мотивы поведения конкретного индивида как члена этого сообщества.

Современные организации (компании) рассматривают культуру как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения организации и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и обеспечить их продуктивное взаимодействие.

В настоящем пособии в форме таблиц, рисунков и комментариев к ним изложены современные основные теоретические и практические представления культуры обществ, организаций, групп и личности.

Пособие предназначено, прежде всего, для студентов, изучающих дисциплины «Организационная культура», «Культурология», «Культура деловых отношений», «Управление персоналом», «Организационное поведение», обучающихся по направлениям подготовки Управление персоналом, Менеджмент, Сервис, Туризм и др. Материалы пособия также могут быть полезны руководителям и менеджерам организаций, а также всем, кто интересуется проблемами культуры.

Часть 2 Культура организаций (компаний)

1 Суть понятий корпоративная, организационная культура, субкультура

Комментарий:

Основным отличием *корпоративной культуры* от *организационной* является ее внешне заданная система ценностей, норм и правил, нацеленных на повышение результативности организации. *Корпоративная культура* разрабатывается по заданию руководства в интересах компании. В регламентирующих документах излагаются *видение, миссия и философия компании*, а также *кодекс этики поведения* персонала.

Культура	Группа	Организационная структура
Корпоративная культура	Большая	Корпорация. Объединения людей по интересам.
Организационная культура	Средняя	Организации (компании, фирмы, предприятия и др.).
Субкультура	Малая	Подразделения и отделы корпораций, организаций.

- **Корпоративная культура** – это культурное достояние больших групп – объединений однородных организаций или людей связанных едиными интересами по профессиональной принадлежности, идеологии или хобби.

- **Организационная культура** – это культурное достояние средних групп – коллективов организаций (компаний, фирм, предприятий и т.д.).

- **Субкультура** – это культурное достояние малых групп, коллективов функциональных подразделений организаций.

Примечание:

Основные компоненты культур больших, средних и малых групп однотипны, также они наблюдаются в культуре общества, культуре групп и индивидов (в культуре личности).

1.1 Определение организационной (корпоративной) культуры

Комментарий:

В настоящее время существует более 150 определений понятия «культура».

Но наиболее чаще в определениях культура отмечается, что – это система *ценностей*, разделяемых членами общества, и *нормативных (морально – этических и нравственных) регуляторов* социальных действий, поступков, взаимодействий и взаимоотношений людей.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ (КОРПОРАТИВНАЯ) КУЛЬТУРА

это набор наиболее важных *предположений (идеализированных представлений: идеалов, идей)*, принимаемых членами организации, и *получающих выражение в заявляемых организацией ценностях (ценностях – целях и ценностях средств)*, которые задают людям ориентиры их поступкам и действиям в соответствии с принятыми ими коллективными морально – этическими и нравственными нормами, правилами и моделями поведения.

1.2 Характеристики основных элементов организационной культуры

Основные элементы организационной культуры	Характеристика основных элементов организационной культуры
1.Ценности (ценностные ориентации) персонала организации.	Ценности – это то, что персонал организации считает для себя важным, значимым в процессе производства товаров и услуг, деловых и межличностных отношениях с коллегами и руководителями, деловыми партнерами и клиентами, в личностных качествах и поведении партнеров по совместной деятельности и общению. Ценностные ориентации понимаются как избирательное отношение персонала к материальным и духовным ценностям, накопленным, апробированным на практике их предшественниками в организации. Ценности ориентируют индивида в том, какое поведение следует считать допустимым или недопустимым.
2. Базовые предположения персонала организации	Это идеализированные представления (идеалы, идеи) и ожидания, которых придерживаются члены организации в своём предположении на те или иные аспекты жизнедеятельности (совместная деятельность, общение и др.) персонала организации. Эти предположения персонала связаны с представлениями о социальной среде, окружающей их (группы, членами которой они являются; организации, где они работают; общества, в котором они живут, мира) , а также

1.3 Взаимосвязь основных компонентов организационной культуры

Взаимосвязь основных компонентов организационной культуры

Взаимосвязь основных компонентов организационной культуры имеет следующую последовательность:

П – Ц – М – Н – МП

где :П – *Предположения*. Ц- *Ценности*. М- *Мораль*.

Н – *Нравственность*. МП - *Модели поведение*.

Примечание:

1.Ценности(Ц) – это то, что важно, значимо для персонала организации:
- **ценности – цели(цц)** –мысленное представление объектов (предметов, явлений или состояний), способных удовлетворить имеющие потребности;
- **ценности–средства(цс)** - мысленные способы и пути достижения результатов.

Ценностная ориентация – определенная иерархия **ценностей (цц,цс)** по степени их важности, значимости для персонала организации

2.Предположения(Пр) – это **идеалы** и **идеи**, на базе которых формируется сфера идеологии организации, определяющая миссию, философию и стратегию организации (компании).

(Ц(цц+цс)–Пр(идеалы+идеи))–Идеология.

3.Мораль - это особая форма общественного сознания, сфера **моральных норм (мн). правил (мп) и принципов (мпр)** мотивации мысленных действий и поступков персонала организации, а также сформированная на их основе сфера **морально- нравственных(мнн) и этических норм(мэн), правил (мнп,мэп) и принципов (мнпр,мэпр)** поведения персонала организации.

4.Нравственность - это действия поступки, выполняемые с соблюдением морально -нравственных и этических норм, правил поведения.

4.Модель поведения - это определенные устойчивые параметры поведения. Это ценностно-нормативный комплекс действий и поступков человека в в различных жизненных ситуациях, регулируемый морально –нравственными и этическими нормами, правилами и принципами.

(Идеология (идеалы+идеи)-Мораль(мн+мп+мпр)-Нравственность (мнн+мнп+мнпр)+Этика (мэн+мэп+мэпр)-Модели поведения.

1.4 Ценности – важнейшие компоненты любой культуры

Комментарий:

Ценность – это то, что человек (люди) особенно ценит в жизни, что для него важно, значимо на том или ином этапе жизни, чему он придает особый положительный жизненный смысл и что имеет для него значимость в морально – нравственном, эстетическом и познавательном отношении.

Ценности, наряду с идеалами и морально – нравственными и этическими нормами и правилами поведения, являются важнейшими компонентами любой человеческой культуры.

1.4.1 Социальные ценности

Социальные ценности				
Жизненные: Добро и зло Благородство Красота Совесть Вера Надежда Истина Свобода Любовь	Универсальные: Жизнь Здоровье Семья Образование Право	Межличностные Порядочность Достоинство Честность	Общественные Законопосlušность Трудолюбие Социальное положение	Демократические: Свобода мысли Свобода слова Свобода печати Свобода СМИ Свобода вероисповедания Свобода собраний и шествий

1.4.2 Классификация ценностей

Классификация ценностей:

Витальные: жизнь, здоровье, качество жизни, природная среда и др.

Социальные: социальное положение, статус, трудолюбие, богатство, профессия, семья, терпимость, равенство полов и др.

Политические: свобода слова, гражданская свобода, законность, гражданский мир и др.

Моральные: добро, благо, любовь, дружба, долг, честь, порядочность и др.

Религиозные: Бог, божественный закон, вера, спасение и др.

Эстетические: красота, идеал, стиль, гармония.



Комментарий:

Ценность – это восприятие объектов окружающего мира как значимого для субъекта и побуждающего его стремиться к ним и добиться обладания ими. Вне ценностей жизнь человека (людей) невозможна.

Под ценностями принято называть **объекты (предметы, явления, свойства, состояния)**, имеющие положительную значимость для человека (людей).

Ценность – это не сам объект, а отношение субъекта к нему. Ценности интеллектуально осознаются и эмоционально переживаются, что находит отражение в поведении человека (людей)

1.4.3 Квалификация ценностей – целей и ценностей – средств

1.Ценности-цели	2.Ценности-средства
<i>Ценности, которые носят установочный характер(что надо получить):</i> - общечеловеческие; - экономические; - эстетические; - социальные ; - политические ; - религиозные.	<i>Ценности, которые определяют средства и пути достижения целей:</i> -общение; - независимость; - творчество; - индивидуальность; - признание ; - честность ; - новаторство; - готовность рисковать; - качество работы.

1.4.4 Ценности личности по Рокичу

Ценности личности (по Рокичу)

Терминальные (абсолютные ценности)	Инструментальные (операционные ценности)
• Комфортная жизнь • Интересная жизнь • Ощущение достижения • Мир во всем мире • стремление к красоте • Равенство • Безопасность семьи • Свобода • Счастье • Внутренняя гармония • Любовь • Уверенность в завтрашнем дне • Удовольствие • Спасение души • Самоуважение • Социальное признание • Настоящая дружба	• Амбициозность • Широта мышления • Развитие способностей. Легкий нрав • Любовь к чистоте • Мужество • Склонность к поощрению • Стремление прийти на помощь • Честность • Воображение • Независимость • Интеллект • Логичность мышления • Способность любить • Похорность • Вежливость • Ответственность • Самоконтроль

1.4.5 Иерархия ценностей по М. Шелеру

Ряды ценностей
1. <i>Низший ряд.</i> Составляют ценности приятного и полезного. Ценности чувственного восприятия (наслаждение и страдание), ценности предметов и состояний. 2. <i>Ценности чувства жизни</i>, т.е. все, что связано с благополучием (здоровье и болезнь; слабость и сила). 3. <i>Духовные ценности.</i> Прекрасное и безобразное (эстетические ценности); справедливость и несправедливость (естественный правопорядок). 4. <i>Нравственные ценности.</i> Добро и зло, совесть и вина, достоинство и честь. 5. <i>Высший ряд ценностей.</i> Ценности святости и божественности Они вечны, неделимы, независимы от других.

1.4.6 Ценности фирмы



Комментарий:

Классификация ценностей по разным основаниям диалектична, т. е. она не является жесткой и неподвижной:

- С изменением условий ценности могут переходить из одного вида, из одного ряда значимости в другие.
- С развитием общества могут возникать новые **ценности**, и наоборот, утрачивают значимость или вообще уходят в небытие прежние ценности. Все ценности для человека иерархизированы: одни имеют большее значение, другие

меньшее и отходят на второй план.

2 Мораль и нравственность в структуре организационной (корпоративной) культуры

2.1 Понятия морали и нравственности

Комментарий:

Мораль – совокупность особых, духовных норм и правил, регулирующих поведение человека, его отношение к другим людям, самому себе, а также к окружающей среде..

Основой морали являются – **совесть** (нравственное чувство, позволяющее человеку определять свои поступки и действия с точки зрения добра и зла) и **долг** (нравственное веление, готовность поступать в соответствии с собственным представлением о правильном поведении).

МОРАЛЬ

- Мораль рассматривают:
- - как особую **форму общественного сознания**,
- - как вид **общественных отношений**,
- - как действующие в обществе **нормы поведения**, регулирующие деятельность человека — нравственную деятельность.

Моральные требования и представления

Нормы поведения	Моральные качества	Нравственные принципы	Морально-психологические механизмы	Высшие моральные ценности
«не лги»; «не укради»; «не убий»; «почитай старших» и т. д.	доброжелательность; справедливость; мудрость и т. д.	коллективизм — индивидуализм; эгоизм — альтруизм и т. д.	долг; совесть	смысл жизни; свобода; счастье и т. д.





Понятие «мораль»	Понятие «нравственность»
Специфическая сфера культуры, в которой концентрируются и обобщаются <i>высокие идеалы и строгие нормы</i>, регулирующие поведение и сознание человека в различных областях общественной жизни ↓ Что должно быть, к чему человек должен стремиться (мир должного)	Принципы <i>реального практического</i> поведения людей, в котором строгость высокоморальных норм значительно смягчена, т. е. в данное понятие вкладывается более «житейское», «приземлённое» значение ↓ Реально практикуемые нормы, с которыми человек сталкивается в повседневной жизни (мир сущего)

Комментарий:

Мораль – это свод неписаных норм и правил, мысленно регулирующих поведение и общественные отношения людей, а **нравственность** – это внутренне переработанная, принятая и воплощенная на практике человеком (людьми)

общественная мораль.

Нормы и правила выработаны конкретным обществом в конкретное время, и с течением времени они могут меняться вплоть до противоположных.

Мораль – это не только предполагаемые нормы и правила поведения людей, но и ориентиры на проявления положительных качеств личности в будущем (например, доброта, честность, порядочность, ответственность, сострадание, щедрость, трудолюбие, надежность и др.). которые требуют совершать добрые действия и поступки, и не нарушающие справедливость отношений.

Нравственность – это степень усвоения личностью моральных ценностей общества и *практическое следование им* в повседневной жизни, т. е. выражение человеческого в человеке.

Нравственность – это непосредственное воплощение моральных норм и правил поведения, т.е. готовность и воплощение своего поведения с устоявшимися в обществе моральными нормами и правилами.

Нравственность – моральное качество человека, нормы и правила, которыми руководствуется человек в своём практическом выборе действий и поступков.

Основные понятия, с помощью которых наука о морали — *этика* (от гр. *ethos* — обычай) — объясняет смысл и роль морали

Добро

всё то, что способствует улучшению жизни, нравственному возвышению личности, совершенствованию общества и природы

Долг

превращение требования морали в личную задачу данного конкретного человека

Совесть

способность личности осуществлять моральный самоконтроль, самостоятельно формулировать для себя нравственные обязанности, требовать от себя их выполнения и производить самооценку совершаемых поступков

Высшее
проявление добра

Мир

Любовь

2.2 Функции и задачи морали

Комментарий:

Мораль выполняет следующие функции в обществе:

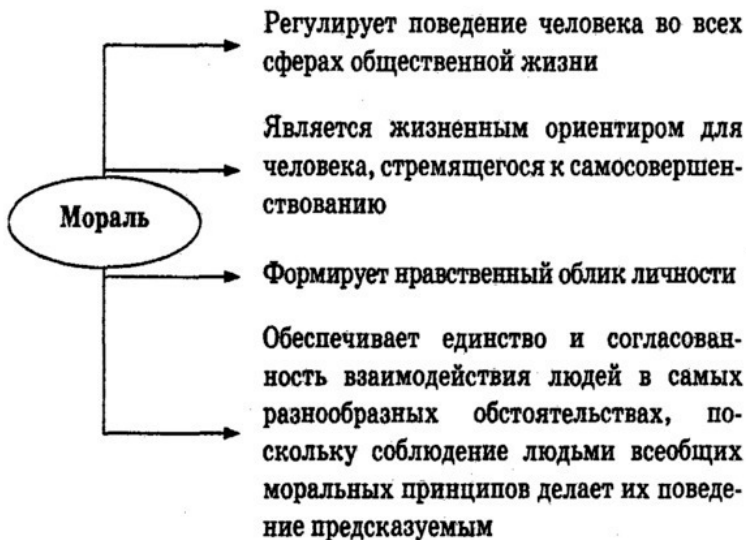
– *Регулятивная функция* – регулирование поведения человека во всех сферах общественной жизни.

– *Ценностно-ориентационная функция* – утверждение человеческого в человеке, поскольку мораль является жизненным ориентиром, в котором выражается стремление человека к самосовершенствованию.

– *Мотивационная функция* – моральные принципы мотивируют человеческое поведение, то есть выступают как причины и побуждения, вызывающие у личности желание что-то сделать.

– *Конститутивная функция* – принципы нравственности являются высшими, главенствующими над всеми другими формами регуляции поведения людей.

– *Координационная функция* – обеспечение единства и согласованности взаимодействия людей в самых разнообразных обстоятельствах.



Комментарий:

Главная функция морали – регулятивная.

Мораль организует отношение и поведение людей через одобрение и порицание, поступающее как извне, через общественное мнение, так и изнутри самой личности.

Мораль всегда стремится ограничить агрессивные и эгоистические инстинкты людей, но делает.

Основой морали является внутренняя мотивация поведения человека и механизмы самоконтроля.

Основой нравственности являются личностные каче-

ства, которые определяют моральный облик и индивидуальность человека, делают его внутренне свободным и социально ценным во всех сферах общественной и личной жизни.



2.3 Структура моральных отношений в организационной культуре

2.3.1 Структура морали

Комментарий:

Структура морали – это элементы морали как системы и способы их взаимодействия.

В структуре морали принято различать образующие ее элементы: *моральные нормы, моральные принципы, нравственные идеалы, моральные критерии и др.*

Моральные нормы – это социальные нормы, регулирующие поведение человека в обществе, его отношение к другим людям, к обществу и к себе.

Комментарий:

Основные элементы структура морали:

- моральное сознание;
- нравственное сознание;
- нравственная деятельность;
- нравственные отношения.

Структура морали			
<i>Нравственная Деятельность Поведение</i>	<i>Нравственные отношения</i>	<i>Нравственное сознание</i>	<i>Моральное сознание</i>
- Поступки. - Действия.	- Отношения В процессе нравственного поведения, деятельности.	- Чувства, воля. - Нормы, правила. - Принципы, идеи.	- Ценности, ценностные ориентации. - Моральные принципы, нормы, правила.

Комментарий:

Нравственное сознание – одна из форм общественного сознания,, отражением общественного бытия. Оно представляет собой субъективную сторону морали.

Виды нравственного сознания: индивидуальное, групповое, общественное.

В структуре индивидуального нравственного сознания выделяют три уровня:

Рационально-теоретический — совокупность этических знаний, понятий и суждений о нормах и правилах поведения.

Эмоционально-чувственный — совокупность полученных и закрепление представлений о добре и зле.

Уровень убеждений – способность осознанно выбирать между тем, что хочется, и тем, что он должен осуществить

В нравственном сознании также выделяют два основных начала: ***эмоциональное и интеллектуальное***. Это, с одной

стороны, совокупность определённых чувств и воли, с другой – норм, правил, принципов, идей, через которые субъект отражает мир моральных ценностей добра и зла.

Золотое правило нравственности – общее этическое правило:

Не делайте другим то, что вы не желаете для себя.

Поступайте с другими так, как хотели бы, чтобы с вами поступили.

Оно также является основополагающим мировым этическим принципом.

2.3.2 Характеристика основных элементов структуры морали

Моральное сознание - это внутренний мир человека во всем его сложном многообразии. Это сложный социально-психологический и культурный феномен, выполняющий функции оценки окружающего мира. представляет собой специфический синтез представлений, чувств, в котором особым образом выражаются основополагающие стороны человеческого существования – отношения индивида с другими людьми, с обществом и природой в целом.

Нравственное сознание - осознание личностью норм нравственности поведения и взаимоотношений в обществе, идей, представлений, идеалов, функционирующих в обществе, а также совокупность этических знаний, убеждений, чувств, потребностей.

Нравственная деятельность – это деятельность, в которой выделяется нравственная сторона всех видов побуждений и специфических нравственных мотивов: желание совершить добро, подчинение чувству долга, стремление осуществить определенные идеалы. Основной единицей моральной деятельности выступает поступок. Под моральной деятельностью в этике понимают только те поступки, которые сознательно подчинены определенным моральным целям.

Нравственные отношения – это отношения, которые складываются между людьми при реализации ими моральных ценностей.



2.3.3 Моральные и нравственные отношения

Комментарий:

Мораль — это особая форма общественного сознания, сфера мотивации мысленных действий и поступков исполнителей. Она является основой морально-этических и нравственных взаимоотношений и поведения персонала организаций.

Структура моральных отношений включает в себя:

- моральное общественное и индивидуальное сознание;
- нравственное поведение людей

.

Характеристики отдельных моральных отношений:

1. Основные элементы общественного морального сознания:

- моральные нормы - запреты («табу»);
- моральные нормы - образцы;
- моральные принципы;
- моральные категории (добра, зла, совести, долга, достоинства, чести и т.д.);
- моральные кодексы;
- моральные идеалы.

2. Основные элементы индивидуального морально – нравственного сознания:

- моральные (или морально - нравственные) потребности личности в добре, долге, достоинстве, чести и т.д.;
- нравственные убеждения как сплав знаний личности о должном и чувства долга (зрелость и прочность нравственных убеждений человека о том, что есть доброе и злое, должное и не должное, справедливое и несправедливое, порядочное и непорядочное);
- нравственные чувства (ненависть, страх, зависть, озабоченность, подозрительность, осуждение, одобрение, гнев, сострадание, милосердие, сочувствие, симпатия, любовь, дружба, нежность и т. д.).

3. Моральные нормы - идейное обоснование поведения людей в виде идеальных представлений добра, справедливости, должного, допустимого и т.д.

Следование моральным нормам или их нарушение санкционируется обществом посредством различных форм духовного воздействия: **поддержки и одобрения** или **осуждения и критики**.

4.. Нравственное поведение людей определяется их общественно значимыми **моральными потребностями и мотивами**.

Комментарий:

Нравственное поведение – это совокупность деятельности и поступков человека, основанная на принципах морали, этике и ценностях общества. Оно предполагает соблюдение нравственных норм, правил и принципов, которые регули-

руют социальные взаимодействия и формируют этическую культуру общества.

Нравственная норма – это границы допустимых действий или поступков человека, сформулированных его разумом на основе тех или иных моральных ценностей.

Нравственное правило – это рекомендация, разрешение или требование действовать (поступать) человеку, исходя из принятия им тех или иных моральных ценностей.

Нормы и правила рассматриваются в этике как один из важнейших элементов нравственности поведения человека в целом.

– ***Этическое поведение*** – это соблюдение основных правил и требований, установленных в том обществе, в котором существует человек.

– ***Этический кодекс*** (лат. *codex* – книга) – свод нравственных норм, предписываемых к исполнению. В современных условиях в кодексе формулируются основные принципы и правила делового поведения.

Виды кодексов: корпоративные, профессиональные, национальные, и всемирные этические.

2.3.4 Нравственное и безнравственное поведение людей

Нравственное поведение людей
Нравственность – одна из форм общественного сознания, состоящая в соблюдении морально - этических норм и правил поведения, <i>определяющих мотивацию практических действий и поступков индивида</i> в различных жизненных ситуациях. Нравственное поведение людей определяется их общественно значимыми <i>моральными потребностями и мотивами</i>. <i>Моральные потребности</i> рассматриваются как механизм превращения общественно значимых моральных норм, правил и принципов в индивидуальное моральное сознание и практику нравственного поведения человека. <i>Зрелость и прочность нравственных убеждений</i> – нравственная гарантия состоявшейся личности человека.

Комментарий:

– **Неэтичное поведение** – это действие, которое выходит за рамки того, что считается морально приемлемым для человека, работы или компании. Изредка отдельные люди могут действовать в определенных ситуациях неэтично. Но люди с низким моральным обликом, скорее всего, будут доминировать в благоприятной для обмана среде.

– **Безнравственное поведение** – это поведение в виде действий и деятельности, результаты которых объективно противоречат нравственным нормам независимо от оценки личностью, их совершающей.

– **Аморальное поведение** – это безнравственное **девиантное поведение**, которое оценивается личностью как безнравственное.

– **Девиантное поведение** – это:

– **поступок, действия человека**, не соответствующие официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе нормам или стандартам поведения;

– **социальное явление**, выраженное в массовых формах человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе нормам или стандартам поведения.

Безнравственное поведение людей
Безнравственность - это нарушение моральных законов, норм, правил, стандартов поведения. Понятие «безнравственность» обычно применяется к людям, их действиям и поступкам, но оно применимо к группам, организациям или корпорациям, а также к произведениям искусства. Двойная мораль — это понятие, которое часто используется для описания ситуаций, когда люди нарушают собственные моральные принципы или приверженность общественным этическим нормам в зависимости от обстоятельств. С одной стороны, это может быть характеризовано как проявление гибкости мышления и умения адаптироваться к новым обстоятельствам, но чаще это связано с манипулятивностью и неискренностью человека.

Комментарий:

Безнравственный человек обладает рядом характеристик, которые определяют его типичное поведение и мен-

тальную структуру.

К ним относятся: *отсутствие эмпатии и социальной адаптации, недостаток чувства ответственности перед своими действиями, принятие собственной воли как единственного закона и отсутствие сознательного выбора между правильным и неправильным.*

3. «Объединяющая» теоретическая схема организационной культуры

«Объединяющая» теоретическая схема организационной культуры

Основные положения теории:

- **Организационная культура** - это комплекс наиболее стабильно и продолжительное время существующих таких характеристик организации как:
 - *предположения (идеалы, идеи), ценности, нормы и правила, свойственные организации;*
 - *стиль и процедуры делового взаимодействия, взаимоотношений и управления персоналом;*
 - *культура и этика поведения персонала в организации, с деловыми партнерами и клиентами;*
 - *концепции технологического и социального развития в организации*
- Таким образом, **организационная культура** - это:
 - **Комплекс разделяемых членами организации** мнений, эталонов поведения, настроений, символов, отношений и способов ведения бизнеса, обуславливающих индивидуальность организации.
 - **Философские и идеологические представления, ценности, убеждения, верования, ожидания, нормы, правила**, которые связывают организацию в единое целое и разделяются её членами.
 - **Система координат**, которая объясняет, почему организация функционирует именно таким, а не иным образом.
 - **Механизм воспроизведения социального опыта**, помогающим людям жить и развиваться в определенной социальной среде, сохраняя единство и целостность своего сообщества
 - **Приобретенные смысловые системы**, передаваемые посредством естественного языка и других символических средств, которые выполняют репрезентативные, директивные и эффективные функции и способны создавать культурное пространство и особое ощущение реальности.

2.3.5 Смысловые системы организационной культуры

Комментарий:

Смысловые системы – это системы, отражающие отношения сотрудников к различным аспектам жизни организации:

- к труду, результатам труда;
- к руководителям, коллегам, деловым партнёрам;
- к себе – к своим сильным и слабым сторонам личности, ценностным ориентациям, жизненным принципам и морально-нравственным нормам.

Смысловые системы выполняют репрезентативные, директивные и аффективные функции, ориентированные на поддержание культуры поведения персонала организации.

Смысловые системы:

- **внутреннего плана организационной культуры** ориентированны на взаимоотношения персонала организации посредством естественного языка и других символических средств;
- **внешнего плана организационной культуры** ориентированны на внешнее окружение организации, который выполняет репрезентативные, директивные и аффективные функции и способны создавать культурное пространство и особое ощущение реальности.

2.3.6 Сферы проявления организационной культуры

Комментарий:

Сфера культуры – это система организаций и лиц, осуществляющих деятельность по созданию, сохранению, распространению благ, удовлетворяющих потребности людей в эстетических переживаниях, развлечении и информации (культурные блага) и др.

Сферы проявления культуры в организации

-индивидуальная автономность персонала организации (степень ответственности, независимости и возможностей выражения членами коллектива инициативы в организации);

-структура организации (взаимодействие органов и лиц, действующих правил регулирования деятельности и поведения персонала организации, руководства и контроля деятельности персонала и др.);

-направление деятельности организации (степень формирования целей и перспектив деятельности организации);

-интеграция персонала (степень, до которой части (субъекты) в рамках организации пользуются поддержкой в интересах осуществления скоординированной деятельности);

-управленческое обеспечение персонала (степень, относительно которой руководители обеспечивают четкие коммуникационные связи, помощь и поддержку своим подчиненным);

-поддержку персонала (уровень помощи, оказываемой руководителями своим подчиненным);

-мотивирование и стимулирование персонала (степень зависимости вознаграждения от результатов труда);

-идентифицированность персонала (степень отождествления работников с организацией в целом);

-управление конфликтами (степень разрешаемости конфликтов);

-управление рисками (степень, до которой работники поощряются в инновациях и принятии на себя риска).

3.Уровни проявления организационной (корпоративной) культуры

Комментарий:

Проявления организационной культуры – это внешняя ее сторона. Только по действиям и поведению персонала организации можно судить о состоянии организационной культуры

3.1 Концепции двухуровневого проявления организационной (корпоративной) культуры

Два уровня проявления организационной (корпоративной) культуры
--

- На визуальном поверхностном уровне указаны такие видимые элементы культуры организации как одежда, символы, организационные церемонии, рабочая обстановка (внешние атрибуты).

- На визуальном внутреннем уровне располагаются ценности и нормы, определяющие и регламентирующие поведение сотрудников в компании. Ценности глубокого уровня тесно связаны с визуальными образцами верхнего уровня (слоганами, церемониями, стилем деловой одежды и др.), они как бы вытекают из них и обозначают их внутреннюю философию. Эти ценности поддерживаются и вырабатываются сотрудниками организации, каждый работник компании должен разделять их или хотя бы показывать свою лояльность по отношению к принятым корпоративным ценностям.

3.2 Концепция трехуровневого проявления организационной (корпоративной) культуры (Э. Шейн)

Комментарий:

Американский ученый **Э. Шейн** выделил три уровня корпоративной (организационной) культуры: поверхностный, внутренний и глубинный. Его модель является одной из самых распространенных и цитируемых в литературе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.