

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Развитие системы рефлексивного партнерства как показатель сильной корпоративной культуры компании

Гольцер Кристина Вячеславовна

Студент

Ульяновский государственный технический университет, Гуманитарный,

Ульяновск, Россия

E-mail: black-kristi91@mail.ru

В последние годы ведущие специалисты крупных коммерческих организаций обращают внимание на новые формы установления и развития партнерства через феномен рефлексии и применение ее инструментов для формирования сильной корпоративной культуры. Это связано с осознанием того влияния, которое корпоративная культура оказывает на успехи любой организации, независимо от сферы ее деятельности, целей и ресурсов. Очевидно, что именно командная работа внутри коллектива способна вывести компанию на новый уровень ее развития, мобилизовать инициативу сотрудников и ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели.

Для достижения высокого уровня корпоративной культуры организации особое значение имеют укрепление трудовой сплоченности, установление атмосферы сотрудничества, расширение свободы персонала при принятии решений, укрепление нормативных образцов трудового поведения и придание большого значения человеческому фактору. Это значит, что ключевым понятием для определения корпоративной культуры является человеческая среда. Культура представляет собой продукт взаимодействия формальной организации; отдельных индивидов – членов организации, обладающих целым спектром индивидуальных интересов и потребностей; социальных групп, сформировавшихся в пределах организации; внешней среды организации, предъявляющей свои требования к способам ее жизнедеятельности.

При взаимодействии людей внутри организации у них неизбежно происходит трансформация представлений о личности друг друга. Как подчеркивал Джордж Герберт Мид, человек становится социальным существом, лишь вступая во взаимодействие, устанавливая взаимоотношения с другими людьми, помещая их в свой внутренний мир и рефлексировав их возможные реакции на свои действия. Образ партнера по взаимодействию выполняет, в свою очередь, регулятивную функцию для человека, оказывая влияние и на самооценку, и на дальнейшее планирование им своего поведения в процессах межличностного взаимодействия. Однако и сам субъект взаимодействия при этом должен встать в позицию наблюдателя по отношению к своим действиям и мыслям, что значит – совершить акт рефлексии.

В идеале, коллектив любой организации, прежде всего, коммерческой, должен представлять собой саморефлективную систему. Все ее члены обладают взаимодополняющими умениями и способностями, и поэтому нужны друг другу для достижения результатов, взаимной оценки и контроля. Самый простой пример корпоративного рефлексирования – конструктивная критика сотрудниками руководства и друг друга, предложение подчиненными новых идей, необходимых для развития всей системы. При этом, формальный или неформальный лидер организации будет выполнять функцию «конструктора» и проецировать отдельных рядовых членов, объекты, ассимилированные

ими и специальные метки процедур, которые они выполняют. Фиксировать возникновение коллектива можно лишь в момент превращения сообщества в саморефлективную систему, то есть, тогда, когда появляются знаковые средства планирования деятельности коллектива как целого.

В последнее время авторы доказывают, что именно неформальные рефлексивные отношения способствуют более эффективному функционированию организации. Ослабление формализованности производственных взаимоотношений означает, что эффективность и результативность деятельности компании зависит не столько от ее формальной структуры, сколько от прочности и надежности складывающихся в ней неформальных отношений, основанных на доверии между сотрудниками и руководством и совпадении индивидуальных и организационных ценностей. При этом, соответствие индивида и организации друг другу можно обозначить термином «конгруэнтность», вмещающим в себя именно степень соответствия ценностей работника и организации. В отсутствии конгруэнтности кроется причина практически полного отсутствия у работника такого чувства, как преданность организации и мотивация к развитию партнерских отношений с коллегами.

В настоящее время уровень конгруэнтности и лояльности сотрудников в значительной степени определяется нематериальными факторами, а именно мобильностью, активностью деятельности, открытыми, свободными отношениями с коллегами и, главное, с руководителем – а значит, партнерскими отношениями как таковыми. Сегодня партнерские отношения с руководством и коллегами в основном строятся на основе доверия, более быстрого и эффективного взаимодействия. Именно современный развернутый тип отношений, где наблюдается очень тесный контакт и прямое взаимодействие исполнителей и управленцев, характеризуется как рефлексивные партнерские отношения. Однако во многих компаниях, действующих на территории России, наблюдается недостаток опыта формирования системы рефлексивного партнерства и современного сильного типа корпоративной культуры, его черт и особенностей. Для них характерна либо слабая корпоративная культура, либо корпоративный «нигилизм», подразумевающий отрицание необходимости неформального партнерства и корпоративной культуры в целом.

Таким образом, культура организации является той средой, в которой происходит процесс трудовой жизнедеятельности персонала и по законам которой он развивается. С другой стороны, люди являются не только носителями, но и активными творцами культуры, изменяя и совершенствуя её основные характеристики и параметры. В современной организации этот процесс осуществляется планомерно на основе существующих внутри компании партнерских отношений. Следовательно, существует тесная двусторонняя взаимообусловленность корпоративной культуры компании и организационного рефлексивного партнерства. В компаниях с развитой системой партнерских отношений создается атмосфера взаимоподдержки и доверия между руководителями и подчинёнными, что благоприятно влияет на формирование и развитие корпоративной культуры в целом.