



4857382

На правах рукописи

ХАБАРОВ Алексей Юрьевич

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ
В ПРОЦЕССЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Специальность 24.00.01 – теория и история культуры

Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата культурологии

20 ОКТ 2011

Санкт-Петербург
2011

Диссертация выполнена на кафедре философии и культурологии Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов.

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Фатиев Н. И.

Официальные оппоненты: доктор философских наук, доцент
Карпухин С.В.

кандидат философских наук, профессор
Праздников Г.А.

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена».

Защита состоится 02 ноября 2011 г. в 15:00 часов на заседании диссертационного совета Д 602.004.01 Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов по адресу: 192238, г. Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов по адресу: 192238, г. Санкт-Петербург, ул. Фучика, 15.

Автореферат разослан 30 сентября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета *И. Шубина* И.В. Шубина

I. Общая характеристика работы.

Актуальность исследования. Общекультурный контекст проблемного поля исследования обусловлен качественно новым этапом интеграции мирового сообщества, сопровождающимся усилением взаимозависимости государств, их экономик и культур в условиях глобализации. В такой ситуации организационная культура перестает выступать исключительно в качестве эффективного инструмента развития организации и становится важным фактором и субъектом формирования глобального культурного пространства.

Отношения глобализации и организационной культуры обретают в последнее время характер взаимодействия. С одной стороны, глобальные ценности существенно модифицируют социально-культурные функции организационной культуры. В частности, организационная культура фирмы (корпоративная культура) под воздействием процесса глобализации превращается в весьма значимую для общества субкультуру, которая через наличие общих ценностей, норм и формирование схожей для всех участников картины мира объединяет людей на разных уровнях производственных и социальных отношений. Возникающие оргкультуры политических образований, отдельных фирм, холдингов, учебных, медицинских заведений становятся составной частью организационной культуры отраслей, которые, в свою очередь, выступают элементами и субъектами культуры глобального сообщества. С другой стороны, организационная культура оказывает заметное влияние на все составляющие жизнедеятельности производственных систем. Способная к инфильтрации, организационная культура внедряется в другие сферы культурной жизни и активно влияет на их динамику. Агентом и одновременно одним из сильнейших инструментов организационной культуры в глобальном масштабе является концепция менеджмента, которая сегодня повсеместно проникает в искусство, образование, науку и привносит в эти области практики специфическую систему ценностей, стандартов и регламентов, способную модифицировать смысл и функции данных социокультурных институтов. В этой связи становится актуальной проблема поиска способов минимизации деструктивных энергий организационной культуры, особенно в тех областях, базовые функции которых находятся в ортогональной плоскости по отношению к вектору функционирования организационной культуры, ее целевым установкам и технологиям – их реализация в лучшем случае может выглядеть здесь как профанация, а в худшем способна привести систему к катастрофическим изменениям.

В контексте быстрых темпов экономического развития XX века оргкультура формировалась на стыке менеджмента, маркетинга и управления персоналом. Однако данные отрасли знания фиксировали лишь частные проявления и грани данного феномена, касающиеся, в первую очередь, аспектов управления и оптимизации производственных процессов. Вне исследовательских интересов оставались социально-культурные функции данного явления, механизмы влияния организационной культуры на другие сферы бытия в условиях глобализации, возрастающая роль оргкультуры в формировании новых моделей потребления, ценностей и норм межличностной коммуникации.

Все вышесказанное обуславливает необходимость изучения феномена развития организационной культуры в условиях глобализации, механизмов ее трансформации и инфильтрации в различные культурные формы и сферы человеческой деятельности. В настоящем диссертационном исследовании на культурологической методологии рассматривается круг проблем, связанных с процессом трансформации организационной культуры как в позитивном, так и в негативном ключе: структурно-функциональный анализ организационной культуры на уровне корпорации, профессионального сообщества, бизнеса в целом; механизмы экспансии ценностей организационной культуры в другие сферы бытия; характер воздействия глобализации на динамику функций организационной культуры; условия защиты самобытных форм культурного бытия от тотального проникновения ценностей организационной культуры.

Таким образом, *проблема исследования* обусловлена: наличием значительного преобразующего потенциала организационной культуры в системе воздействия на различные сферы жизни; слабой изученностью характера и механизмов влияния процесса глобализации на динамику организационной культуры; теоретической неразработанностью характера влияния организационной культуры на другие сферы жизнедеятельности человека и общества.

Уровень разработанности проблемы организационной культуры в условиях глобализации, а также отсутствие теоретических разработок по вопросам, связанным с влиянием менеджмента на трансформацию организационной культуры, актуальность, значимость и необходимость культурной рефлексии по данному вопросу обуславливают объект и предмет диссертационного исследования, его цель и задачи.

Цель диссертационного исследования - исследовать динамику и характер трансформации современной организационной культуры в условиях глобализации.

В соответствии с поставленной целью на основе системного подхода определяются следующие *задачи исследования*:

1) раскрыть сущность и уточнить понятие категории «организационная культура» в контексте культурологического знания;

2) выявить сравнительные характеристики понятий «корпоративная культура» и «организационная культура»;

3) охарактеризовать концепцию менеджмента как инструмент воздействия организационной культуры;

4) раскрыть концептуальные основы феноменов глобализации и антиглобализма;

5) выявить существенные стороны влияния процесса глобализации на организационную культуру;

6) определить факторы и механизмы трансформации организационной культуры в условиях глобализации;

7) провести анализ условий адаптации глобальных моделей организационной культуры с учетом национально-культурной специфики.

Объектом диссертационного исследования является организационная культура как социокультурный феномен.

Предметом исследования является процесс и факторы трансформации организационной культуры в условиях глобализации.

Степень разработанности проблемы.

Исследование заявленной проблемы предполагает обращение к теории организации и блоку социально-экономических дисциплин, занимающихся в той или иной степени разработкой представлений об организации и принципов ее функционирования. На наш взгляд, история развития науки об организации одновременно является фактором накопления идей и положений для потенциальной теории об организационной культуре. Проанализировав работы по теории организаций, можно выделить труды западных и отечественных ученых, которые внесли вклад в появившуюся позднее теорию организационной культуры. К их числу принадлежат работы таких родоначальников исследования данной тематики, как: Г. Спенсер, Ф. Тейлор, М. Вебер, Т. Котарбинский – а также ставшие классикой работы известных исследователей XX века А.А. Богданова, Л.фон Бергаланфи, Н. Винера.

Теория организационной культуры получила развитие в трудах таких западных исследователей, как М.Армстронг, Э.Джакус, Т. Дил, П.Друкер, К.Камерон, Р.Куинн, Г.Морган, Т.Питерс, Р. Рюттингер, В.А. Сатз, Э. Шейн, М. Элвессон. Значительный вклад в становление и развитие теории организационной культуры внесли и отечественные исследователи: проблемам культуры производства уделяет огромное внимание А.А.Погорадзе; теория хозяйственной культуры изучена Н.Н.Зарубиной; детальный анализ корпоративной культуры представлен в работах Н.Н. Могутновой, В.А. Спивака, Р.Л. Кричевского, А.Наумова, О.Виханского и др. Большое значение имеют публикации отечественных ученых, освещающие различные интерпретации организационной культуры (работы И.В. Грошева, С.Г.Заржевского, Б.З.Мильнера, Т.О.Соломанидиной, В.М. Юрьева и др.). Важную роль в изучении теории организационной культуры сыграли исследования Т.И.Заславской, О.И.Шкаратана, Н.И.Лапина, Ю.Е.Волкова и др. Системный анализ организационно-управленческих, социальных и культурных аспектов деятельности организации был дан в работах А.И. Пригожина. Философский подход к понятию «культура» раскрывается в давно ставших классикой работах Н.А. Бердяева, Ю.М.Лотмана, Й.Хейзинга, О. Шпенглера. Социологический анализ темы культуры рассмотрен в трудах Э. Гидденса, Дж.Мердока, Т.Парсонса, Н.Смелзера, П.А.Сорокина, Ж.Т.Тошенко.

Рассмотрение феномена глобализации и его влияние на общемировую ситуацию встречается в большинстве своем в работах западных исследователей. Концепт неолиберальной глобализации стал актуален с 1970-х гг. Наиболее полно этот вопрос получил освещение в трудах таких западных ученых, как: М. Кастельс, Р. Сведберг, А. Турен – представители так называемой «экономической социологии». Э. Валлерстайн, Д. Хелд, П. Катценштайн занимались вопросами *политической экономики* и также внесли свою лепту в развитие концепции глобализации. К вопросу соотношения феномена глобализации с феноменом вестернизации обращались такие исследователи как: Н. Глейзер, Дж. Ритцер, Р. Робертсон. Исследованием процесса глобализации как социокультурного фе-

номена занимались Х. Ортега-и-Гассет, А. Тоффлер, М. Кастельс, К. Денчев, Р. Инглехарт, Ф. Бетто, Р. Мертон, С. Хантингтон, У. Бек. Среди отечественных исследователей, освещающих в той или иной степени социокультурные аспекты глобализации, можно отметить О.Т.Богомолова, А.Г.Дугина, А.С.Запесоцкого, С.Н. Иконникову, Г.Ф.Фейгина.

В отечественной научной практике изучение феномена организационной культуры в условиях глобализации предпринято в диссертационных исследованиях И.В. Дегтяревой и А.И. Кочетковой. Основная же масса работ сосредоточена на исследовании и анализе частных случаев организационной культуры (организационная культура как фактор развития предпринимательства (О.А.Тушева); гендерная концепция организационной культуры (С.А.Ильиных); организационная культура родов войск (В.А. Абраменко).

Обзор научной литературы по теме диссертационного исследования приводит к следующим выводам: во-первых, существует достаточно полное освещение вопросов, касающиеся типологии, определения, структуры, этапов формирования организационной культуры; во-вторых, практически отсутствуют исследования, посвященные анализу феномена организационной культуры и ее трансформации в контексте процесса глобализации; в-третьих, отсутствуют работы, рассматривающие организационную культуру как фактор формирования стандартизированного глобального социокультурного пространства; в-четвертых, отсутствуют исследования, представляющие менеджмент как фактор трансформации организационной культуры в условиях процесса глобализации. В связи с тем, что организационная культура не интерпретируется как феномен, существующий частично на стыке менеджмента, маркетинга и управления персоналом, а преимущественно в контексте глобального культурного пространства, тема организационной культуры в аспекте современного общества оказывается не разработанной.

Предварительное изучение проблемы позволило сформулировать *гипотезу исследования* в виде следующих предположений:

1) организационная культура в глобальном мире представляет собой социально-культурный институт, обеспечивающий регулирование жизнедеятельности профессиональных сообществ;

2) в контексте глобализации оргкультура, выступая объектом влияния глобальной идеологии, обретает способность инфильтрации в другие области и сферы культурной жизни субъекта, модифицируя ценности профессиональных, возрастных и социально-статусных субкультурных сообществ.

Методологическая основа исследования строится на философско-культурологическом подходе к изучаемому феномену, реализуемому на базе системного анализа, опирающегося на методы сравнительного анализа и синтеза. Теоретико-методологическую базу исследования составили: фундаментальные работы западных и отечественных исследователей организационной культуры, ее специфики и роли в контексте современности, а также работы в области изучения феномена процесса глобализации и различных аспектов его существования; системный подход к анализу социокультурных процессов, происходящих на разных уровнях общественной жизни в условиях глобализации; по-

нимание организационной культуры как сложно-структурированного явления, радиально расширяющегося в зависимости от ее носителя: как культура организации; как субкультура отраслевого сообщества; как культура ведения бизнеса (включая его идеологию, приоритеты, ценности).

На защиту выносятся следующие положения:

1. *Трактовка организационной культуры как социокультурного феномена, обладающего свойством инфильтрации в различные культурные формы и сферы бытия.* Субъектами организационной культуры выступают: а) организация (фирма, компания, корпорация и т.п.); б) отраслевое сообщество организаций; в) бизнес-идеология в целом. На уровне организации и отраслевого сообщества оргкультура в определенной степени является тождественной корпоративной культуре, способствуя решению социально-экономических задач.

2. *Характеристика организационной культуры как субкультуры представителей профессионального сообщества, объединяющей профессиональное сообщество общими ценностями и целями, обеспечивающей профессиональную идентичность и принадлежность сотрудника к коллективу, задающей вектор и условия личностной самореализации персонала.*

3. *Механизмы экспансии организационной культуры в другие сферы бытия.* Основой ценностно-нормативного пласта организационной культуры является концепция менеджмента, миссией которого является эффективное функционирование организации как рыночного субъекта. Экспансия ценностно-нормативной модели менеджмента, в основе которой лежит максимизация прибыли, модифицирует базовые функции социальных институтов, сущность которых диспонирует с рыночной идеологией.

4. *Обоснование динамики функций организационной культуры в условиях глобализации.* С одной стороны, глобализация выступает существенным фактором трансформации организационной культуры. С другой стороны, в условиях процесса глобализации организационная культура становится одним из важнейших агентов формирования глобального мира. Агентами организационной культуры, влияющими на характер ее трансформации, выступают менеджмент и маркетинг. Менеджмент, будучи заинтересованным в конкретных экономических категориях (увеличение прибыли, расширение рынков сбыта и т.п.), формирует универсальную для всех областей деятельности модель организационной культуры в целях эффективного управления и контроля. Маркетинг, отвечающий за движение товарных масс, позиционирует современную модель организационной культуры, как единственно верную и эффективную. Соответственно, оргкультура приобретает все более унифицированную форму, не имеющую серьезной альтернативы. Интегрируя в себе универсальные западные и локальные системы ценностей, оргкультура проникает в региональные культурные системы, модифицируя их ценностные основания. Утверждая стандартизированные ценности, нормы и модели поведения, она выступает в качестве значимого агента культурной политики.

5. *Методологическая основа культурологической экспертизы и выработки условий адаптации глобальных моделей организационной культуры к специфике национально-культурного мира, направленных на обеспечение гомео-*

статического равновесия глобальных и национальных векторов культурного развития, гармонизацию культурных тенденций сохранения и изменения.

Научная повизна диссертационного исследования определяется результатами, полученными в процессе решения поставленных задач:

- дана трактовка организационной культуры как многоуровневого социокультурного феномена, включающего: организационную культуру фирмы (здесь понятие «организационная культура» тождественно понятию «корпоративная культура»); организационную культуру отрасли (в таком случае понятие организационной культуры объединяет в себе совокупность корпоративных культур организаций отрасли); организационную культуру как идеологию бизнеса. Базовым элементом этого уровня является капиталистический тип мышления, выстраивающийся на базе специфических ценностей;

- определена взаимосвязь между ценностными установками менеджмента и характером трансформации организационной культуры в условиях глобализации: менеджмент, преследуя конкретные экономические цели, посредством унификации культурных и символических смыслов организационной культуры приводит ее к единой стандартизированной форме, которая в условиях глобализации распространяется по всему миру;

- определен и рассмотрен механизм трансформации организационной культуры в условиях глобализации и характер ее влияния на процесс интеграции культурного пространства в единую стандартизированную культурную форму.

Теоретическая и практическая значимость результатов диссертационного исследования определяется: выявлением принципиально новой роли организационной культуры в процессе формирования единого культурного пространства в условиях глобализации; реализацией системной методологии анализа динамики и глобальных факторов трансформации организационной культуры, что позволило дополнить теоретическую базу исследований данного феномена с позиций культурологии.

Материалы исследования могут быть использованы:

- для дальнейшего углубления методологических и теоретических оснований исследования феномена организационной культуры в рамках культурологической методологии; изучения феномена организационной культуры в условиях глобализации, выяснения сущности и механизмов ее трансформации, определения составляющих элементов глобальной организационной культуры и характера их влияния на локальные культурные формы;

- разработки условий формирования оптимальных моделей организационной культуры в контексте культурологических и социально-экономических дисциплин;

- при подготовке учебных курсов по дисциплинам культурологического профиля: в разделах, освещающих культурологические и философские проблемы формирования глобального мирового сообщества, культурные аспекты и закономерности процесса глобализации, тенденции культурной универсализации современности; при подготовке учебных курсов по направлению «кросс-культурный менеджмент», освещающих роль менеджмента в формировании

вании и практическом применении унифицированной формы организационной культуры в деятельности организаций.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации получили отражение в материалах научных конференций и были представлены в виде докладов и выступлений на Всероссийских научных конференциях: VI Всероссийская научно-практическая конференция «Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития» (Санкт-Петербург, 2009), VII Всероссийская научно-практическая конференция «Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития» (Санкт-Петербург, 2010), Международная научно-практическая конференция научной сессии «XII Невские чтения» (Санкт-Петербург, 2010); а также в статьях в журналах, рекомендованных ВАК в качестве изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук: «Вопросы культурологии» (№ 11/2010), «Вестник Орловского государственного университета» (Серия «Новые гуманитарные исследования», № 4(18) за 2011 год).

Структура и объем работы. Диссертационная работа состоит из введения, двух глав, включающих восемь параграфов, заключения, списка использованной литературы.

II. Основное содержание диссертации

Во *Введении* обосновывается актуальность темы, характеризуется степень ее научной разработанности, ставятся цель и задачи, определяются объект и предмет исследования, характеризуется методология исследования, выявляются моменты научной новизны, формулируются положения, выносимые на защиту, излагается теоретическая и практическая значимость работы, представлена апробация результатов исследования, структура и объем работы.

Первая глава «Феномен организационной культуры в контексте культурологического знания» посвящена анализу понятия категории «организационная культура» на основе системного подхода. Организационная культура представляется как социокультурный феномен, существующий с одной стороны на стыке таких социально-экономических дисциплин, как: менеджмент, маркетинг, управление персоналом – с другой – в контексте парадигмы социокультурных процессов, происходящих в обществе. Это позволяет рассматривать организационную культуру не только строго через призму экономики или науки об управлении, но и с позиции культурологического знания.

В *первом параграфе «Теория организаций в системе научных знаний»* рассмотрены истоки зарождения науки об организации, история ее формирования и показано, что теория организаций является междисциплинарной областью знаний, возникшая на стыке естественных, технических и общественных наук. Характер организационных отношений «целое-часть», присущий всем сферам и системам разной природы, обусловил взаимосвязь теории организаций со многими науками: с биологией, социологией, экономикой, психологией, историей, этнографией и т.п.

Важной предпосылкой для возникновения науки об организации послужила работа А.А. Богданова «Всеобщая организационная наука (тектология)» (1913 г.), в которой исследователь высказал идею о единстве строения и развития самых различных систем – «комплексов», независимо от их состава. Проанализировав сущность организации, А. Богданов указал на необходимость системного подхода к ее изучению, вывел и определил основные понятия теории организации: система, организация, самоорганизация, структура.

Второй параграф «Проблемы структурно-функционального анализа организационной культуры» посвящен непосредственно анализу понятия организационной культуры, его сущности, структуре и основным элементам. Также исследованы функции организационной культуры и приведены варианты ее классификации в современном научном знании.

Несмотря на тот факт, что понятие «организационной культуры» принято относить непосредственно к среде коммерческой организации, говорится, что данное понятие означает собой нечто большее, чем просто культура организации или корпоративная культура. В равной степени этот термин может применяться и к общественным организациям и институтам, и к различным некоммерческим учреждениям, и к более масштабным социокультурным образованиям, процессам и явлениям. Очевидно, что организационная культура выходит за поле прикладных экономических практик, так как существует множество ее проявлений, не связанных с экономическими задачами, а иногда идущих с ними

в разрез. Организационная культура существует также и вне контекста таких дисциплин, как: менеджмент, маркетинг, управление персоналом – и она формирует культурное пространство, в котором находятся целые отрасли и регионы, организации, группы индивидов. В этой связи организационная культура в преломлении всех аспектов ее проявления представляется как культурный феномен, который требует детального изучения и осмысления.

В третьем параграфе «Сравнительный анализ понятий «Корпоративная культура» и «Организационная культура» сопоставляются между собой два понятия, которые, по мнению диссертанта, принято ошибочно считать до максимальной степени схожими – «Корпоративная культура» и «Организационная культура».

Существуют различные мнения по вопросу соотнесения между собой понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». Обобщая позиции исследователей данной тематики, можно условно классифицировать существующие точки зрения по следующим положениям:

- Понятия «Корпоративная культура» и «Организационная культура» тождественны друг другу (О.С. Виханский, А.И. Наумов, В.Л. Михельсон – Ткач, Е.Н. Спяр, В.А. Спивак);

- Корпоративная культура – часть организационной культуры (Л. Колесникова, Ю.Д. Красовский, Ф. Линс, Б.З. Мильнер, Е.Г. Молл, В. Перекрестов, Т.О. Соломанидина). Корпоративная культура является базовым понятием при анализе деятельности небольшой организации. Если объектом изучения становится крупная организация, то применяется термин «организационная культура»;

- Организационная культура – часть корпоративной культуры (А.И. Пригожин). Данный, обратный предыдущему, подход встречается редко;

- «Корпоративная культура» и «Организационная культура» – это самостоятельные понятия (Т.Ю. Базаров, И.В. Грошев, А.А. Максименко). Корпоративная культура целенаправленно создается для формирования и сохранения ценностно-нормативного базиса организации. Организационная культура образуется спонтанно, в контексте взаимодействия личностных ценностей участников организации.

Собственно в контексте научного дискурса отождествлять два понятия «корпоративная культура» и «организационная культура» («оргкультура») не представляется верным. Во-первых, с терминологической точки зрения сами понятия «корпоративный» и «организационный» не являются синонимами, и вполне очевидно, что применительно к понятию «культура» они приобретают различный смысловой императив. Во-вторых, многообразие определений понятий «корпоративная культура» и «организационная культура», часто содержащее разобщенные точки зрения, указывает на отсутствие единого мнения в научной среде по данной тематике и, следовательно, на отсутствие уверенного знака равенства между двумя понятиями. В-третьих, несмотря на то, что оба понятия могут определяться в идентичных терминах (ценности, нормы, идеалы, символы и т.п.), размышляя логически, можно прийти к выводу о том, что не всякое смешение терминов является доказательством тождественности поня-

тий. Ибо зачастую суть подобных терминов сводится к характеру и масштабу конкретной ситуации.

Понятие «корпоративная культура» этимологически перекликается с понятием «корпоративность» (от лат. *corporatio* – объединение, сообщество). Отсюда возникают и определенные семантические параллели. Такие часто встречаемые понятия как: «корпоратив», «корпоративный стиль», «корпоративные интересы», «корпоративный кодекс» - употребляются применительно к отдельным фирмам и организациям, что придает самому термину «корпоративность» четко сегментированный характер. Термин «организация» происходит от греческого «*organon*» - инструмент. Исходя из этого, понятие «организационная культура» понимается как культура, на основе которой выстраивается определенная модель жизнедеятельности общества (модель функционирования отрасли и т.п.) в целях существования и выживания этой модели. Всякая подобная модель не существует только в условиях фирмы или организации. Вбирая в себя политические, экономические, правовые и социально-культурные элементы общества, в условиях которого она функционирует, такая модель представляет собой самобытное социокультурное образование, состоящее из множества «корпоративных» единиц.

В четвертом параграфе «*Организация в контексте культурологического знания*» рассматриваются аспекты упоминания феномена организации в работах известных авторов и теоретиков культурологии. О. Шпенглер, Й. Хейзинга, А. Тойнби, Э. Дюркгейм и другие так или иначе затрагивали это понятие в своих рассуждениях о формах социальной, политической и экономической организации общества.

Также в этом параграфе речь идет о месте и роли культуры в организации современного общества. Рассматривается вклад культуры в экономику, социальную организацию общества, с позиций прямого и косвенного влияния. С учетом имеющихся между культурой и социально-экономической сферой связей, можно сказать, что культура в современном обществе является системообразующим фактором консолидации и развития общества в глобальном, национальном и региональном масштабах.

Далее рассматривается роль современного менеджмента в контексте культурных процессов в обществе, а также влияние менеджмента на эти процессы. Мировой экономический кризис поубавил веру в «эффективный менеджмент», как панацею от социально-экономических катаклизмов. Необходимо понимать, что современный кризис – это кризис макроэкономический, общекультурный. Менеджеры, как и целые корпорации, в одиночку не смогут его победить. Выход из кризиса возможен только при организованных и целенаправленных действиях всех элементов организационной культуры общества (корпораций, госструктур, общественных организаций, социально-культурных учреждений и т.д.).

В данном ключе этот вопрос особенно остро становится в условиях процесса глобализации, который набирает обороты с каждым годом. Ибо менеджмент все активнее интернационализируется и в погоне за «спекулятивным» ка-

питалом привносит свою оргкультуру в те области, где она может являться чужеродной и опасной.

Вторая глава «Организационная культура и ее воздействие на социум в процессе глобализации» посвящена непосредственно аспектам взаимосвязи между процессом глобализации и изменениями организационной культуры, которые происходят в результате внедрения системы ценностей современного менеджмента в различные культурные формы, существующие в разных областях по всему миру. В целом, все многообразие данных аспектов сводится к тому, что организационная культура, являясь определенной субкультурой, внедряется в другие культурные формы и в большинстве случаев разрушающе действует на них. Подобная ситуация спровоцирована менеджментом, который заинтересован в конкретных экономических категориях. Отсюда делается вывод, что оргкультура может появиться в любой области или сфере, даже там где ее присутствие оказывается разрушающим эту сферу или область фактором.

В первом параграфе «Концептуальные основы феноменов глобализации и антиглобализма» рассматриваются истоки зарождения, принципы формирования и сами феномены этих двух концептов. В теоретических основах концепта глобализации считается, что глобализация не сводится к унифицированной культуре и не исходит из единого источника, но, тем не менее, сохраняется большой разрыв между обществами, которые генерируют глобальную культуру и которые ее потребляют. Ключевые информационные и интеллектуальные ресурсы концентрируются в экономически развитых странах и подкрепляют их доминирование. Процесс глобализации не только порождает однообразные структуры в экономике и политике в разных государствах, но и приводит к адаптации западной культуры к особенностям местных традиций. В результате возникает не единообразная, а гетерогенная система, многообразное и разнонаправленное изменение региональных форм жизнедеятельности общества. Процесс неolibеральной глобализации порождает представление о новой форме универсализма, которая не предполагает полной подчиненности частного всеобщему.

В противовес неolibеральной концепции развития антиглобалисты предлагают концепцию всеобъемлющей приверженности к принципам самоопределения и поддержки многообразия – культурного, экологического, экономического, политического и т.д. Реализовывать это, в дискурсе концепта антиглобализма, следует на основе демократии с участием масс на местном уровне. Идеологические взгляды антиглобалистов формируются под влиянием различных политических течений, представляя собой сочетание идей либерализма, национализма, фундаментализма и т.п. Антиглобалисты и сами существуют в контексте глобализации, как неотъемлемая часть: они зависимы от СМИ, глобальной сети Интернет, глобальной экономики и пр. Суть протеста антиглобалистов можно свести к протесту глобализации «сверху» в виде политики транснациональных корпораций.

Второй параграф «Культура и глобализация» посвящен специфике существования культуры в контексте процесса глобализации. Культура приобретает все более унифицированный и стандартизованный характер. Интересным ста-

новится вопрос соотношения массовой и элитарной культуры в условиях глобализации. В контексте современного глобального общества понятие массовой культуры приобретает новое измерение. С одной стороны, глобализация культивирует массовую культуру, с другой – влияет на элитарную культуру, хотя и в меньшей степени.

Неолиберальная глобализация, с ее стремлением свести все культурные процессы к единой унифицированной форме индустрии развлечений, рассматривает сферу культуры в контексте сферы услуг. В данном дискурсе все культурные процессы и аспекты приобретают характер предоставляемых услуг. В контексте подобной логики, к сфере услуг следует относить также и ведущие культурные детерминанты. Подобная ситуация, вкупе с прочими теневыми аспектами глобализации, оставляет определенную пустоту в социокультурной сфере. Эта пустота заполняется, как правило, событийным или развлекательным культурным материалом, не имеющим особого смысла. В глобальном мире преобладают те принципы этики, гражданственности и справедливости, которые устанавливает сильнейший. Глобализация разрушает автохтонные культуры, спекулирует на этнических и этических особенностях, попутно сводя их на нет.

Кроме того, современная форма глобальной культуры существует в контексте определяемых данной культурой целей и способов достижения этих целей. Цели составляют сферу устремлений индивида или группы людей и включают в себя различные степени престижа, успеха и эмоций. В аспекте культуры существует также механизм определения, регулирования и контроля способов достижения целей. Каждая культура сочетает основную шкалу желаемых целей с подобным механизмом регулирования (мораль, нравственность и т.п.). Подобного рода регулятивные нормы и моральные императивы зачастую не совпадают с теми нормами, в рамках которых существуют способы достижения целей.

Тенденции к культурной унификации и стандартизации вкупе с укреплением индивидуального сознания человека в обществе дают возможность говорить об усложнении организации социума и глобального информационного пространства. В этой связи влияние культурной элиты на общее положение дел в глобальном мире становится предметом особого изучения и внимания.

В *третьем параграфе «Глобализация, организационная культура и их воздействие на художественную культуру, культуру современности (на примере современного кинематографа)»* рассматриваются аспекты влияния основных адептов глобализации – менеджмент ТНК – на протекающие в мире культурные процессы. Культура предстает «локомотивом» процесса глобализации, и при этом инструментом стандартизации всего мира, инструментом насаждения унифицированной системы ценностей. Флагманом культуры, безусловно, является современный кинематограф. Именно он в контексте глобализации находится в авангарде и несет в себе те идеи и ценности, которые необходимы для формирования всеобщей организационной культуры.

Глобальные процессы в кинематографе сводятся к единому голливудскому стандарту, возникает унифицированная форма культуры, которая предлага-

ется как единственно верная и возможная. Суть голливудского кинематографа, начиная со сценария и подбора актеров, до запуска в прокат, разложена «по полочкам», как некий бизнес процесс. Все, что не вписывается в эту форму, остается за бортом, игнорируется, так как система голливудского менеджмента широко интегрирована с глобальным рынком масс-медиа и имеет в нем свои рычаги. Основные аспекты новой культурной голливудской формы, выявленные в процессе глобализации достаточно прозаичны: кассовость сборов, использование спецэффектов, производство блокбастеров, система «звезд».

Современные процессы в кинематографе, происходящие в контексте глобализации, это лишь часть общих культурных процессов на планете. Со временем такая же ситуация сложится вокруг других форм культуры. Произойдет универсификация всех направлений культуры, что уже очевидно, однако, существует альтернатива такому исходу, но сейчас она представляется отдаленной перспективой.

В четвертом параграфе «Культурные ограничители в сфере экономики и организационная культура» говорится о необходимости использовать определенные механизмы ограничения влияния организационной культуры на те области человеческой деятельности, где менеджмент действует разрушающе на общее положение вещей. Инфильтрация оргкультуры в науку, образование, художественную культуру вредит непосредственно самому творческому процессу, тем самым, снижая творческую результативность.

Не смотря на то, что оргкультура является важным составляющим элементом современной экономической деятельности, становятся очевидными ряд ее проявлений, входящих в противоречие с общечеловеческими мировыми ценностями и принципами. В первую очередь, подобные проявления связаны с деятельностью менеджмента, который распространяет и формирует оргкультуру в контексте процесса глобализации. В этом ключе назревает необходимость создания определенных механизмов ограничения деятельности менеджмента с целью образования некоего «заслона», оберегающего от пагубного влияния организационной культуры.

Помимо этого, существует необходимость в механизмах ограничения и в самой экономике, ибо оргкультура в ряде сфер также вредит экономической деятельности. Мировой экономический кризис представил процесс глобализации в невыгодном для ее адептов ракурсе: с одной стороны глубокая транснациональная интеграция экономики поставила в очень уязвимое положение целые регионы и общества, с другой – выявилась несостоятельность и неспособность мировой экономической системы. В этом ключе уроки глобального кризиса являются следствием процесса трансформации организационной культуры общества в аспекте глобализации.

В современном обществе назрела необходимость в подобного рода ограничителях, ибо сейчас эффективными действиями по выходу из кризиса являются не экономические аспекты менеджмента (внутриотраслевые), а именно культурные аспекты организационной культуры общества.

В *Заключении* подводятся общие итоги диссертационного исследования и формулируются основные выводы. Подчеркивается, что организационная

культура существует не только в контексте блока социально-экономических дисциплин, но и в рамках более широкого спектра общественных наук. В работе продемонстрирована продуктивность культурологического подхода к изучению феномена организационной культуры и определено, что организационную культуру следует рассматривать в следующих аспектах:

1) как предмет научного исследования в контексте дисциплин менеджмента, маркетинга и управления персоналом, где оргкультура выступает в качестве инструмента организации и управления производственными процессами и отношениями;

2) как область бытия, существующая в социокультурном контексте; организационная культура определяется как социокультурной парадигмой общества, так и происходящими в мире процессами.

В условиях глобализации организационная культура претерпевает модификацию своих социально-культурных функций и действует на нескольких уровнях. В диссертационном исследовании дана трактовка организационной культуры, как многоуровневого социокультурного феномена, и выявлены следующие уровни его существования:

1) организационная культура фирмы (субъектом организационной культуры выступает корпорация с присущими ей ценностно-нормативным пластом и моделями отношений);

2) организационная культура отрасли (организационная культура представителей профессионального сообщества; совокупность корпоративных культур организаций отрасли);

3) организационная культура как культура ведения бизнеса (основополагающим элементом является капиталистический тип мышления, выстраивающийся на базе специфических ценностей).

Также дается уточнение к существующему в научном знании соотношению понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». В зависимости от субъекта организационной культуры данные понятия могут быть как тождественны, так и выступать как самостоятельные феномены.

В диссертационном исследовании дан анализ организационной культуры как объективного и разностороннего явления. С одной стороны, организационная культура тождественна корпоративной культуре и выступает в качестве значимой для общества субкультуры, имеющей ряд признаков, как и любая другая субкультура. С другой стороны, организационная культура, как идеология бизнеса, действуя в интересах своих носителей, способна оказывать влияние на все стороны и сферы бытия. В этой связи обоснована необходимость создания механизмов ограничения и регулирования организационной культуры в условиях глобализации. Алчность менеджмента дает мощный импульс распространению по всему миру организационной культуры с ее способностью подминать под себя самобытные локальные культурные формы, поэтому необходимо иметь «заслон», ограждающий местные культурные формы от негативного вмешательства унифицированной западной формы организационной культуры. Это будет способствовать возникновению гомеостатического культурного равновесия между глобальными и национальными процессами. Подобная

идея о гомеостазисе должна быть воспринята культурологией в контексте важных проблем современности. Понимание характера влияния организационной культуры на другие области жизнедеятельности человека и общества позволит переосмыслить преобразующий потенциал организационной культуры в системе воздействия на различные сферы жизни и защитить эти сферы от негативных последствий подобного воздействия.

Основные положения диссертации отражены в публикациях:

Публикации в журналах, рекомендованных ВАК РФ:

1. Фатиев Н.И., Хабаров А.Ю. Организационная культура и парадоксы ее развития // Вопросы культурологии, 2010. – №11. – С. 77–82 – 0,5 п.л.
2. Хабаров А.Ю. Культурные ограничители в сфере менеджмента и организационный конфликт // Вестник Орловского государственного университета / Серия: Новые гуманитарные исследования, 2011. – №4 (18). – С. 396–399 – 0,4 п.л.

Публикации в других изданиях:

3. Фатиев Н.И., Хабаров А.Ю. Экономический кризис и организационная культура // Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции, 13 февраля 2009 г. – СПб.: СПбГУП, 2009. – С. 67-70. – 0,3 п.л.
4. Хабаров А.Ю. Организационная культура и теневые аспекты глобализации (на примере современного кинематографа) // Реклама и PR в России: современное состояние и перспективы развития: материалы VII Всероссийской научно-практической конференции, 12 февраля 2010 г. – СПб.: СПбГУП, 2010. – С. 67 – 70 – 0,3 п.л.
5. Хабаров А.Ю. Аватар: Pro и Contra. Социально-культурные аспекты голливудского блокбастера // Актуальные проблемы современной науки // Материалы международной научно-практической конференции научной сессии «XII Невские чтения» (21-23 апреля 2010 г.) / Под общ. ред. Н.И. Озеровой. – СПб.: Изд-во Невского института языка и культуры, 2010. – С. 116-123 – 0,5 п.л.

Хабаров Алексей Юрьевич

Трансформация организационной культуры в процессе глобализации
Автореф. дисс. на соискание ученой степени кандидата культурологии

Подписано в печать 27.09.2011 г. Заказ № 13311

Формат 60x84/16 Усл. печ.л. 1. Тираж 100 экз.

Типография ООО «Турусел»

191186, Санкт-Петербург, ул. Миллионная д.1. Тел. 571-54-74