

поддерживать стабильность. Более активные любят изменения и стремятся использовать любые возможности для поиска новых ощущений, как дома, так и на работе, что часто связано с высокой степенью риска, но и с потенциально высокой отдачей. В свободное время эти люди нуждаются в ярких впечатлениях, а потому гоняют на модернизированных автомобилях или устраивают дикие вечеринки. Когда их спрашивают, не страдают ли они от стресса, они искренне отвечают: «Нет, я не страдаю от стресса — я наслаждаюсь каждой его минутой».

Не следует считать, что какая-либо деятельность или некий набор обстоятельств являются или не являются стрессовыми. Невозможно измерить стресс в изоляции. Именно природа человеческой личности решает, несет ли какое-то событие стресс или нет.

Как справиться со стрессом?

Существует три способа справиться со стрессом:

- преодолеть вызывающую стресс проблему;
- избежать ее, используя другую стратегию;
- жить с ней.

В разное время Кэтрин испробовала все три подхода. Она попыталась справиться с вызывавшими в ней тревогу переменами, а затем прошла курс лечения по снижению стресса. Также она пыталась прибегнуть к третьему способу, вернувшись на работу и начав изучать новые навыки, однако это не помогло.

В конце концов Кэтрин нашла решение: избегать стрессовой ситуации и выйти

на пенсию раньше положенного срока. Так она смогла с достоинством покинуть работу и уделять время своим увлечениям (например, садоводству), которыми не занималась из-за возникших сложностей.

Для снятия стресса человек может выбрать любое сочетание этих методов. Некоторые раз за разом встречаются с проблемой, пока не преодолеют ее. Другие всеми силами стремятся избежать столкновения с ней. Способ действия зависит только от личности.

Вам надо смириться» — зачастую именно это слышат люди, живущие в постоянном стрессе, однако не стоит считать такие слова поводом для отчаяния. Умение жить со стрессом становится все более необходимым в мире, где невозможно избежать давления. Важно найти то, что помогает чувствовать себя лучше: интересные занятия в выходной день, родной дом, друзья и общение с ними. Обретение контроля над своей жизнью со временем сделает человека сильнее.

Не думайте о стрессе как о чудовище, которое безо всякого предупреждения набрасывается на человека, приводя в ужас. Стресс, скорее, похож на домашнее животное, не умеющее хорошо себя вести, как кошка, постоянно царапающая мебель, или собака, которая все время лает. Человек способен выдрессировать свой стресс так, чтобы он согласовывался с его желаниями, а когда это случится, недавняя угроза превратится в источник положительной силы и, в конечном итоге, неподдельного удовольствия.

Литература

1. Self Help for Your Nerves: Learn to Relax and Enjoy Life Again By Overcoming Stress and Fear, Claire Weekes, HarperCollins, 2000.

Кандидат психологических наук, доцент Хачатурова Э.В.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В публикациях, посвященных проблеме корпоративной культуры корпоративного управления, подчеркивалось, что у многих людей в процессе осуществления совместной деятельности или профессиональных

взаимодействий ощущается отчетливая потребность в формировании таких отношений, которые по своему духу и формам проявления близки именно к корпоративным, а среди стилей управления для них наиболее

приемлемым являются те, которые отвечают требованиям корпоративности управления. Иными словами, у многих осуществляющих совместную деятельность отмечается направленность на корпоративность в деятельности и взаимодействиях как по «вертикали» и «горизонтали».

Каковы психологические механизмы такой потребности и направленности? По мнению ряда авторов, они отличаются «глубинно психологическим характером», поэтому их изучение продуктивно с опорой на методы социального психоанализа¹, хотя это не препятствует использованию других методов исследования. Применение психологических методов исследования феноменов корпоративности показало, что центральными являются отношения к собственности и между собственниками. При этом особенно подчеркивалось, что они являются не сколько не только «субъект-объектными», связанными с предметами владения, а прежде всего «субъект-субъектными», то есть это отношения между собственниками, связанные с их экономическим поведением и следствиями этого поведения [4]. Заметим, что всякие «субъект-субъектные» отношения по своему характеру являются психологическими. В отношениях же между собственниками психологическое содержание отношений тесно переплетается с экономическими интересами и отношениями. Поэтому объективные проявления (к примеру, стоимость товара) активно взаимодействует (в широком понимании) с субъективными (субъективной реакцией на стоимость товара). Следовательно, мотивация экономического поведения как бы «проигрывается в сознании человека» сквозь призму его «бессознательного», «внутреннего Я», «социальной принадлежности», «отношений к своему и чужому» и др. И здесь важную роль начинают играть глубинные психологические механизмы регуляции поведения и отношений, которые, как считается, тесно связаны с «исторической памятью». В этом случае применение методов социального психоанализа дает конструктивные результаты.

Исследования в области социального психоанализа показали, что ведущим зве-

ном (связью) в корпоративных формах развития отношений собственности как объекте корпоративного управления выступает общинность как ментальный для россиян вид социально-психологической связи между людьми, направленной на достижение общих экономических целей и интересов [2]. При этом подчеркивалось, что общинность как социально-психологический феномен не тождественен понятию «община» как «чисто производственной ячейке». Общинность — это скорее мировоззренческая позиция по многим вопросам, в том числе и экономическим. Общинность часто рассматривается как форма социально-психологических связей, отношений в группе людей, объединенной общей жизненной целью (экономической, социальной, духовной и пр.). Общинность находит свое выражение во взаимопонимании, взаимовыручке, взаимоподдержке, «чувстве локтя», преданности общему делу, материальной и духовной взаимозависимости. Психология общинности изучена недостаточно, в то же время, очевидно, что как и многие психологические явления она имеет свои системные характеристики и не является «застывшим образованием». «Общинность, являясь глубинным психологическим свойством русского народа, тем не менее не должна и не может быть фатально самодовлеющим, однозначно заданным прошлым, не способным к саморазвитию, обновлению, коррекции»².

В психологических исследованиях было показано, что специальной формой общинности является коллектив, потому что общинность обладает свойствами глубинно-психологического уровня развития коллективистской психологии (Попов В.Д.). Развиваясь в новых после революции социально-экономических условиях (социалистическое хозяйствование) общинность трансформировалась в близкие по духу социально-психологические явления, такие как «коллективизм», «коллективность». Поэтому коллектив и рассматривался «как социально-психологическая общность нового типа» (Донцов А.И.). В рыночных условиях хозяйствования коллективизм еще раз

¹ Попов В.Д., Хвесьюк Н.Г. Экономическая психология (корпоративное управление отношениями собственности). - М.: РАГС, 1999.

² Хвесьюк Н.Г. Роль психологического фактора в развитии корпоративного управления. - Челябинск: ЮУрГУ, 2000. - С.7.

трансформировался, на этот раз в явление, которое принято называть корпоративностью. В данном понимании общинность с ее глубинными психологическими механизмами является условием формирования корпоративности.

Подобный взгляд на психологически механизмы формирования корпоративной культуры через элементы общинности, хотя часто и рассматривается только как продуктивная гипотеза, тем не менее привел к выработке весьма конструктивных психологических рекомендаций, значимость которых подтверждена практикой [3].

Подчеркнем, данный подход отличен от традиционного западного. Напомним, что в настоящее время в западной психологии считается, что основным путем достижения корпоративных отношений является совместная деятельность, объединенная общими интересами и привлекательными целями (В.Врум, П.Друкер, У.Оучи, Т.Питерс, Ф.Герцберг, М.Хассель и др.). Однако, как добиться общности интересов и целей у разных собственников? Ответы на этот вопрос мало удовлетворяют своей абстрактностью. Поэтому в настоящее время в российских условиях весьма продуктивным является ориентация на идею общинности. Опора на нее показала, что наиболее перспективным путем формирования корпоративной культуры и корпоративных отношений является формирование «инстинкта собственности», «хозяйственного инстинкта» (по И.А. Ильину) или «чувства собственности» (по П.А. Столыпину). Считается, что если каждый работник в организации будет еще и в известной мере ее собственником, то у него коренным образом изменится отношение к ней и отношения к сослуживцам и руководителям. Было доказано, что в настоящее время для формирования корпоративных отношений весьма привлекательной является так называемая личностно-корпоративная, или либерально-общинная, форма собственности.

В качестве иллюстрации хотелось бы привести показательный пример. В знаменитом МНТК «Микрохирургия глаза» ее основатель С.Н. Федоров реализовал именно такую личностно-корпоративную форму собственности. Там никто не имел фиксированной заработной платы, все сотрудники, будучи собственниками, получали определенный

процент от прибыли, пропорциональный трудовому вкладу и объему владений активами. Финансовая система была предельно «прозрачной и гласной». Эффективность работы весьма высокой.

Другой пример. По данным С.К. Рощина, проанализировавшего результативность деятельности трех типов руководителей — хозяин-предприниматель, традиционный менеджер и интрапренер (то есть один из менеджеров, являющийся совладельцем), наибольшую эффективность практически по всем показателям отмечена именно у интрапренеров. Причем немало из них не стремятся стать полными и единоличными хозяевами, полагая, что такое коллективное управление и владение более выгодно.

Итак, первым фактором, способствующим формированию корпоративных отношений, а следовательно и корпоративной культуры, является владение частью собственности [1].

Этот фактор считается определяющим, в то же время он не является единственным. Корпоративная культура зависит и от уровня экономической субъектности тех, кто работает в организации. Этот фактор является следствием первого. В психологических исследованиях экономическая субъектность обосновывалась как системное качество личности включенной в рыночные отношения. Она выступает как способность к самодетерминации в экономической сфере. Экономическая субъектность в психологическом плане проявляется в системе Я-концепции личности, уровня субъективного контроля и мотивации достижений. Было показано, что психологическое «Я» успешных предпринимателей характеризуется высокими показателями самоэффективности. Их социальное «Я» характеризуется преобладанием индивидуализма, профессиональное «Я» — более высокими показателями нацеленности на профессиональную самореализацию.

В свою очередь экономическая субъектность определяет и характер экономического мышления. Поэтому необходима постоянная и целенаправленная работа по повышению квалификации персонала, его экономической компетентности с целью формирования экономической субъектности. Это позволит стимулировать желание принимать участие в управлении в качестве

ассоциированного собственника, раскрепостит и повысит инициативу.

Значительное влияние на формирование корпоративных отношений оказывает стиль руководства, который в свою очередь определяется уровнем корпоративной и психологической культуры субъекта управления. Сейчас наиболее прогрессивным в этом смысле считается паттернализм, при котором руководитель или хозяин рассматривает персонал буквально как членов своей семьи, соответственно строит и отношения с ними. В этом случае даже недостатки в стиле управления, например, некоторая авторитарность, будут восприниматься сквозь призму «семейных интересов». Важным следствием реализации принципа паттернализма является оптимизация делового и управленческого общения. Тот или иной стиль общения обычно оценивается как проявления отношения, особенно если общение осуществляется в иерархически организованной системе. Общими психологическими рекомендациями являются:

- уменьшение доли субординационного общения;
- повышение доли служебно-товарищеского и даже доверительного общения;
- доброжелательность, конструктивность.

В научных исследованиях отмечалось, что корпоративная культура проявляется прежде всего в поведении, отношениях и деятельности персонала и руководства организации. В то же время понимание существенных характеристик корпоративной культуры у руководства и персонала организации отличаются во многих случаях весьма существенно в силу доминирования у них различных внутренних условий и психологических установок. Как показали прикладные исследования, по мнению руководителей, организации корпоративная культура должна проявляться прежде всего в:

- профессионализме кадров и стремлении его повысить;

- преданности фирме (организации);
- чувствительности к моральным и материальным стимулам.

По мнению персонала, корпоративная культура проявляется прежде всего в:

- доброжелательных отношениях с руководством и дружеских — с коллегами;
- возможности профессионального роста;
- материальных вознаграждений и моральном поощрении, адекватных труду и прилежанию, льготах и пр.

Как видно из приведенных данных, значимое совпадение отмечено лишь в отношении вопросов личностно-профессионального роста и профессионализма. У руководства и персонала отчетливо проявляются различные ожидания относительно желаемых отношений в процессе профессиональных взаимодействий. Это является одним из главных препятствий на пути формирования корпоративной культуры организации, причем трудно преодолимых в силу различия базисных интересов. Это противоречие является не единственным, существуют и другие. О психологических методах их решения будет сказано в дальнейшем.

Исследование психологических механизмов корпоративной культуры и корпоративных отношений следует расширять и углублять. Но уже сейчас можно констатировать, что выявлены конструктивные пути их формирования и развития.

Литература

1. Багриновский К.А., Бендиков М.А., Исаева М.К., Хрусталёв Е.Ю. Корпоративная культура в современной экономике России // Менеджмент в России и за рубежом. — 2007. — № 3.
2. Коллинз Дж. От хорошего к великому. — СПб.: Питер, 2001.
3. Сенге П. Искусство и практика самообучающейся организации. М.: Олимп-Бизнес, 2003.
4. Русинов С.В. Система безопасности — идеология построения // Справочник руководителя торгового предприятия. — 2006. — №7. — С. 32-38.