

16



*На правах рукописи*

**Тумгоева Зарема Исаевна**

**ДИНАМИКА ЦЕННОСТНЫХ ОСНОВАНИЙ  
КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИИ:  
КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

Специальность 24 00.01 – теория и история культуры  
(культурология)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата культурологии



**- 3 ДЕК 2009**

Москва – 2009

Работа выполнена на кафедре культурологии и деловых коммуникаций  
Федерального государственного образовательного учреждения высшего  
профессионального образования «Российская академия государственной службы при  
Президенте Российской Федерации»

Научный руководитель

**Сайко Елена Анатольевна,**  
доктор философских наук, доцент

Официальные оппоненты

**Шлыкова Ольга Владимировна,**  
доктор культурологии, профессор

**Ройфе Августа Борисовна,**  
кандидат философских наук, доцент

Ведущая организация

**Московский государственный  
гуманитарный университет  
им. М.А. Шолохова**

Защита состоится 15 декабря 2009 года в 14<sup>00</sup> часов на заседании  
диссертационного совета Д-502 006 07 при Федеральном государственном  
образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российская  
академия государственной службы при Президенте Российской Федерации» по  
адресу 119606, Москва, проспект Вернадского, 84, I учебный корпус, ауд 3330

Объявление о защите и автореферат опубликованы на сайте  
Федерального государственного образовательного учреждения высшего  
профессионального образования «Российская академия государственной  
службы при Президенте Российской Федерации» [www.rags.ru](http://www.rags.ru) 13 ноября 2009 г

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке РАГС (I учебный корпус)

Автореферат разослан 14 ноября 2009 г

**Ученый секретарь**  
диссертационного совета  
кандидат философских наук, доцент



**В. И. Ефременко**

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Одной из важных проблем современного российского общества является повышение уровня культуры социально-экономического управления, развитие профессионального самосознания личности посредством формирования, прежде всего, ценностных оснований корпоративной культуры организаций

Будучи фактором успешной и результативной деятельности современной организации любого типа и эффективного процесса управления ею, корпоративная культура в своем ценностном аспекте детерминируется в последние два десятилетия переменами в общественно-политическом и экономическом укладе России, связанными не только с демократическими преобразованиями в стране в целом, но и с переходом ее экономики на рыночные отношения и активным участием государства в глобализационных процессах. Коренная трансформация прежних социальных и культурных ценностей повлияла и на ценностные основания корпоративной культуры организации

Системный кризис, переживаемый в настоящий период Россией, обусловил девальвацию культурных ценностей, охватившую все без исключения типы, срезы, уровни отечественной культуры. В связи с этим в настоящий период возникает необходимость в междисциплинарных исследованиях, ориентированных на разработку перспективных моделей социокультурного развития общества, формирующих соответствующие ценностные основания, способствующие преодолению кризиса

С данной точки зрения корпоративную культуру можно рассматривать в качестве опытного полигона для теоретического проектирования таких моделей. Прежде всего, потому, что корпоративная культура является результатом работы коллектива (корпоративной группы) организации, направленной на формирование принципов, правил, наиболее актуальных в процессе обеспечения эффективности профессиональной деятельности организации. В то же время эти правила и принципы определяются ее миссией и стратегией развития, и, соответственно, выражаются в совокупности социальных норм и ценностей, которых придерживается большинство, что в целом предоставляет возможность для исследования динамики ценностных оснований корпоративной культуры в рамках того или иного вида специализированной деятельности, а также для осмысления закономерностей ее эффективного естественного воспроизводства

В числе необходимых предпосылок данного процесса – стратегически выверенные теоретико-методологические инновационные модели лидерства, оптимальные концепции разрешения конфликтов, действенные способы формирования межкультурных коммуникаций, механизмы оценки и повышения уровня профессиональной компетентности сотрудников и руководства организации, ясное понимание сущности позитивного социального имиджа и т д

Следует отметить, что жизнеспособная модель корпоративной культуры организации основывается, прежде всего, на оптимальном использовании человеческих ресурсов и, соответственно, особом внимании к человеческому фактору. Не случайно успешно развивающиеся организации отличаются высоким уровнем корпоративной культуры, который формируется в результате целенаправленных усилий по развитию духа организации, воплощенном в корпоративных ценностях.

Интерес к проблеме корпоративной культуры организаций в современном гуманитарном знании и ее актуальность обусловлены, в свою очередь, важностью другой проблемы, связанной непосредственно с насущными вопросами корпоративного управления. Именно поэтому в последние годы в поле научных исследований и в сфере менеджмента наблюдается особое внимание к феномену корпоративной культуры в аспекте поиска современной парадигмы управления корпорациями. Этим во многом объясняется и появление работ, посвященных корпоративной культуре, организационной культуре, культуре организации, внутрифирменной культуре и т д.

Действительно, экономисты, теоретики и практики менеджмента, социологи, психологи, культурологи и др проявляют в настоящий период повышенный интерес к феномену корпоративной культуры в целом, и, в частности, – к вопросам корпоративного имиджа, этики, этикета и др. Однако, как правило, за пределами внимания современных исследователей остаются особенности, различия, существующие между организациями, обусловленные сферой их деятельности, принадлежностью к определенному сектору экономики и т д. А ведь именно эти факторы определяют специфику корпоративной культуры каждой отдельно взятой организации, равно как и принципы оптимального для нее и эффективного корпоративного управления.

В этом смысле корпоративную культуру организаций, представляющих, к примеру, финансовый сектор, или такие сферы, как сервис и услуги, рекреация и досуг, можно рассматривать в качестве достаточно специфичного и сложного объекта междисциплинарных исследований в гуманитарном знании и при этом –

наиболее точного индикатора динамики ценностных оснований, характерных для социокультурных реалий в целом и корпоративной культуры – в частности

Кроме того, на наш взгляд, остается не востребуемым (в качестве объекта и проблематики исследований) ценностный потенциал корпоративной культуры. Между тем, благодаря его наличию корпоративная культура способна воздействовать на процесс развития организации, сохранять и повышать ее конкурентоспособность в постоянно изменяющемся мире, обеспечивать сбалансированность традиций и инноваций в стиле управления организацией, придавая ему взвешенность, гибкость и прогностичность

Таким образом, актуальность темы данного диссертационного исследования подтверждается необходимостью осмысления феномена корпоративной культуры организации в аспекте ее аксиологической сущности и осмысления динамики ценностных оснований с позиции культурологического анализа

#### **Степень разработанности проблемы.**

Цели, задачи, теоретико-методологические основания данного диссертационного исследования тесно взаимосвязаны с фундаментальными проблемами культурологического знания, актуализация которых в настоящий период побуждает современных исследователей к поиску новых методологических подходов к осмыслению феномена культуры в эпоху становления информационного общества, сопровождающегося интенсивными процессами глобализации, трансформирующими социокультурное пространство, коренным образом влияющими на формирование ценностных ориентаций личности, социальных групп и общества в целом<sup>1</sup>

В данном диссертационном исследовании мы разделяем взгляды современных отечественных ученых на сущность понятия «культура» в контексте формирования новой парадигмы ее развития. В этом ракурсе культура с позиции культурологического подхода рассматривается, в частности, в

---

<sup>1</sup> Поиск методологии осмысления проблем связанных с формированием новой парадигмы в развитии культуры в условиях глобализационных процессов и становления информационного общества в различных аспектах реализуется в исследованиях отечественных ученых (ГА Аванесова, ОН Астафьева А Богатуров ТГ Богатырева, АВ Виноградов, КД Делокаров, ФД Демидов, ВИ Добренков ВК Егоров СГ Кара-Мурза ПН Киричек, ЛН Москвичев, ВМ Межуев, МС Каган ВБ Кувалдин ВА Лисичкин ЛА Шелепин АА Оганов АС Панарин АА Пелипенко ЕЛ Петренко, СН Сильвестров Р Хестанов АД Урсул Т Урсул ЮВ Яковец ВН Шевченко, ИВ Кондаков и др) и в зарубежной научной литературе (У Бек Э Гидденс, Д Холкинс, П Бурдьё, И Валерстайн, С Амин Ф Утар Н Клейн К Ллойд, К Уолте М Уотерс Ф Фучуама, С Хантингтон П Бергер, П Бродель Д Детьфюс ГП Мартин Г Шмман, Д Нэсбит, П Эбурдин З Бжезинский Ж Бодрийяр, М Маклюэн М Кастельс и др)

работах Г А Аванесовой, О Н Астафьевой, Т.Г Богатыревой<sup>1</sup>, в контексте синтеза философского, культурологического, синергетического подходов исследуют феномен культуры И Н Лисаковский, О Н Астафьева, М С Каган, В С Степин<sup>2</sup>, отечественная культура в рамках истории и философии культуры рассматривается в работах В К Егорова, М С Кагана, В М Межуева, А С Кармина, Э В Сайко, Е А. Сайко<sup>3</sup>, в аспекте формирования информационного общества ее изучают О Н Астафьева, П Н Киричек, А Б Ройфе, О В Шлыкова<sup>4</sup> и др

<sup>1</sup>См Аванесова Г А Астафьева О Н Социокультурное развитие российских регионов механизмы самоорганизации и региональная политика – М Изд-во РАГС, 2004 и др, Богатырева Т Г Глобализация и императивы культурной политики современной России – М Теис 2002, Она же Современная культура и общественное развитие – М Изд-во РАГС 2001 и др

<sup>2</sup>См Лисаковский И Н Диалог культур механизмы смыслы результаты // Теория и практика культуры Альманах – Вып 1 – М Изд-во РАГС, 2004 Астафьева О Н Синергетический подход к исследованию социокультурных процессов возможности и пределы – М Изд-во «МГИДА», 2002 Она же «Переходность» как принцип социокультурного развития движение общества к новому типу культуры // Стратегия динамического развития России единство самоорганизации и управление В 5 т – Т 3 – 4 1 – М Изд-во «Проспект» 2004 – С 178 – 186, Она же Коштыцы синергетики и синергетические стратегии в культурологических исследованиях М С Кагана // Культура и культурная политика Материалы научно-методологического семинара – Выпуск 1 – Синергетическая концепция культурно-исторического процесса М С Кагана / Под общ ред В К Егорова – М Изд-во РАГС, 2005 – С 100 – 118 Каган М С Введение в историю мировой культуры В 2 кн, Кн 1 Изд. 2-е – СПб Петрополис, 2003, Он же Введение в историю мировой культуры В 2 кн, Кн 2 Изд 2-е – СПб Петрополис, 2003 и др, Степин В С Эпоха перемен и сценарии будущего – М, 1996

<sup>3</sup>См Егоров В К Философия культуры России контуры и проблемы – М Изд-во РАГС 2002, Он же Философия русской культуры – М Изд-во РАГС, 2006, Каган М С Введение в историю мировой культуры В 2 кн – Кн 1 – Изд. 2-е – СПб Петрополис 2003 Он же Введение в историю мировой культуры В 2 кн – Кн 2 – Изд 2-е – СПб Петрополис, 2003 Он же Философия культуры – СПб Петрополис, 1996 Кармин А Философия культуры – СПб 2005 Сайко Э В Будущее как фактор развития // Искусство в ситуации смены циклов / Отв ред Н А Хренов – М Наука 2002, Сайко Е А Феномен «переходность» философско-культурологические аспекты – М МАКС Пресс 2006

<sup>4</sup>См Астафьева О Н Этнические культуры в информационном пространстве глобализирующегося мира риски и альтернативы // Культурное разнообразие, развитие и глобализация – М, 2003 – С 54 Она же Почтиог в условиях транснационализации культурного пространства новая реальность глобализирующегося мира // Теория и практика культуры Альманах / Под общ ред В К Егорова – Вып 4 – М Изд-во РАГС 2006 – С 6 – 18 Киричек П Н Медиакоммуникация и массовое сознание – М Изд-во РАГС, 2007 Он же Средства массовой информации в системе «общество – государство» – М Изд-во РАГС, 2007, Он же Системно-целевой мониторинг информационных процессов // Теория и практика информационной политики – Выпуск 1 Сб научных статей – М Изд-во РАГС, 2007 – С 134 – 144, Он же Информационный процесс в системно-целевом измерении – М Изд-во РАГС, 2008, Он же Информационная культура алгоритмы прогресса и регресса // Теория и практика культуры Альманах – Вып 7 / Под общ ред О Н Астафьевой, П Н Киричек – М Изд-во РАГС, 2009 – С 19 – 37, Ройфе А Б Отечественная медиакultura освоение реальности через призму фантастического // Медиакultura новой России Мат между конф – Т 2 – Екатеринбург – Москва Академический проект, 2007 – С 337 – 349 и др Шлыкова О В Феномен мультимедиа Технологии эпохи электронной культуры – М МГУКИ 2003, Горизонты электронной культуры новые коммуникации // Медиакultura новой России Мат между конф – Т 2 – Екатеринбург – Москва Академический проект, 2007 – С 262 – 274 и др

Отметим, что проблема ценностных оснований корпоративной культуры тесно связана с такими основополагающими понятиями в культуре, как диалог (М М Бахтин<sup>1</sup>) и диалог культур (М Бубер, В.С. Библер, Ю М Лотман и др)<sup>2</sup>, а также с концептом «метафизика нравов» (И Кант<sup>3</sup>), теорией общения, в частности, с тем ее аспектом, который представлен в существующих концепциях делового общения<sup>4</sup>, и теорией межкультурных коммуникаций, проблемами межкультурной компетентности (А П Садохин и др)<sup>5</sup>

Важным в контексте исследования корпоративной культуры в данной работе является также и семиотический подход, основанный на рассмотрении культуры как знаковой системы, реализуемый в теоретико-методологических моделях структурализма и постструктурализма (Р Барт, Ф Деррида, Л Ельмслев, Ю Кристева, Вяч Вс Иванов, Ю М Лотман, Ч Моррис, Ф де Соссюр, Ю С Степанов, Г Фреге, М Фуко, Р О. Якобсон и др)<sup>6</sup>

В связи с этим особенно актуальными для осмысления знаковых систем, существующих и взаимодействующих в пространстве проблематики данного диссертационного исследования, являются теоретико-методологические основания семиотики бытового поведения (Ю М Лотман<sup>7</sup>).

<sup>1</sup> См Бахтин М М К переработке книги о Достоевском // Бахтин М М Эстетика словесного творчества – М Искусство 1979 Он же К методологии гуманитарных наук / Бахтин М М Эстетика словесного творчества – М Искусство, 1979 Он же Проблемы поэтики Достоевского – М, 1979

<sup>2</sup> См Бубер М Два образа веры – М Республика, 1995, Он же Хасидские предания – М, 1997 Он же Я и Ты – М Высшая школа, 1993 и др, Библер В С На гранях логики культуры – М, 1997, Лотман Ю М Наследие Бахтина и актуальные проблемы семиотики // Лотман Ю М История и типология русской культуры – М Искусство – СПб, 2002

<sup>3</sup> См Кант И Метафизика нравов В 2-х ч – М Мир книги, Литература, 2007

<sup>4</sup> Эта проблема активно разрабатывается в частности, в аспекте научно-практической деятельности, в лаборатории делового общения кафедры культурологии и деловых коммуникаций РАГС (Л В Комарова, Т Б Маркичева, И Ю Васильева, М Н Богомолова), а также в работах И Н Невлевой и др

<sup>5</sup> См Садохин А П Введение в теорию межкультурных коммуникаций – М Высшая школа, 2005, Он же Межкультурная компетентность как социокультурный феномен – Калуга Изд-во «Эйлос», 2008 и др

<sup>6</sup> См, в частности Барт Р Избранное Семиотика Поэтика – М, 1989 Деррида Ж О грамматологии – М, 2000, Ельмслев Ч Прологомены к теории языка / Новое в зарубежной лингвистике Вып 2 – М, 1962, Иванов Вяч Вс Очерки по истории семиотики в СССР – М, 1976, Лотман Ю М Внутри мыслящих миров Человек Текст Семиосфера История – М 1996 Он же Избр статьи В 3 тт – Т 1 – Таллинн, 1992, Он же Структура художественного текста – М 1970 Моррис Ч Основания теории знаков // Семиотика / Под ред Ю С Степанова – М 1983, Соссюр Ф де Труды по языкознанию – М 1977, Степанов Ю С Семиотика – М 1972 Труды по знаковым системам (Учен зап Тартуского унта) – Тарту 1965–1983 – Вып 2–20 Фреге Г Смысл и денотат // Семиотика и информатика – М 1977 Фуко М Слова и вещи – М 1994, Якобсон Р О В поисках сущности языка // Семиотика / Под ред Ю С Степанова – М 1983

<sup>7</sup> См Лотман Ю М Наследие Бахтина и актуальные проблемы семиотики // Лотман Ю М История и типология русской культуры – М Искусство – СПб, 2002, Он же Поэтика бытового поведения в русской культуре XVIII века // Лотман Ю М Избранные статьи – Т 1 – Таллинн, 1992, Он же

В условиях глобализации, в связи с активным развитием межкультурных коммуникаций, включая многообразные тенденции, характерные для бизнес-коммуникаций, возросла в целом значимость сферы делового общения и, как следствие, наблюдается повышенный интерес в поле гуманитарного знания к проблемам деловой культуры и корпоративной культуры, рассматриваемым в различных аспектах, в том числе в рамках проблемы кросс-культурного менеджмента, исследуемой в работах зарубежных (Р Льюис, Ф Тромпенаарс и Ч Хампден-Тернер, Г Хофстеде и др) и отечественных (О.Н Астафьева и др)<sup>1</sup> ученых

Необходимо отметить, что истоки и предпосылки современных подходов к исследованию проблем корпоративизма и корпоративной культуры содержатся уже в трудах М Вебера<sup>2</sup>, который заложил теоретико-методологические основы в изучении культуры и самоорганизации корпораций, выявил соотношение социально-экономического благополучия и морально-этических принципов, представил модель «рациональной организации свободного труда»<sup>3</sup>

Ф Тейлор, А Файоль<sup>4</sup> создали в дополнение к концепции М Вебера монополярную модель организации производства современного общества, базирующуюся на жесткой иерархии статусов и распределении ролей, человек в этой организации представлен лишь как человек

В свою очередь в работах зарубежных ученых (К Дэвис, Дж В Ньюстром<sup>5</sup>) и отечественных исследователей (Ю М Резник и

---

Современность между Востоком и Западом // История и типология русской культуры – СПб Искусство–СПб 2002 и др

<sup>1</sup> См Астафьева О Н, Prigov S V Kultura kot dejavnik uspesnega poslovanja mednarodnih podjetij v Rusiji (slov) // Globalno gospodarstvo in kulturna razlicnost / Iredila J Prasnikar in Andrej Cirman – Ljubljani Izdal Casnik Finance d.o.o 2005 – С 395–411 Hofstede G Interkulturelle Zusammenarbeit Kulturen-Organisationen-Management Weisbaden, 1993 Hofstede G Lokales Denken, globales Handeln – Minhen Deutscher Taschenbuh Verlag GmbH&Co KG 2001 Mary L Connerley, Paul B Pedersen Leadership in a Diverse and Multicultural Environment – London Sage Publication Ltd, 2005, Тромпенаарс Ф, Хампден-Тернер Ч Национально-культурные различия в контексте глобализационного бизнеса – М 2004, Льюис РД. Деловые культуры в международном бизнесе От столкновения к взаимопониманию Пер с англ – М Дело 1999

<sup>2</sup> См Вебер М Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М Избранные произведения – М, 1990, Он же Хозяйственная этика мировых религий Попытка сравнительного исследования в области социологии религий // Вебер М Избранное Образ общества – М, 1994

<sup>3</sup> См Вебер М Протестантская этика и дух капитализма // Вебер М Избранные произведения – М 1990

<sup>4</sup> См Управление – это наука и искусство Файоль А, Эмерсон Г, Тейлор Ф, Форд Г – М, 1992

<sup>5</sup> См Ньюстром Дж В, Дэвис К Организационное поведение / Пер с англ под ред Ю Н Каптуревского – СПб, 2000

К А Кравченко, Н Н Зарубина<sup>1)</sup> наиболее полно рассматриваются не только вопросы, связанные с формированием корпоративной культуры, но и особенности коллективного сознания неформальных групп, которые существуют в рамках той или иной производственной организации

Подчеркнем, что в рамках избранной темы диссертации наиболее важным представляется концепт «ценности». В связи с этим особого внимания заслуживают исследования, посвященные проблеме формирования ценностных ориентаций современного общества. Так, П Дракер<sup>2)</sup> исследовал процессы, результатом которых становится эффект вытеснения (замещения) из сознания личности ценностей «экономического» характера («неэкономическими»). Р Инглхарт<sup>3)</sup> выделил характеристики основных ценностей человека культуры в современную эпоху в аспекте постмодерна, определив сущность понятия «постэкономической» мотивационной системы<sup>4)</sup>. С данной точки зрения представляет интерес и «постэкономическая система ценностей» (А Тоффлер)<sup>5)</sup>

Д Белл<sup>6)</sup> выявил, в ценностном аспекте, противоречия, существующие между основными компонентами культуры «постмодерна». В их числе ориентация современного высокотехнологического производства на рациональность, эффективность и рост производительности труда. Важным представляется и то, что Белл обратил внимание на принципиальный уход от ценностей рационализма и аскетизма.

В В Ильин<sup>7)</sup>, в свою очередь, обращаясь к проблеме ценностей, и исследуя их динамику в контексте современного общества, рассматривает их в качестве оптимальной стратегии бытия, связанной с воплощением принципа минимакса. Принцип минимакса ориентирован, прежде всего, на эффективную деятельность, поэтому предполагает наличие у участников исторического процесса стремления к линиям поведения, максимально выигрышным и успешным.

---

<sup>1)</sup> См. Резник Ю М, Кравченко К А. Сущность корпоративной культуры в современной организации // Управление персоналом – 1998 – № 8 – С. 63 – 65, Зарубина Н Н. Социально-культурные основы хозяйства и предпринимательства – М, 1998.

<sup>2)</sup> См. Дракер П. Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В Л. Ингоземцева – М, 1999.

<sup>3)</sup> См. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Политические исследования – 1997 – № 4.

<sup>4)</sup> См. Там же.

<sup>5)</sup> См. Тоффлер А. Адаптивная корпорация // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В Л. Ингоземцева – М, 1999.

<sup>6)</sup> См. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество – М, 1999.

<sup>7)</sup> См. Ильин В В. Философия истории – М, 2003.

Исследования ЕН Скляра и ВЛ Михельсон-Ткач, ОВ Василевской и АО Блинова, В Козлова и А Козловой, ОВ Зуевой, А.И. Пригожина, РЛ Кричевского, С Седуна, ДВ. Реута, УА Чукаевой В А Спивака<sup>1</sup> посвящены концептуализации таких феноменов, как организационная и корпоративная культура В целом можно выделить три критерия, на основании которых современные ученые определяют семантику понятий «организационная культура» и «корпоративная культура», а также выявляют типы соотношений и взаимосвязей между ними

Так, ОС Виханский и АИ Наумов, ВЛ Михельсон-Ткач и ЕН Скляр, В.А Спивак<sup>2</sup> считают, что корпоративная культура тождественна организационной культуре ТЮ Базаров, АА Максименко, И Грошев<sup>3</sup>, напротив, полагают, что организационная культура и корпоративная культура – самостоятельные феномены, не подлежащие отождествлению В качестве аргументации в пользу дифференциации данных понятий исследователи выдвигают следующие положения корпоративная культура формируется специально, с целью разработки и сохранения ценностных оснований организации, организационная культура, в отличие от нее, образуется спонтанно, посредством взаимодействия личностных ценностей, те ценностей самих работников Кроме того, в исследовании феноменов организационной культуры и корпоративной культуры выявляется ориентация на «принцип масштаба»: если объектом изучения становится крупная организация, то в этом случае преимущественно используется понятие

---

<sup>1</sup> См Михельсон-Ткач ВЛ Скляр ЕН Процесс согласования ценностей проблемы и оценка // Менеджмент в России и за рубежом – 2002 – № 1, Бтинов А О, Васитевская О В Искусство управления персоналом – М ГЕЛАН 2001 Козлов В Козлова А Корпоративная культура «костюм» успешного бизнеса // Управление персоналом – 2000 – №1(53) – С 35 – 45, Зуева ОВ Конструирование корпоративной культуры как способ повышения этики поведения в организации // Социально-экономическая реальность и власть Вып I – Москва–Ставрополь 2005 – С 129 Пригожин АИ Методы развития организаций – М, 2003 Кричевский РЛ Если вы руководитель Элементы психологии менеджмента в повседневной работе – М 1998, Седун С Миссия профессионала (Работник в роли философа. Рассуждения консультанта по созданию индивидуальной профессиональной миссии) // Управление персоналом – 1999 – № 12(42) – С 53 – 56 Реут ДВ Корпоративный университет как ключевой момент консультирования корпоративности Корпоративная культура, Материалы встречи ODN 30 октября 2001 года Москва – <http://odn.ru/> Чукаева УА Корпоративная культура и Паблик Рилейшнз (PR) в промышленных организациях // Социологические исследования – 2000 – № 8, Спивак В А Корпоративная культура – СПб Питер, 2001

<sup>2</sup> См Виханский ОС, Наумов АИ Менеджмент человек, стратегия, организация, процесс – М, 1995, Михельсон-Ткач ВЛ Скляр ЕН Процесс согласования ценностей проблемы и оценка // Менеджмент в России и за рубежом – 2002 – № 1 – С 71 – 73 Спивак В А Организационная культура – СПб Нева 2004

<sup>3</sup> См Базаров ТЮ Управление персоналом – М АСАДЕМІА 2003, Максименко АА Организационная культура системно-психологические описания – Кострома КГУ им НА Некрасова 2003 Организационная культура / И В Грошев П В Емельянов В М Юрьев – М ЮНИТИ ДАНА 2004

«корпоративная культура», а в процессе анализа деятельности небольшой организации применяется термин «организационная культура»

Отметим также, что в аспекте «часть и целое» рассматривают данные феномены Л Колесникова и В Перекрестов, Ю.Д Красовский, БЗ Мильнер и Ф Линс, Е Г Молл, Т.О Соломанидина, А И Пригожин<sup>1</sup> Организационная культура как часть корпоративной культуры исследуется в работах А И Пригожина<sup>2</sup> и, наоборот, корпоративная культура как часть организационной культуры, представлена в работах Л Колесниковой и В Перекрестова, Ю Д Красовского, Б З Мильнера и Ф Линса, Е Г Молла, Т О Соломанидиной<sup>3</sup>

Подчеркнем, что в данном диссертационном исследовании корпоративная культура представлена в качестве специального и специализированного уровня деловой культуры, обладающего характерными особенностями, обусловленными, прежде всего, ее (корпоративной культуры) ценностными основаниями Осмысление динамики ценностных оснований с позиции культурологического подхода является, на наш взгляд, актуальным и необходимым для формирования корпоративной культуры современной организации в контексте стратегий и инноваций в ее управлении

В связи с этим важными в контексте методологии данного диссертационного исследования являются также работы, посвященные трансформации культуры повседневности в современную эпоху и разработке подходов в осмыслении явлений повседневности, адекватных современным социокультурным реалиям (В Д Лелеко, Г И Петрова<sup>4</sup>)

---

<sup>1</sup>См Колесникова Л, Перекрестов В Организационные структуры и культура предпринимательства // ВЭ – 2000 – № 8, Красовский Ю Д Организационное поведение – М Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999, Мильнер Б, Линс Ф Управление современной компанией – М Инфра-М 2001, Молл Е Г Менеджмент организационное поведение – М Финансы и статистика, 2000 Соломанидина Т О Организационная культура компании – М ООО «Журнал «Управление персоналом»», 2003, Пригожин А И Организационная культура и ее преобразование // Общественные науки и современность –2003 – № 5 – С 12 – 22

<sup>2</sup> См Пригожин А И Организационная культура и ее преобразование // Общественные науки и современность –2003 – № 5 – С 12 – 22

<sup>3</sup>См Колесникова Л, Перекрестов В Организационные структуры и культура предпринимательства // ВЭ – 2000 – № 8 Красовский Ю Д Организационное поведение – М Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999, Мильнер Б Линс Ф Управление современной компанией – М Инфра-М 2001, Молл Е.Г Менеджмент организационное поведение – М Финансы и статистика, 2000, Соломанидина Т О Организационная культура компании – М ООО «Журнал «Управление персоналом»» 2003

<sup>4</sup>См Лелеко В Д Культурология повседневности становление и современное состояние // Фундаментальные проблемы культурологии В 4 тт –Т 1 – СПб Алетейя, 2008 – С 377 – 389 Петрова Г И Новые формы трансцендентализма трансцендентализм культурной повседневности // Культурология повседневности становление и современное состояние // Фундаментальные проблемы культурологии В 4 тт –Т 1 – СПб Алетейя, 2008 – С 390 – 400

Актуальным с точки зрения методологии исследования корпоративной культуры представляется и ее рассмотрение в качестве субкультуры общества (В В Прозерский<sup>1</sup>)

Не менее перспективным в современном гуманитарном знании является исследовательский ракурс «культур – общество», в рамках которого, в частности, изучаются проблемы формирования корпоративной культуры в аспекте становления гражданского общества (В Л Иноземцев, В Т. Сергеева, А С Ахиезер, А П Давыдов, М А Журовский, И Г Яковенко, Е Н Яркова)<sup>2</sup>

Свою традицию в зарубежной и отечественной научной мысли имеют и исследования структурных компонентов и основных характеристик корпоративной культуры (Й Кунде, М Мескон, М Альберт, Ф Хедоури, Р Дафт, Э А Капитонов, Г П. Зинченко и А Э Капитонов, Л В Карташова, Т В Никонова и Т О Соломанидина, В А Спивак, Т Н Персикова и др)<sup>3</sup> Важными являются также работы, посвященные проблемам специфики корпоративной культуры в организациях, крайне отличающихся друг от друга с точки зрения профиля профессиональной деятельности (к примеру, банки, библиотеки, гостиницы и др), которые, несмотря на востребованность данной проблемы, составляют в среде гуманитарных исследований явное меньшинство (Г А Аванесова, Ю.А Ахмадова, Н Е Андреева, В Г Ищенко, А П Садохин и др)<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> См Прозерский В В Корпоративная культура как субкультура общества // Фундаментальные проблемы культурологии В 4 тт – Т 1 – СПб Алетейя, 2008 – С 43 – 54

<sup>2</sup> См Иноземцев В Л Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная волна на Западе Антология – М, 1999, Сергеева Т Б Корпоративная культура как фактор социокультурной динамики // Актуальные проблемы социогуманитарного знания Сборник научных трудов – Вып XI – М 2004, Ахиезер А С Культура и пространственная динамика России / Куда идет Россия? Социальная трансформация постсоветского пространства / Под общ ред Т И Заславской – М, 1996 – С 286 – 292 Ахиезер А С Давыдов А П, Журовский М А, Яковенко И Г, Яркова Е Н Социокультурные основания и смысл большевизма – Новосибирск, 2002

<sup>3</sup> См Кунде Й Корпоративная религия – СПб, 2002 Мескон М Альберт М, Хедоури Ф Основы менеджмента – М 2000 Дафт Р Организации – СПб Прайм – ЕВРОЗИАК, 2002, Капитонов Э А, Капитонов А Э Корпоративная культура Ростов-на-Дону 2001 Капитонов Э А, Зинченко Г П, Капитонов А Э Корпоративная культура теория и практика – М, 2005, Карташова Л В, Никонова Т В, Соломанидина Т О Организационное поведение – М 2000, Спивак В А Корпоративная культура – СПб, 2001, Персикова Т Н Межкультурная коммуникация и корпоративная культура – М Логос, 2006

<sup>4</sup> См работы Аванесова Г А Сервисная деятельность историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент – М Аспект Пресс, 2005, Андреева Н Е Корпоративная культура библиотеки // Наука о книге Традиции и инновации К 50-летию сборника «Книга Исследования и материалы» Материалы 12 межд науч конф по проблемам книговедения В 4-х ч – Ч 2 – М Наука, 2009, Ахмадова Ю А Организационная культура национальной библиотеки Региональный опыт Чеченская Республика – М Либерея-Библинформ 2008 Ищенко В Г Сервисология Человек и его потребности – Чита Изд-во ЗабГГПУ, 2007, Садохин А П Сервисология человек и его потребности – М Омега-Л, 2009 и др

Однако, несмотря на многообразие подходов к осмыслению феномена «корпоративная культура», существующих в сфере гуманитарного знания, целостная, всесторонне разработанная, междисциплинарная концепция корпоративной культуры в поле современных научных исследований пока не сформировалась, равно как и оптимальная теоретическая модель корпоративной культуры в рамках прикладной культурологии

Анализ работ, в той или иной степени касающихся данной проблемы, показывает, что корпоративная культура преимущественно рассматривается в аспекте корпоративного управления, не являясь при этом самостоятельным объектом исследования. Это во многом объясняет и отсутствие сформированного самостоятельного понятийного аппарата по данной проблеме, в полной мере отражающего специфику и семантику феномена корпоративной культуры

Большой объем научной литературы, которая посвящена специальным и общим компонентам корпоративной культуры, а также усилению ее роли в социально-экономической жизни современного общества, тем не менее, не снижает актуальность культурологического анализа проблем, связанных с развитием корпоративной культуры в условиях социокультурных реалий. Следует также отметить, что в настоящий период недостаточно изучены структурные компоненты и ценностные основания корпоративной культуры современной организации. Это во многом определило цель и задачи данного диссертационного исследования

**Объектом** диссертационного исследования является корпоративная культура организации

**Предмет** исследования – ценностные основания корпоративной культуры современной организации

**Цель исследования** – выявление содержательных характеристик корпоративной культуры как фактора эффективного управления современной организацией в аспекте динамики ценностного потенциала, стратегического и инновационного ресурсов

В соответствии с поставленной целью в диссертации решаются следующие **задачи**

- обобщить существующие основные теоретико-методологические концепты корпоративной культуры,
- с позиции культурологического анализа выявить сущность, особенности формирования и развития современной корпоративной культуры организации,
- типологизировать ценностные основания современной корпоративной культуры организации,

- определить роль корпоративной культуры в контексте эффективного управления организацией,

- рассмотреть современную корпоративную культуру организации в стратегическом и инновационном аспектах;

- осуществить компаративный анализ моделей лидерства в корпоративной культуре организации

#### **Теоретико-методологическая база исследования.**

В основе подхода к осмыслению проблематики диссертационного исследования лежит методология культурологического анализа, призванная расширить существующие границы понимания специфики корпоративной культуры организации. Особенности объекта и предмета диссертации потребовали обращения к другим методам исследования, обусловившим ее междисциплинарность. В их числе компаративный анализ, сравнительно-исторический подход, системный подход, метод «кейс-стади», семиотический анализ, концепции и теоретические модели, связанные с теорией межкультурных коммуникаций и др.

#### **Положения, выносимые на защиту.**

1 Осмысление динамики корпоративной культуры современной организации позволяет выявить наиболее острые и перспективные проблемы в поле современного культурологического знания, в том числе – прикладной культурологии. В связи с этим в данной работе результаты исследования проблемы соотношения корпоративной культуры и менеджмента выражаются в попытке типологизировать, с позиции культурологического анализа, тенденции, факторы, принципы взаимодействия ценностных оснований корпоративной культуры с механизмами эффективных инновационных стратегий управления организацией – с целью расширения существующей теоретико-методологической базы для формирования оптимальной модели российской корпоративной культуры.

2 Придерживаясь в целом следующей трактовки корпоративной культуры: 1) как специализированного и специфического уровня деловой культуры, 2) как части культуры повседневности, – мы полагаем, что корпоративная культура современной организации при наличии соответствующего ценностного потенциала может рассматриваться в качестве корпоративной культурной политики.

3 Корпоративная культура, рассматриваемая как корпоративная культурная политика организации, должна способствовать ее интенсивному развитию, базируясь, прежде всего, на принципах превентивности и оперативности, позволяющих сделать процесс преобразований, неизбежный и

необходимый в деятельности организации любого типа, целесообразным, последовательным, органичным, гибким, обеспечивающим сбалансированность целей, задач, интересов участников данного процесса как внутри, так и за пределами организации

4 Компаративистский анализ ценностного потенциала существующих моделей лидерства позволяет выявить стратегические и инновационные ресурсы корпоративной культуры организации как корпоративной культурной политики, субъектом которой является лидер (формальный или неформальный)

#### **Новизна диссертации состоит в следующем.**

1 С позиции культурологического анализа типологизированы ценностные основания современной корпоративной культуры организации, прослежена их динамика в контексте социокультурных реалий

2 Выявлены механизмы, обеспечивающие корпоративной культуре роль значимого фактора в процессе эффективного управления организацией, являющиеся оптимальными для различных сфер специализированной деятельности

3 Расширено представление о сущности корпоративной культуры, в связи с учетом стратегических и инновационных ресурсов современной корпоративной культуры организации произведены уточнения ключевых понятий, связанных с данным феноменом

4 Осуществлен компаративистский анализ ценностного потенциала моделей лидерства, существующих в корпоративной культуре организации. Выявлен потенциал формального и неформального лидера, позиционируемого в качестве субъекта корпоративной культурной политики организации

#### **Теоретическая и практическая значимость исследования.**

Диссертационное исследование дополняет существующие взгляды на корпоративную культуру организации. Положения и выводы, содержащиеся в нем, способствуют уточнению теоретических представлений о месте и роли корпоративной культуры в современном российском обществе. Теоретические обобщения и практические выводы могут быть использованы философами, культурологами, политологами, экономистами и специалистами других областей гуманитарного знания для прикладных разработок, спецкурсов по административной этике, в процессе подготовки и переподготовки менеджеров культуры и управленческих кадров в других сферах деятельности

#### **Апробация результатов исследования.**

Основные идеи и положения, сформулированные в диссертации, были представлены автором на международных и всероссийских конференциях и семинарах, таких как: научно-практические семинары «Культура и культурная политика» Москва, РАГС, 2006 – 2009 гг.,

Международная конференция «Межкультурный и межрелигиозный диалог в целях устойчивого развития», Москва, РАГС, 13–16 сентября 2007 г., Международная научно-практическая конференция «Кириллица от возникновения до наших дней» (РИК–РАГС), 6–8 декабря 2007 г.; Международная научная конференция «Человек, культура, общество» (РИК – РАГС), 30 октября – 1 ноября 2008 г и др.

Диссертация прошла обсуждение и была рекомендована к защите на заседании кафедры культурологии и деловых коммуникаций Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 26 06 2009 г (протокол № 11) и принята к защите на заседании диссертационного совета Д-502 006 07 Федерального государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 30 06 2009 г (протокол № 3)

Теоретические положения, выводы, обобщения и практические рекомендации отражены в 5 научных публикациях автора общим объемом 2,4 пл

**Структура и объем диссертации.** Работа состоит из введения, двух глав (по три параграфа в каждой), заключения и списка использованной литературы

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во Введении** обосновывается актуальность темы исследования, его теоретическая и практическая значимость, степень разработанности в научной литературе основной проблематики данной диссертации, определены ее цель, задачи, теоретико-методологические основания

**В первой главе «Теоретико-методологические концепты корпоративной культуры»** выявляются сущность, особенности формирования и развития, ценностные основания корпоративной культуры в контексте эффективного управления современной организацией

**В первом параграфе «Корпоративная культура: сущность, особенности формирования и развития»** автор, прежде всего, обращает внимание на то, что корпоративная культура в современном междисциплинарном пространстве, как правило, изучается в контексте сопряженных с ней теоретических понятий, таких как «культура управления», «психология менеджмента», «культура организации», «деловая культура» и др Кроме того, в исследованиях по менеджменту и теории организации термины «культура организации», «корпоративная культура», «организационная культура»

используются как взаимозаменяемые Автор диссертации полагает, что данная традиция сформировалась уже в первых работах, посвященных проблемам организационной культуры, интерес к которым был обусловлен активным изучением истории и теории управления, появившимся в зарубежной и отечественной науке в 1940-х гг<sup>1</sup>, а затем была продолжена на новом этапе осмысления феномена «корпоративная культура» (в 70-е годы XX в<sup>2</sup>), ставшей в тот период объектно-предметной сферой, перспективной для теоретико-методологических изысканий в области экономики, социологии, психологии, культурологии и др

В связи с этим в параграфе показывается, что в работах современных исследователей корпоративная культура и организационная культура достаточно часто отождествляются и выступают преимущественно как понятия-синонимы Однако, в определениях, которые дают исследователи организационной культуры и корпоративной культуре, обнаруживаются существенные различия, на которые указывается в настоящем диссертационном исследовании с целью расширения представления о сущности корпоративной культуры с позиции культурологического подхода и уточнения дефиниций, входящих в понятийный круг данного феномена

Обобщая результаты анализа содержания, этимологических и функциональных оснований определений корпоративной культуры, представленных в работах отечественных и зарубежных исследователей, автор приходит к выводу, что под корпоративной культурой в современном культурологическом знании традиционно понимается, прежде всего, специфический и специализированный уровень деловой культуры В параграфе используется следующее понимание семантики корпоративной культуры, состоящей в двух основных аспектах «1) система взаимодействующих субкультур организаций, входящих в состав корпоративного образования, 2) разделяемые всеми ценности, представления, ожидания, нормы, приобретенные по мере вхождения в компанию и за время работы в ней»<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Этой проблеме, в частности, посвящены следующие работы Барнард Ч. Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации – М. Социум, 2009, Он же. Ридер по курсу «Теория и социология организаций» / Составители Щербина В.В., Фадеева М.Л. – М. ГУ-ВШЭ, ф-т менеджмента, 2000, Саймон Г., Смитсбург Д., Томпсон В. Менеджмент в организации – М. Экономика, 1995

<sup>2</sup> См. подробнее Тихомирова О.Г. Организационная культура: Формирование, развитие и оценка. СПб., 2008 – С. 27 – 38, Оучи У. Методы теории организации: японский и американский подходы. Theory-Z. М., 1984, Питерс Т., Уоттерман Р. В поисках эффективного управления – М., 1986, Дил Т., Кеннеди А. Корпоративные культуры – М., 1990 и др.

<sup>3</sup> Антонов В.Г., Крылов В.В., Кузьмичев А.Ю., Масленников В.В., Панфилова Е.Е., Серебрякова Г.В. Корпоративное управление. М. ИД «Форум» ИНФРА-М, 2006 – С. 278

Исходя из того, что в различных областях деятельности (хозяйственной, производственной, финансовом секторе экономики, сферах сервиса, рекреации и досуга, библиотечном деле и др.) и, соответственно, в разных типах структур (государственных, коммерческих, некоммерческих, общественных) корпоративная культура имеет свои особенности и свои механизмы воздействия на деятельность той или иной организации, автор высказывает суждение о прерогативе руководства организации в процессе формирования корпоративной культуры и адекватной оценке ее ценностного потенциала

В данном параграфе отмечается, что важным для понимания сущности и особенностей корпоративной культуры является семиотический подход к ее осмыслению, который предполагает включенность корпоративной культуры в пространство культуры повседневности и ее рассмотрение в аспекте семиотики бытового поведения, в частности, в ракурсе «обыденное – специализированное»

Существенным для формирования корпоративной культуры организации представляется и ее географическое положение, национальная, этническая, конфессиональная принадлежность членов организации и множество других факторов и свойств. С этой точки зрения автор диссертации придерживается точки зрения Ю. М. Лотмана на «географический фактор», который «особенно интересен, ибо таит в себе некое исходное противоречие. С одной стороны, этот фактор неизменен на всех этапах развития. С другой стороны, именно этот фактор не только делается важнейшим элементом самосознания, но оказывается наиболее чувствительным к динамике доминирующих процессов данной культуры»<sup>1</sup>

Кроме того, проблема осмысления ценностных оснований корпоративной культуры коренным образом связана и с тем противоборством моделей ценностей, которое Ю. М. Лотман определяет как «один из доминирующих конфликтов культурного пространства России»<sup>2</sup>, подразумевая под ним столкновение центристской и эксцентристской культурно-государственных тенденций. Если первая, «основываясь на представлении о том, что мир положительных ценностей со всех сторон окружен агрессивным миром зла, естественно тяготеет к изоляционизму, к замкнутости в себе во всех культурно-политических сферах»<sup>3</sup>, то вторая

---

<sup>1</sup>Лотман Ю. М. Современность между Востоком и Западом // История и типология русской культуры – СПб: Искусство-СПб, 2002 – С. 744

<sup>2</sup>Там же

<sup>3</sup>Там же – С. 745

предполагает, что центр «религиозно-политической и культурной модели переносился за пределы своего государства»<sup>1</sup>

Сходное, в аспекте предпосылок и факторов формирования ценностных оснований корпоративной культуры, суждение высказывает Р Д Льюис, считая, что именно исторический опыт, географическое положение, физиология, внешность и инстинкт выживания – все соединяется, чтобы создать систему убеждений и ценностей, которые будут поддерживать и удовлетворять ожидания и потребности данного общества<sup>2</sup>

Эти факторы влияют и на видовое многообразие корпоративных культур организаций В числе его основных критериев современные исследователи рассматривают следующие стиль управления (авторитарные и демократические), тип корпоративной культуры (бюрократическая, органическая, предпринимательская и партисипативная), «возраст» (молодая или старая), сила воздействия (сильная или слабая), вектор воздействия (функциональная или дисфункциональная), степень инновационности (инновационная или традиционная)<sup>3</sup>

Во многом столь широкая (с позиции семантики и иерархии) амплитуда между данными критериями обусловлена различиями в понимании корпоративной культуры в рамках современных теории менеджмента и культурологии В первом случае культура рассматривается как отличительное бытие с четко определенными положениями, во втором – как вовлеченная форма социальной практики, которая находится под влиянием сложных взаимодействий между людьми, событиями, ситуациями, действиями и определенными обстоятельствами

Во втором параграфе *«Ценностные основания современной корпоративной культуры организации»* анализируется, прежде всего, роль руководителя в формировании корпоративной культуры В этом смысле диссертант разделяет в целом мнение исследователей, считающих, что основатели и руководители организаций, базируясь на своем личном жизненном опыте и представлениях о роли и месте данной организации в мире, природе человеческих отношений, практике менеджмента и т.д., вырабатывают основные принципы ее корпоративной культуры и передают их членам организации при помощи ряда первичных механизмов, действующих как скрыто, так и открыто<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Лотман Ю М Современность между Востоком и Западом // История и типология русской культуры – СПб Искусство-СПб, 2002 – С 745

<sup>2</sup> См Льюис Р Д Деловые культуры в международном бизнесе От столкновения к взаимопониманию Пер с англ – М Делто, 1999 – С 102

<sup>3</sup> См , например Стеклова О Е Организационная культура – Ульяновск УлГТУ, 2007 – С 44 – 48

<sup>4</sup> См Шейн Э Х Организационная культура и лидерство / Пер с англ под ред. В А Спивака. – СПб Питер, 2002

В связи с этим одна из важных задач руководителя состоит в умении понять роль и место его личной и корпоративной культуры в достижении общих целей организации, выявить ее специфику, постоянно корректировать и поддерживать на оптимальном уровне, необходимом для организации. Кроме того, руководитель должен прогнозировать последствия своих решений. Поэтому умение диагностировать причины неудач и успехов и вовремя предотвращать их посредством инструментов и механизмов корпоративной культуры может способствовать повышению и укреплению авторитета руководителя. Таким образом, ценностные основания корпоративной культуры должны базироваться, прежде всего, на взаимном уважении (сотрудников и руководства, между сотрудниками, сотрудников по отношению к клиентам (посетителям) и др.), не менее важным является фактор отношения руководства к деятельности сотрудников по достижению главных целей организации, своевременное моральное (в том числе материальное) поощрение их успешных инициатив и др.

В целом корпоративная культура, обладающая соответствующим ценностным потенциалом, способна поддержать динамическое развитие и сделать процесс преобразований в организации гибким. Не случайно сегодня в современном междисциплинарном пространстве корпоративная культура по значимости находится на одном уровне с организацией и то и другое можно рассматривать как эффективный управленческий инструмент. Поэтому, столь важным в современной организации является процесс эффективного проектирования ее корпоративной культуры, ядро которой – не что иное, как ценности, под которыми следует понимать побуждение, мотивацию, долг, идеал, интерес, потребность, обусловленные спецификой каждой конкретной организации. В связи с этим стереотипность и свособразность корпоративных ценностей в различных сферах специализированной деятельности целесообразно рассматривать на примере корпоративной культуры библиотек, организаций сферы сервиса (в частности, гостиниц) и банка (как организацию, представляющую финансовый сектор в экономике).

В третьем параграфе *«Корпоративная культура в контексте эффективного управления организацией»* исследуются проблемы формирования корпоративной культуры банков, рассматриваемых в качестве организаций, относящихся к финансовому сектору экономики. Обращение к данному типу организации в настоящем диссертационном исследовании связано с тем, что финансовый сектор в экономике является в последние десятилетия наиболее специфичным – с точки зрения становления, бытования

и развития корпоративной культуры в организациях. Особенности формирования корпоративной культуры в этом секторе в России, в свою очередь, обусловлены теми коренными изменениями, которые произошли в результате интенсивного развития рыночных отношений в стране и ее стремительной интеграцией в глобализирующееся пространство.

В настоящий период практически в любом банке уже сформировались основные элементы корпоративной культуры. Это свидетельствует о существующей ныне потребности в выработке универсалий в культуре поведения работников банка, одновременно отражающих единые поведенческие стандарты для сотрудников организаций, позволяющих, в конечном счете, оптимизировать процесс управления организациями и учреждениями финансового сектора в целом, обеспечивать эффективные коммуникации между акторами процессов, характерных для этой сферы (в банке – между банковскими служащими и управляющим, клиентом и банковскими работниками-операционалистами и т.д.).

Деятельность банков строго регламентирована законодательством, т.е. находится в определенном жестко ограниченном правовом поле, одновременно она является объектом пристального внимания клиентов. Таким образом, с одной стороны, банки функционируют в условиях строгого контроля, осуществляемого посредством регулярных и комплексных проверок со стороны соответствующих надзорных органов, с другой – определяющим фактором успешности банков является их стремление оставаться экономически vitalными, а значит, инвестиционно привлекательными в условиях достаточно серьезной конкурентной борьбы и при этом – не нарушать границы соответствующего специфике их деятельности правового поля и соблюдать в своей работе как профессиональные стандарты, так и морально-нравственные, этические нормы.

В связи с этим в ситуации системного кризиса, обусловившего необходимость разработки эффективной программы выживания банков, возрастает роль не только сугубо профильных технологий в области финансового менеджмента, но и значимость в ней корпоративной культуры. Сегодня она требует переосмысления и систематизации с учетом кризисных явлений, и, как следствие, проведения комплекса мероприятий, способствующих качественно новому подходу к внедрению корпоративных стандартов, определяющих и регламентирующих поведение служащих банка на практике.

Однако, несмотря на то, что деятельность банка (и государственного, и коммерческого) должна быть направлена на удовлетворение потребностей клиента (поскольку в этом и состоит основная функция банка как организации, относящейся к финансовому сектору экономики), в современной практике далеко

не все российские банки (в особенности, коммерческие) достаточно четко осознают данный факт

Таким образом, в настоящий период актуализировалась проблема совершенствования корпоративной культуры банков, в том числе их корпоративного стиля как важной составляющей данного уровня культуры. Корпоративный стиль каждого конкретного банка, несмотря на свою специфику, обусловленную его миссией, отраженной в официальном документе («Кодексе банка»), основывается, безусловно, на общепринятых принципах, моральных человеческих устоях, регулируется нормами законодательства. Но есть компоненты корпоративного стиля конкретного банка, которые связаны со стилем его руководства, с реально поставленными, а не декларируемыми, задачами, с ожиданиями владельцев бизнеса, с теми традициями и устоями, которые в процессе деятельности банка трансформируются из общепринятых в корпоративные.

Поэтому особое внимание в данном параграфе уделяется проблеме «транспонирования» международных стандартов корпоративного поведения в российскую среду. Ведь практика показывает, то, что западная компания внедряет достаточно легко и просто, опираясь на ментальность своих граждан, на российском рынке зачастую не находит поддержки. В связи с этим принципы новой корпоративной культуры российские банки, составляющие специфический срез в плане культуры управления организацией, должны внедрять с особой осторожностью, щепетильностью, с учетом национальных особенностей и ясным осознанием принципа культурного многообразия.

Во второй главе *«Современная корпоративная культура организации: стратегическое и инновационное измерения»* анализируются стратегии и инновационные тенденции в пространстве корпоративной культуры.

В первом параграфе *«Стратегии корпоративной культуры организации»* прослеживается процесс разработки эффективной стратегии корпоративной культуры современной организации и выявляются ее особенности в различных специализированных сферах деятельности. Здесь целесообразно рассмотреть существующие стратегические концепции на примере организаций различных типов. Этим обусловлено обращение к корпоративной культуре библиотек, гостиниц, представляющих сферу сервиса и услуг, а также банков, выступающих в качестве организаций финансового сектора экономики.

Наиболее типичными и важными видимыми проявлениями корпоративной культуры являются следующие миссия организации, ее

ценности, цели, корпоративная этика, общие этические принципы и нормы деятельности, корпоративный стиль, фирменный стиль, имидж, обычаи, ритуалы, сопутствующие ее деятельности мифы и др

В данном параграфе актуализируется и исследуется проблема разработки эффективных стратегий корпоративной культуры. Во многом эти стратегии обеспечиваются за счет сбалансированности ее составляющих, располагающихся на разных уровнях: внутреннем и внешнем. К составляющим внутреннего уровня относятся ценности и нормы, именно они и формируют ядро корпоративной культуры, определяют и регламентируют составляющие другого уровня – внешнего, такие как бренд и символика организации (в вербальной и визуальной формах), в том числе церемонии, обычаи и ритуалы, присущие ей и определяющие ее внешний имидж в социокультурном пространстве, а также параметры имиджа сотрудников организации (те имиджа делового человека или – делового имиджа): одежда, стиль поведения и общения и др.

Исследование корпоративной культуры современных организаций различного типа позволяет заключить, что достаточно часто в ней преобладают именно составляющие внешнего уровня, что, в результате, снижает возможности организации в формировании ее истинного позитивного социального имиджа, а также противоречит нормам корпоративной этики.

В связи с этим актуальным представляется осмысление оптимальной модели руководства и, в целом, модели лидерства в контексте корпоративной культуры организации.

**Во втором параграфе «Модели лидерства в корпоративной культуре»** отмечается, что формирование и внедрение модели лидерства в наиболее успешных корпорациях мира представляет собой систематическую деятельность, требующую от руководителей и владельцев корпораций самоотдачи. Результаты анализа деятельности российских организаций, осуществленного в поле научных исследований, позволяют утверждать, что противоположная разработка оптимальной концепции лидерства, а также механизмов по ее реализации не является для них приоритетной, несмотря на то, что слабый лидерский потенциал представляет собой одно из главных и серьезных препятствий в процессе развития организации, формирования ее корпоративной культуры и в целом позитивного социального имиджа.

Корпоративная культура формируется, как правило, благодаря формальным лидерам (руководству), гораздо реже отмечаются случаи, когда она обусловлена воздействием неформальных лидеров. Поэтому уровень и качество корпоративной культуры преимущественно зависят от того,

как руководитель организации позиционирует себя в качестве лидера (условно обозначим эту позицию «я – лидер») и что он подразумевает под «стратегией лидера», которая должна, в идеале, основываться на ценностях управляемой им организации (подразделения и т.п.)

Кроме того, для руководителя должно быть важным то представление о лидере, которое сложилось у сотрудников организации (определим ее «наш лидер»), поскольку именно на сближении этих двух моделей следует формировать стратегию лидерства в организации, а также учитывать ее в ценностных ориентациях корпоративной культуры, так как процесс становления корпоративной культуры предполагает совместный (руководителем и сотрудниками) поиск ответов на ряд важных для деятельности организации вопросов

В связи с этим автор диссертации считает, что лидерство в современной организации следует рассматривать во всем многообразии его проявлений: как стиль руководства, способствующего формированию корпоративных идей и ценностей, воздействующих, в свою очередь, на способы восприятия и чувства сотрудников, как способность руководителя, благодаря соответствующим личным качествам, осуществлять влияние на поведение отдельных лиц и групп работников с целью концентрации их усилий на достижении целей организации, обуславливающих ее эффективную деятельность

Осваивая опыт изучения лидерства, существующий в социально-гуманитарной области знания, автор приходит к выводу, что, в основном, внимание исследователей сосредотачивается на выявлении специфических характеристик или черт лидера, которые будут способны выделять его среди других сотрудников. В этом смысле довольно распространенным является суждение о лидерстве как типе эффективного управленческого взаимодействия, которое позволяет причислить лидерство к общим понятиям теории управления (менеджмента)<sup>1</sup>. Однако подобное понимание, на взгляд автора, в целом сужает семантику лидерства. В связи с этим в диссертации приводятся более широкие и универсальные концепции лидерства, в частности, определение М Вебера<sup>2</sup>. Автор также разделяет укоренившуюся в научной литературе классификацию лидера (формальный/неформальный лидер), обращая внимание на те уточняющие и варьирующие позиции в ней, которые сравнительно недавно были

---

<sup>1</sup> См. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент человек, стратегия, организация, процесс – М., 1995 – С. 367

<sup>2</sup> См. Вебер М. Харизматическое господство / Макс Вебер публ. и пер. Р. П. Шаповалова // Социол. исслед. – 1988 – № 5 – С. 46

внесены современными исследователями<sup>1</sup>, в частности, основывающиеся на концепции Р. Стогдилла<sup>2</sup>, классифицировавшего все определения лидерства по одиннадцати ключевым идеям, что позволило ему в итоге выявить основные качества лидера, в число которых вошли не только высокий интеллект, ответственность и стремление к познаниям, но также надежность, активность, социальное участие и, как результат, соответствующий социально-экономический статус

Важным в осмыслении моделей лидерства является понимание механизмов их реализации Согласно Р.Д Льюису<sup>3</sup>, выделяются два основных типа таких механизмов (способов)– 1) система функций, 2) ориентация на задачу Однако, приведение в действие этих механизмов и их эффективность зависит от мотивации лидера, обуславливающей его поведение в контексте различных типов культур, под которыми Р Д Льюис подразумевает моноактивную, полиактивную, реактивную культуры В соответствии с ними типологизируется и сам лидер (моноактивный, полиактивный, реактивный), характеризуются его ценностные ориентации и стратегии<sup>4</sup>

В параграфе также обращается внимание на проблему социокультурной рефлексии, формирующейся в организации по отношению к лидеру, поскольку данная проблема является сегодня недостаточно изученной. В основном исследователи сводят эту рефлексию к двум видам, противоположным по сути, обусловленным отрицанием личности лидера, основанным на трактовке лидерства как негативного способа поведения, авторитарности и т п<sup>5</sup> или, наоборот, позитивным восприятием ее

В целом лидеров и лидерство следует рассматривать в качестве символов организации и достаточно точных индикаторов, показывающих, насколько эффективной является корпоративная культура данной конкретной организации В свою очередь эффективная корпоративная культура детерминируется эффективной моделью лидерства<sup>6</sup>, предполагающей соответствующие

---

<sup>1</sup> См., в частности Резник Ю М Гражданское общество как феномен цивилизации Часть II Теоретико-методологические аспекты исследования М Изд-во МГСУ «Союз», 1998, Кудряшева Е В Лидер и лидерство Архангельск, 1996 и др

<sup>2</sup> См., в частности Кудряшева Е В Лидер и лидерство Архангельск, 1996 – С 18 – 51

<sup>3</sup> См Льюис Р Д Деловые культуры в международном бизнесе От столкновения к взаимопониманию Пер с англ – М Дело, 1999 – С 103

<sup>4</sup> Там же – С 105

<sup>5</sup> Элвессон М Организационная культура / Пер с англ – Харьков Гуманитарный Центр, 2005 – С 219

<sup>6</sup> См., в частности Мескон М Альберт М, Хедоури Ф Основы менеджмента Пер с англ М Изд-во «ДЕЛО», 2000 – С 348

ценностные ориентации лидера, его мотивацию и оптимальный стиль поведения, особенно в экстремальных ситуациях

В третьем параграфе *«Инновационные тенденции в пространстве корпоративной культуры организации»* отмечается, что в контексте организации понятие «инновация» нередко рассматривается в самом широком смысле. Под инновациями понимаются значительные, ощутимые, изменения в параметрах организации, к примеру, структурные характеристики (количество подразделений, тип взаимодействия между ними и др.), функциональные элементы, а также формы управленческой и производственной деятельности. Однако, вне зависимости от объектно-предметной сферы инноваций, целенаправленные изменения проецируются на область отношений между субъектами разного уровня, и, соответственно, между членами организации. В этом смысле продуктом инноваций становятся конкретные типы отношений. Следовательно, одной из инновационных сфер в организации представляется ее корпоративная культура. Об этом свидетельствует, в частности, и отношение к корпоративной культуре в самих организациях, в том числе в бизнес структурах. Современные исследователи также считают, что к важным факторам, влияющим на устойчивое развитие организации, относятся в условиях становления постиндустриального общества не только производственные технологии, но и корпоративная культура<sup>1</sup>

В связи с этим в параграфе подчеркивается, что эффективная модель корпоративной культуры современной организации основывается на интенсификации инновационных процессов в ее функционировании, посредством технологий управления изменениями. В свою очередь инновации провоцируют состояние неопределенности, нестабильности, обострение конкурентной борьбой, конфликтные ситуации на разных уровнях жизнедеятельности организации. В этом смысле возрастает значимость корпоративной культуры как превентивного средства с точки зрения предотвращения конфликтов и одновременно формирования верной стратегии поведения в условиях уже развившегося конфликта, а также практики применения современных технологий эффективного выхода из конфликтных ситуаций.

Основные предпосылки подобных ситуаций заключаются в отсутствии ценностных оснований корпоративной культуры или же в их дисбалансе. Последствия конфликтов выражаются, как правило, в снижении результативности работы сотрудников; нигилизме по отношению к закрепленным в корпоративном кодексе обязанностям, в рефлексии на

---

<sup>1</sup> См. Екомасов В. В. Что такое корпоративная культура // Кадры предприятия – 2003 – № 12

инновационные процессы – негативной по сути и проявляющейся в соответствующих поступках; в отрицании норм и правил корпоративной и профессиональной этики. Кроме того, в подобных ситуациях интенсивно активизируются межличностные конфликты, негативно влияющие на микроклимат между сотрудниками подразделений организации, а также между организацией и партнерами, клиентами и др.

В связи с этим автор диссертации подчеркивает, что именно посредством механизмов, присущих корпоративной культуре, можно нивелировать деструктивную сущность конфликта, более того – минимизировать возможность возникновения самого конфликтогена как такового. В то же время конфликт, как фактор риска инноваций, одновременно свидетельствует об их необходимости и в профессиональной деятельности организации, и в сфере управления ею. Поэтому модель эффективной корпоративной культуры должна быть достаточно гибкой, отвечающей потребностям организации в изменениях с точки зрения ее инвестиционной привлекательности и жизнеспособности, но при этом учитывать приоритеты ее ценностных оснований, составляющих ядро корпоративной культуры, базирующихся на толерантности, конструктивном межкультурном диалоге, культурном многообразии.

**В Заключении** подведены итоги исследования динамики ценностных оснований корпоративной культуры организации и сформулированы выводы, базирующиеся на результатах произведенного в диссертации культурологического анализа сущности корпоративной культуры, позволившего выявить особенности ее становления и развития в условиях различных сфер специализированной деятельности.

**СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**  
**Публикации в журналах, включенных в Перечень**  
**рецензируемых изданий ВАК**

1 Тумгоева ЗИ Феномен корпоративной культуры в контексте эффективного управления организацией: культурологический аспект // Вопросы культурологии – 2009 – № 8. – 0,5 п.л

**Научные статьи, опубликованные в других научных изданиях**

2 Тумгоева ЗИ Социокультурный аспект принятия управленческих решений // Теория и практика культуры Альманах – Выпуск 5 / Под общ ред В К Егорова – М Изд-во РАГС, 2007 – 0,3 п л

3 Тумгоева З.И Корпоративная культура сущность и проблемы // Теория и практика культуры Альманах – Выпуск 6 / Под общ ред В К Егорова – М Изд-во РАГС, 2008 – 0,3 п л

4. Тумгоева ЗИ Культура и менеджмент общее и особенное // Теория и практика культуры Альманах – Выпуск 7 / Под общ ред О.Н Астафьевой, П Н Киричека – М. Изд-во РАГС, 2009 – 0,5 п л

5 Тумгоева ЗИ Корпоративная культура сущностные характеристики, особенности формирования, типология // КультурНавигатор-2009 Альманах / Под общ ред ОН Астафьевой, Е А Сайко – М МАКС Пресс, 2009 – 0,8 п л



Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата культурологии

**Тумгоевой Заремы Исаевны**

Тема диссертационного исследования.

**Динамика ценностных оснований  
корпоративной культуры организации:  
культурологический анализ**

Специальность 24.00 01 – теория и история культуры  
(культурология)

Научный руководитель  
доктор философских наук, доцент  
**Сайко Елена Анатольевна**

Изготовление оригинал-макета  
Тумгоева Зарема Исаевна

Напечатано с готового оригинал-макета

Издательство ООО «МАКС Пресс»  
Лицензия ИД № 00510 от 01.12.99 г.  
Подписано в печать 03.11.2009 г.  
Формат 60х90 1/16. Усл. печ. л. 1,5  
Тираж 100 экз. Заказ 616  
Тел. 939-3890 Тел./Факс 939-3891  
119992, ГСП-2, Москва, Ленинские горы, МГУ им. М.В. Ломоносова,  
2-й учебный корпус, 627 к