

сенсу і найчастіше впливає на емоції людини, а не на раціональне сприйняття реальності.

Література

1. Бергер А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную Коммуникацию / А. Бергер – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 288 с.
2. Бидерман Г. Энциклопедия символов / Г. Бидерман – М.: Республика, 1996. – 335с.
3. Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ba.org.ua/>

Внуков Є.О.

аспірант

Класичного приватного університету

СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ СОЦІЄТАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Трансформаційні процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві, охоплюють широке коло проблем, включаючи взаємодію різних рівнів і компонентів соціальної системи, принципів і методів реалізації інтересів суб'єктів соціальної взаємодії, створення умов, що забезпечують взаємовідносини особистості і суспільства. На сьогодні виникає необхідність вивчення розвитку транзитивного українського суспільства з позиції формування та розвитку організаційної культури як складової соціального управління.

Організаційна культура досить багатоаспектне соціальне явище, що як концепт має широкий спектр визначень. Так, Х.Шварц характеризує культуру організації як комплекс переконань і базових уявлень, що поділяються членами організації, і які формують норми і цінності, які в значній мірі визначають поведінку в організації окремих осіб і груп [5, с.33]. Г.Хофстед називає організаційну культуру колективним програмуванням думок, яке відрізняє членів однієї організації від іншої [4, с.57]. На думку Е.Шейна організаційна культура представляє собою систему цінностей і переконань, набір принципів вирішення проблем

зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції працівників [3, с. 25]. М. Семикіна пропонує розглядати організаційну культуру «як сукупність визначених цінностей, норм і моделей поведінки, що декларуються, поділяються й реалізуються на практиці керівниками підприємств і персоналом, доводячи свою ефективність у процесі адаптації до потреб внутрішнього розвитку підприємства й вимог зовнішнього середовища» [1, с. 197]. О. Харчишина стверджує, що організаційна культура виступає як основна складова внутрішнього простору організації, який забезпечує оптимальну внутрішню інтеграцію та зовнішню адаптацію і виступає інтегральною характеристикою рівня її розвитку складові [2, с. 150].

Отже, організаційна культура виступає, з одного боку, як складова соціального управління і упорядкована система цінностей, уявлень, переконань і нормативних зразків поведінки в будь-якій організації чи соціальному інституті, і, з іншого боку, як екстраполяція ціннісної структури суспільства і ціннісно-нормативних консистентних зразків управлінсько-організаційних відносин.

Спираючись на концепцію організаційної культури Е.Шейна нами було виділено три основні складові організаційної культури [3]: 1) соціетальні складові (глибинний рівень за структурою Е. Шейна): національний менталітет; особистісні, міфологічні і культурні архетипи; соціетальна і соціальна ідентичність; 2) ціннісно-нормативні складові (підповерхневий рівень за структурою Е. Шейна): цінності і ціннісні уявлення; соціальні норми і правила поведінки в організації; організаційні цінності; 3) організаційно-управлінські складові (поверхневий рівень за структурою Е. Шейна): стиль керівництва і управління організацією; система комунікацій в організації; соціально-психологічний клімат організації.

Для визначення особливостей соціальної ідентичності працюючого населення в різних секторах суспільства респондентам було запропоновано відповісти на відкрите проєктивне запитання: «Більшість членів мого робочого колективу...» Всього було отримано 1024 відповіді. Контент-аналіз відповідей респондентів дозволив виділити чотири смислові категорії, які характеризують структуру соціальної ідентичності працівників державного, комерційного і громадського секторів суспільства: міжгрупові ідентифікації, особистісно-психологічні ідентифікації, професійні ідентифікації, соціально-економічні ідентифікації. Результати дослідження представлено на рис. 1.

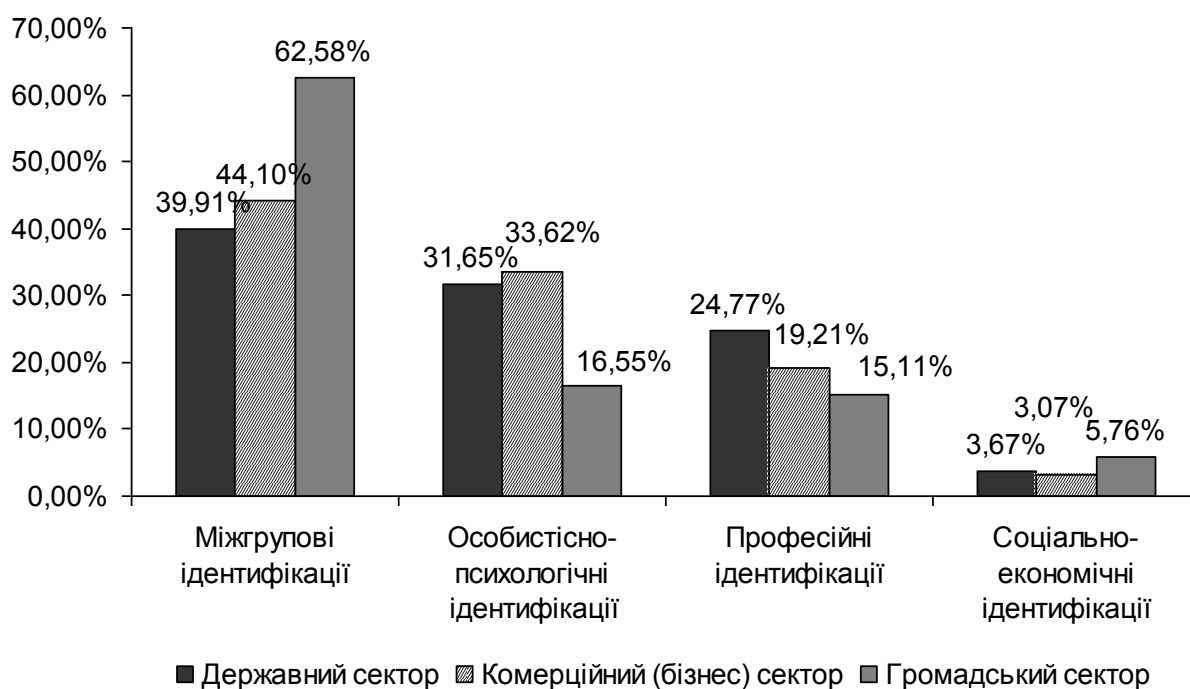


Рис. 1. Змістовні особливості соціальної ідентичності працюючого населення в різних секторах суспільства

Семантичний зміст виділених категорій контент-аналізу полягає в наступному.

1. Міжгрупові ідентифікації відображають оцінку членів колективу або організації в порівнянні з іншими, що пов'язано з так званим «ефектом соціальної бажаності» і концепцією інгрупового фаворитизму [205]). Переважають позитивні і нейтральні оцінки. Типові висловлювання респондентів: «гарні люди, різні люди, нормальні, жінки, чоловіки, люди з особливими потребами, інваліди (в оцінках громадського сектору)».

2. Особистісно-психологічні ідентифікації включають якості і риси особистості, якими наділяються члени колективу (організації). Типові висловлювання респондентів: «відповідальні, чуйні, відверті, порядні, чесні, працелюбні, розумні, освічені, дисципліновані, добрі».

3. Професійні ідентифікації пов'язані з якостями, які необхідні для виконання роботи і професійних обов'язків. Типові висловлювання респондентів: «професіонали, кваліфіковані спеціалісти, досвідчені майстри своєї справи, ініціатори, ентузіасти, активісти».

4. Соціально-економічні ідентифікації визначають оцінку з позиції матеріального становища членів колективу (організації). Типові висловлювання респондентів (переважають негативні оцінки): «не

задоволені рівнем зарплатні, незадоволені матеріальним становищем, люди, які хочуть прокормити родину, бояться за майбутнє дітей, патріоти, вірять в Україну».

Зміст соціальної ідентичності в структурі організаційної культури відрізняється в різних секторах суспільства та економіки. Соціальна ідентичність в організаціях державного, комерційного і громадського сектору представлена наступною ієрархією категорій: міжгрупові ідентифікації, особистісно-психологічні ідентифікації, професійні ідентифікації, соціально-економічні ідентифікації, але існують статистичні розбіжності в показниках зазначених видів ідентифікаційних стратегій. Так, в громадському секторі найбільш значимими є міжгрупові ідентифікації (62,5% всіх висловлювань), які пов'язані, з одного боку із специфікою їх діяльності як соціозахисною (діти з обмеженими можливостями, інваліди, сім'ї, малозабезпечені), і з позитивною оцінкою їх діяльності. Це можна пояснити тим, що в українському суспільстві громадський сектор тільки починає стрімко розвиватися, а тому чітко підкреслюється відмінність працівників від інших сфер соціально-економічного життя. В державному секторі більш значимими є професійні ідентифікації (професіонали, кваліфіковані спеціалісти). Для працівників комерційного сектору менш значимими виявилися соціально-економічні ідентифікації.

Таким чином, в структурі соціальної складової організаційної культури домінує соціальна ідентичність, змістом якої виступають ототожнення за соціально-демографічними і професійними ознаками, а власне соціально-економічна ідентичність поступово формується за рахунок посилення національної самосвідомості та інкорпорації в ціннісну систему суспільства європейських, західних цінностей ліберального гуманізму, відповідальності, індивідуалізму.

Література

1. Семикіна М.В. Еволюція організаційної культури на українських підприємствах: проблеми та протиріччя / М.В. Семикіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 197–200.
2. Харчишина О.В. Дослідження сутності категорії «організаційна культура» / О.В. Харчишина // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2011. – № 2 (56). – С. 148 – 151.
3. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство / Шейн Э.Х. – СПб.: Питер, 2007. – 336 с.

4. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede. – London : McGraw-Hill, 1991. – 89 p.

5. Schwartz H. Matching Corporate Culture and Business Strategy / H. Schwartz, S. Davis // Organizational Dynamics. – 1981. – Summer. – P. 30-48.

Гуца Є.І.

*студентка IV курсу факультету психології, політології та соціології
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ГЕНДЕРНІ ВІДНОСИНИ ТА ГЕНДЕРНА ПОЛІТИКА В УМОВАХ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Процес демократизації українського суспільства, як комплекс змін на шляху від авторитаризму радянського зразка до консолідованої демократії, охоплює різні соціальні простори. Демократія, на відміну від авторитарного політичного режим, передбачає свободу вираження волі індивідів та соціальних груп, соціальний, культурний та політичний плюралізм. У процесі демократизації з'являються нові виклики, пов'язані із появою та розвитком нових ідентичностей та форм соціальних відносин.

З одного боку, індивіди в умовах демократії потребують соціального визнання власних ідентичностей, їх захисту, а з іншого – соціум має сформувати дієві механізми для соціального та політичного діалогу, збереження цілісності з метою формулювання ідеї щодо загального блага. Насправді, у перехідний період існує велика небезпека втрати уявлення про загальні інтереси, про національні цінності, про суспільне благо, до якого варто було б прагнути.

Повною мірою це стосується гендерних відносин та гендерної політики, які характеризуються специфікою в умовах демократизації суспільства. Варто погодитись із тим, що «Сучасний етап характеризується зрушеннями у взаєминах людини й влади, істотними трансформаціями картини світу... Культурна плюралізація суспільства по суті зруйнувала системно-групові зв'язки соціальної й політичної сфер суспільства. Таким чином, соціальна основа політичної влади стала поступово трансформуватись, стали випадати цілі проблемні блоки, що традиційно