

АДАПТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛОГИИ В РАМКАХ ПРОГРЕССИРУЮЩЕЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИИ

ADAPTATION OF FOREIGN ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY WITHIN THE FRAMEWORK OF PROGRESSIVE CORPORATE CULTURE IN RUSSIA

D. Ginzburg

Summary. In the organization of the company's modern work culture involves not only material stimulants and physical conditions that meet the needs of comfort, motivating to constructive professional activity of employees — an important factor is the psychological climate in which every person works, whether it is a small office or a city-forming enterprise. If earlier, in the postwar period, in Russia there was a great emphasis on the "impact" of workers and the quality of products in order to quickly restore the production resources of the country, today domestic scientists are concerned about the issue of moral and ethical standards and team-building, affecting the quality of workers. In foreign countries, including the United States, researchers began to study this issue before the Russian, so that a large number of works based on the works of foreign authors, while not adapted to the characteristics and specifics of the Russian mentality. The relevance of this article is also due to the fact that the phenomenon of organizational culture abroad has been studied for more than a hundred years, and in Russia this science has no more than 30 years of experience.

Keywords: corporate culture, business culture, human resources, corporate psychologist.

Гинзбург Денис Александрович

*Преподаватель, Открытый гуманитарно-экономический университет, г. Москва
89160116111@mail.ru*

Аннотация. При организации деятельности компании современная культура труда предполагает не только материальные стимуляторы и физические условия, удовлетворяющие потребностям в комфорте, мотивирующие к конструктивной профессиональной деятельности сотрудников — важным фактором является психологический климат, в котором работает каждый человек, будь то небольшая контора или градообразующее предприятие. Если ранее, в послевоенное время, в России делался большой акцент на «ударности» работников и качестве продукции с целью максимально быстро восстановить производственные ресурсы страны, то сегодня отечественных ученых озаботил вопрос морально-этических норм и командообразующего звена, влияющих на качество труда работников. В зарубежных странах, включая США, исследователи начали изучать данный вопрос ранее российских, вследствие чего большое количество работ опирается на труды иностранных авторов, при этом не адаптированных под особенности и специфику русского менталитета. Актуальность данной статьи также обусловлена тем, что феномен организационной культуры за рубежом изучается более ста лет, а в России данная наука насчитывает не более 30-ти лет опыта.

Ключевые слова: организационная культура, деловая культура, человеческие ресурсы, корпоративный психолог.

Корпоративная психология является одной из самых малоизученных, тем не менее, очень востребованных наук в передовых и развивающихся странах. Множество исследований отечественных учёных по психологии и психодиагностике опираются на переводы трудов зарубежных коллег. Согласно исследованиям Л. Н. Захаровой, Дж. С. Крокстон, Б. Б. Ярмахова (2006), «в России организационная психология начала свое относительно самостоятельное развитие с середины 90-х гг. XX в. В Америке профессия организационного психолога существует уже более 85-ти лет» [2, с. 45], соответственно, в 2019-м году данная профессия на зарубежном рынке уже насчитывает более ста лет своего существования. В России, согласно данным Интернет-портала по аналитике труда Grubber.ru, самая большая потребность в корпоративных психоло-

гах на 12 августа 2019 г. наблюдается в Новосибирске, где открыта 191 вакансия, далее следуют организации Санкт-Петербурга — 57 вакансий, а замыкает тройку лидеров Краснодар — 29 предложений о работе. Если говорить о столице и Подмосковье, то в Москве общее количество вакансий — 308, средняя зарплата корпоративного психолога составляет 48 000 руб.; больше всех данные специалисты зарабатывают в Лобне — в среднем 120 000 руб.; далее идет Невинномысск — 70 000 руб.; на третьем месте средняя зарплата в 45 300 руб. (Санкт-Петербург) [3]. Исходя из данных Grubber.ru, веяния западной культуры труда активно приживаются в России, однако, ввиду того, что данная область психологии сравнительно молода, она требует соответствующей адаптации опыта иностранных коллег с учетом специфики русского менталитета.

В Американской культуре труда корпоративная психология включает шесть фундаментальных направлений:

1. Набор и размещение персонала, рабочей силы;
2. Проблемы развития и подготовки персонала, повышение квалификации;
3. Управление (организационные детерминанты эффективности): психологические вопросы, связанные со структурой организации, лидерством, коммуникациями, организационным климатом и организационной культурой; мотивация;
4. Организационное развитие в свете глобализации и прогресса мирового рынка труда;
5. Качество работы — профилактика и коррекция дезорганизации, возникающей вследствие испытываемых негативных состояний сотрудниками, таких как, например, стресс, утомление и пр.
6. Эргономика, т.е. исследование влияния человеческого фактора на трудовые процессы [2, с. 45–47].

В современной российской корпоративной психологии должное внимание уделяется следующим факторам, способствующим эффективной трудовой деятельности сотрудников:

1. Выборка людей при приёме на работу на вакантные должности;
2. Индивидуальное консультирование работников по их психологическим проблемам, касающимся профессиональной деятельности или воздействующим на нее;
3. Консультирование руководства по ситуациям, возникающим в коллективе (удовлетворенность сотрудниками работой и рабочим местом, групповые конфликты и дисбаланс отношений «руководство — сотрудник», стрессы), рекомендации по улучшению психоэмоциональной ситуации в организации и по повышению психологического комфорта персонала.
4. Конфликтология и оказание психологической помощи в тяжелых переговорах;
5. Проведение мероприятий по снижению профессионального выгорания;
6. Проведение сеансов психоэмоциональной разгрузки.

Итак, поиском корпоративного психолога отечественные фирмы озадачены ввиду того, что сегодня российские компании стали активно заимствовать чужую (зарубежную) корпоративную культуру, при этом они не способны грамотно адаптировать ее под отечественную специфику труда. В то время как корпоративный психолог, с учетом достижений иностранных коллег, способен адаптировать данный феномен под русский менталитет, при этом принимая во внимание прошлые принципы ведения трудовой деятельности в организациях.

Основой инновационного подхода в России к работе, базирующегося на исследованиях зарубежных психологов, является партнерство с высшим и средним руководством простых подчинённых. А. А. Dranitsa (2012) подчёркивает в своем исследовании, что в культурах с большой дистанцией власти каждый имеет свое законное место в социальной иерархии, а социальный статус человека должен быть ясным, чтобы другие могли проявлять должное к ним уважение [8]. Согласно исследованиям нидерландского социолога Г. Хофстеде, параметр дистанции власти в России один из самых высоких. «Российская сфера бизнеса, относящаяся к культуре с высокой дистанцией власти, представляет собой абсолютно четкую иерархию, основанную на распределении властных полномочий. Характерной чертой такой культуры также является терпимость к несправедливости в распределении власти и ответственности в организации» [1]. «Управленцы в странах с низкой дистанцией власти полагаются в работе не только на свой опыт, но и на опыт своих подчиненных, признавая его одинаково ценным. К странам с низкой дистанцией власти относятся США» [4].

В России рабочие отношения «начальник — подчиненный» опираются на строгую субординацию, нарушение которой принимается начальником за фамильярность и панибратство, а нежелание руководства принимать сотрудников за равных расценивается персоналом как предвзятость, однако, за рубежом партнерство с руководством считается эффективным методом достижения стратегических целей, заданных компанией.

В качестве демонстрации величины влияния лидерства на взаимоотношения и поведение сотрудников, американской компанией по обучению менеджменту Wilson Learning было проведено исследование среди 25 000 работников в различных фирмах, которое продемонстрировало, что 69% сотрудников, удовлетворённых своей работой, аргументируют своё импонирующее поведение навыками их руководителей. Значительное отставание в производительности было связано с отсутствием или плохим руководством [9, с. 7]. Следовательно, дистанционирование руководства от подчиненных негативно сказывается на производительности компании, соответственно, на профессиональной деятельности сотрудников, их психоэмоциональном состоянии и рабочем настроении.

Также важной тенденцией в области корпоративной психологии является формирование фирменного стиля организации как фактора корпоративной безопасности, профессионального единения и организационного порядка на работе. Формирование фирменного стиля осуществляется на основе когнитивного, аффективного и конативного элементов корпоративной культуры. Что касается совокупности различных систем, составляющих

корпоративное управление, определено, что корпоративная идентичность является одним из существенных атрибутов, которому уделяется все большее внимание со стороны огромного числа субъектов не только в силу их собственного стремления к повышению корпоративного имиджа и совершенствования корпоративного управления, но и в силу внешних экономических причин. Установлено, что эти признаки развития компаний могут быть оценены и иметь ценностные параметры. Например, проведя соответствующий опрос в 2000 году, McKinsey & Company оценила акционерную стоимость с 50%-ным дисконтированием в российских компаниях только из-за отсутствия корпоративной системы управления, т.е. с 50%-ным когнитивным искажением.

Несомненно, вышеизложенные причины побуждают компании серьезно задуматься о формировании и развитии корпоративного управления и фирменного стиля, адаптированного под российский менталитет. Однако организации склонны полагаться на стратегии, подходы и модели, предлагаемые зарубежными авторами. Исходя из исследования Е. Б. Прелыгиной (2011), отечественные корпорации упускают главное, игнорируя тот факт, что эти модели были созданы в сообществах с более стабильной политической, социальной и коммуникационной средой; в сообществах, которые были жестко структурированы профессиональными и местными интересами; наконец, в сообществах, содержащих гораздо более однотипную и в целом достоверную информацию [10]. Российская реальность, напротив, более изменчива, диверсифицирована, подвержена случайным влияниям, включает давние традиции недоверия к перспективам стабильности и неизменности в становлении организации / власти / принципов государственной политики (и, соответственно, принципов политики руководства).

В имагологической литературе, а также в управленческих и маркетинговых исследованиях, фирменный стиль обычно определяется как коллективное общественное восприятие компании многими людьми, как внешне, так и внутренне. Согласно определению М. В. Томиловой (2002) в рамках описанного подхода: фирменный стиль — это «интегрированное восприятие (осознание и оценка) компании различными общественными группами; восприятие, которое формируется через информацию, хранящуюся в их памяти и связанную с различными аспектами деятельности компании» [5] — одной из первоочередных задач корпоративного психолога является наполнение информационной составляющей описания корпоративной идентичности для формирования ее позитивного имиджа в общественном сознании путем позитивной оценки этой информации [10]. Позитивный корпоративный имидж — это параметры корпоративного поведения и корпоративной культуры

для новых сотрудников. В этом контексте формирование и укрепление корпоративного имиджа является одним из аспектов социально ответственного поведения как руководителей, так и всех участников корпоративного этикета. При этом прямое копирование зарубежных моделей фирменного стиля и организационного стиля управления не целесообразно без адаптации под российский менталитет, иначе некоторые элементы чужой культуры труда могут показаться для русского сотрудника неуместными, нелепыми или бессмысленными, что снизит профессиональный энтузиазм.

Адаптация зарубежных тенденций также предельно актуальна при работе в российских компаниях международного формата. Участники современного отечественного рынка труда пришли к солидарному заключению, что иностранную корпоративную психологию и принципы её воздействия необходимо адаптировать под российский менталитет. Например, в Minale Masterbrand, центральный офис которой находится в Лондоне, российские коллеги заимствуют элементы демократического стиля управления, организационные принципы работы с проектами, демократический стиль профессиональной коммуникации и корпоративный дресс-код. При этом демократический стиль коммуникации, приемлемый для лондонской компании, при работе с российским рынком адаптируется под отечественный менталитет. «Мы не можем в некоторых вещах идти дальше, как это делается в нашем лондонском офисе: там топ-менеджер считает абсолютно нормальным для себя, например, после рабочего дня сесть на велосипед и поехать домой. В Москве такое по ряду причин почти невозможно» [6].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что корпоративная психология, хоть и молодая наука в России, однако, очень востребованная. В настоящий момент основной процент исследований в данной области во многом опирается на зарубежные источники, что обусловлено столетним опытом разработок американских ученых касательно обозначенного феномена. Несмотря на то, что иностранные наработки весьма ценны, их прямое заимствование неприемлемо — необходима адаптация под российский менталитет.

Плюсы заимствований опыта зарубежных исследователей и работы HR-менеджеров заключаются в следующем:

1. Многие гипотезы неоднократно подтверждены и апробированы, а многолетний опыт работы позволил скорректировать все недочеты и изъяны в исследованиях иностранных корпоративных психологов;
2. Возможность использовать готовые модели, психодиагностический материал и пр.;

3. Готовые и апробированные модели упрощают адаптацию новых сотрудников в организации;
4. Чётко сформированная корпоративная культура и этика повышает эффективность профессиональной деятельности сотрудников и, соответственно, всей организации.

Минусы заимствований исследований зарубежных учёных и опыта работы HR-менеджеров:

1. Модели поведения, корпоративной культуры и этики не адаптированы под российский менталитет;
2. Корпоративные правила, сформированные без учета интересов конкретных сотрудников, способны вызвать обратный эффект: спровоцировать недовольство, демотивацию или апатию к работе.

Чтобы использование зарубежного опыта работы и исследований в области корпоративной психологии было эффективно и релевантно, необходимо:

1. Адаптировать принципы работы психолога, корпоративной культуры труда и этики под российский менталитет;
2. Снизить фактор высокой дистанции власти в российских компаниях с переориентацией на партнерство высшего и среднего руководства с сотрудниками, признавая одинаково ценным опыт и мнение и управленцев, и подчинённых;
3. Поведение управленцев должно демонстрировать не только лидерство, но и включать элементы наставничества и коучинга;
4. Формирование фирменного стиля в рамках отечественной культуры труда;
5. Адаптация зарубежных тенденций в российских организациях международного формата с учетом правил и корпоративного регламента иностранных коллег в процессе коммуникации с представителями зарубежных компаний, модификация тех же принципов под российскую аудиторию современного отечественного рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гутарева Н. Ю., Виноградов Н. В. Корпоративная культура в современной России и США // Молодой ученый. — 2015. — № 10. — С. 1478–1481.
2. Захарова, Л. Н. Актуальные направления организационно-психологических исследований в России и США (на примере Нижегородского государственного университета и Университета штата Нью-Йорк) / Л. Н. Захарова, Дж. С. Крокстон, Б. Б. Ярмахов // Вестник Нижегородского университета Им. Н. И. Лобачевского. серия: Социальные науки. — 2006. — № 1 (5). — С. 45–53.
3. Корпоративный психолог в Москве: статистика и рейтинг зарплат, количество вакансий и анализ рынка. Статья от 12 августа 2019 г. URL: <https://grubber.ru/statistika/moskva/korporativnyu-psiholog#4>. Дата обращения: 12.08.2019.
4. Крэггер, Отто. Типы людей и бизнес: Как 16 типов личности определяют ваши успехи на работе: [Пер. с англ.] / О. Крэггер, Дж. М. Тьюсон. — М.: Персей, 1995. — 557 с.
5. Томилова, М. В. Модель имиджа организации / М. В. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. — 1998. — № 1. URL: <https://www.cfn.ru/press/marketing/1998-1/05.shtml>. Дата обращения: 12.08.2019.
6. Упал — отжался. Зачем российским компаниям чужая корпоративная культура. HR-Portal. URL: <https://hr-portal.ru/article/upal-otzhalsya-zachem-rossijskim-ko.mpaniyam-chuzhaya-korporativnaya-kultura>. Дата обращения: 13.08.2019.
7. Ходусева, А. В. Повышение качества управления транспортной организацией на основе совершенствования корпоративной культуры: дисс. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ходусева Антонина Валентиновна; [Место защиты: Гос. ун-т упр.]. — Москва, 2012. — 163 с.
8. Dranitsa, A. A. Russian business culture according to G. Hofstede methodology / A. A. Dranitsa; lang. adv. N. A. Nikolaenko; sci. adv. E. G. Leontyeva // Journal of Economics and Social Sciences. — 2012. — № 1. — [4 p.].
9. Flood, P.C. (2008) Leadership, Human Resource Management and the Content of the Psychological Contract / P. C. Flood, N. Ramamurthy, A. McDermott, E. Conway // Ireland: Dublin City University. — 22 p.
10. Pereyginina, E.B. (2011). Corporate Identity as a Factor of Corporate Security. Psychology in Russia: State of the Art, 4, 348–360.

© Гинзбург Денис Александрович (89160116111@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»