

НАЦИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА, ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ



Понятие, составляющие и функции национальной культуры

Культура имеет несколько уровней и обуславливает поведение людей. По уровням содержания выделяют национальный (общество), институциональный (профессия), и организационный (компания.)

Каждая культура имеет свою языковую систему, с помощью которой ее носители общаются друг с другом.

Значение языка в культуре любого народа трудно переоценить. Оно сводится к следующим оценкам:

1. язык – это зеркало культуры, в котором отражаются не только реальный окружающий человека мир, но и менталитет народа, его национальный характер, традиции, обычаи, мораль, система норм и ценностей, картина мира;

- 2.** все знания, умения, материальные и духовные ценности, накопленные тем или иным народом, хранятся в его языковой системе – фольклоре, книгах, в устной и письменной речи;
- 3.** язык – это носитель культуры, так как именно с помощью языка она передается из поколения в поколение;
- 4.** язык способствует идентификации объектов окружающего мира, их классификации и упорядочению сведений о нем;
- 5.** облегчает адаптацию человека в условиях окружающей среды;
- 6.** помогает правильно оценить объекты, явления и их соотношение;
- 7.** язык способствует организации и координации человеческой деятельности;

8. язык – это инструмент культуры, формирующий личность человека, который именно через язык воспринимает менталитет, традиции и обычаи своего народа, а также специфический культурный образ мира.

Таким образом, язык является специфическим средством хранения и передачи информации, а также управления человеческим поведением.

Ценность представляет собой отношение к вещи, событию, процессу и т.д. таким образом *ценности* – это сложные, определенным образом сгруппированные принципы, придающие стройность и направленность разнообразным мотивам человеческого мышления и деятельности в ходе решения общих человеческих проблем.

У каждого народа складывается собственная система ценностных отношений к природе, людям своей и чужой общности, идеям, вещам и т.д. На основе этих отношений формируется система ценностей этого народа и его культура.

Благодаря системе ценностей обеспечивается ценность данной культуры, ее неповторимый облик, необходимая степень порядка и предсказуемости.

Общие представления, регулирующие поведение людей, вырабатываются в обществе и называются социальными нормами.

Нормативность является одним из существенных свойств культуры любого общества и народа. Это выражается в том, что в каждой культуре существуют довольно большое количество норм, относящихся ко всем сферам жизнедеятельности общества. На практике нормы культуры представляют собой существующие правила, образцы поведения, критерии и т.д., которые ограничивают природную вседозволенность и требуют неукоснительного их выполнения во всех без исключения случаях.

В зависимости от способа, характера, цели и сферы применения, границ распространения, строгости исполнения все многообразие поведенческих норм разделилось на следующие виды: нравы, обычаи, традиции, обряды, законы.

Основные теории культуры, используемые в сравнительном менеджменте

С. Робинсон выделяет три основных подхода к сравнительному менеджменту. Первый из них – **универсальный** – акцентирует свое внимание на общих, сходных чертах, а не различиях в управленческой практике различных стран и настаивает на транслируемости по странам и регионам. В противовес ему, **экономико-кластерный** подход объясняет сходства и различия в национальных системах менеджмента различных стран достигнутым уровнем экономического развития. **Культурно-кластерный** подход фокусируется на специфике установок и особенностях поведения, которые и определяют сходства и различия в постановке и решении управленческих задач.

Все три названных подхода обогащают наше понимание процессов управления в сравнительном менеджменте.

Еще одно исследование было предпринято американцем *Дж Рокичем*, который сравнивал представителей различных социальных и этнических групп в США, а также студентов из различных стран, используя классификацию ценностей по двум категориям «базовые» и «инструментальные».

Базовые при этом отражают конечные ценности человека, а инструментальные по сути, являются средством их достижения. Соотношение базовых и инструментальных ценностей наглядно можно проиллюстрировать известной всем из романа Ильфа и Петрова дилеммой «Автомобиль – это средство передвижения или роскошь?».

Таблица 1 Ценности личности по Рокичу

Базовые ценности	Инструментальные ценности
1. Комфортная жизнь	Амбициозность
2. Интересная жизнь	Широта мышления
3. Ощущение достижения	Развитие способностей
4. Мир во всем мире	Легкий нрав
5. Стремление к красоте	Любовь к чистоте
6. Равенство	Мужество
7. Безопасность семьи	Стремление поощрять
8. Свобода	Готовность прийти на помощь
9. Счастье	Честность
10. Внутренняя гармония	Воображение
11. Любовь	Независимость
12. Уверенность в завтрашнем дне	Интеллект
13. Удовольствие	Логика мышления
14. Спасение души	Способность любить
15. Общественное признание	Покорность
16. Здоровье	Вежливость
17. Настоящая дружба	Ответственность
18. Мудрость	Самоконтроль

С точки зрения сравнительного менеджмента значимость этих исследований состояла в том, что они практически обнаружили наличие существенных расхождений в системах ценностей представителей различных национальных культур и обусловленность их поведения данными ценностными ориентациями.

Сравнение ценностных приоритетов представителей различных национальных культур приведено в табл. 2

Таблица 2 Приоритеты в системе ценностей американской, японской и арабской культур

Американская	Японская	Арабская
1. Свобода	Принадлежность	Безопасность семьи
2. Независимость	Групповая гармония	Гармония в семье
3. Уверенность в себе	Коллективизм	Следование родительским наставлениям
4. Равенство	Возраст (старшинство)	Возраст
5. Индивидуализм	Групповой консенсус	Авторитет
6. Конкуренция	Сотрудничество	Компромисс
7. Эффективность	Качество	Преданность
8. Время	Терпение	Исключительное
9. Прямота	Опосредованность отношений	Опосредованность отношений
10. Открытость	Посредничество	Гостеприимство
11. Агрессивность	Межличностные отношения	Дружба
12. Неформальность отношений	Иерархия	Формализм/восхищение
13. Ориентация на будущее	Преимственность	Прошлое и настоящее
14. Готовность к риску	Консервативность	Религиозная вера
15. Креативность	Информация	Традиция
16. Личные достижения	Групповые достижения	Социальное признание
17. Успех	Успех	Репутация
18. Деньги	Взаимоотношения	Дружба
19. Материальный достаток	Гармония с природой	Принадлежность
20. Приватность	Связи	Семейные связи

