

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

**Н.В. Кокорина**

Институт философии и права СО РАН,  
Новосибирск

nataliaorion@mail.ru

Определяющим для процесса модернизации является потребность человека к самореализации в условиях трансформации общества. В связи с этим повышается роль корпоративной культуры в трансляции ценностей как отдельных индивидуумов в рамках самоорганизующихся систем, так и общества в целом. При этом современная организация рассматривается как целостная открытая система. Особая роль отводится руководителю, качество управления которого определяется сотрудниками компании. Целостность организации зависит от корреляций ценностей руководителя и сотрудников. Принимая во внимание, что и руководитель, и сотрудники как индивиды являются носителями определенных ценностей по трем уровням – материальному, идеологическому (или социальному) и духовному, автор статьи указывает на то, что возникает система, состоящая из достаточно взаимосвязанных элементов. Вместе с тем, как отмечает автор, материальное и духовное начало в кампаниях должно выступать сутью одного явления, а не создавать напряжение в ментальном плане как отдельных личностей, так и целых организаций. Поле ценностного измерения создает благоприятную почву для самореализации индивидуумов. Ценностно-ориентированная деятельность приводит к тому, что современные организации как самоорганизующиеся системы способны оказывать благоприятный эффект на развитие общества и на модернизационные процессы.

**Ключевые слова:** самоорганизующаяся система, модернизация, корпоративная культура, ценности, сознание.

## THE METHODOLOGICAL ASPECT OF THE STUDY OF THE CORPORATE CULTURE

**N.V. Kokorina**

The Institute of Philosophy and Law SB RAS,  
Novosibirsk

nataliaorion@mail.ru

The human need of self-realization is very important for the social transformation during the modernization process. Therefore the role of value-oriented corporate culture is rising both for individuals within the scope of self-organizing systems, and for society as a whole. Also a modern organization is examined as an open integral system. The role of leaders is very important because the quality of their management depends on opinions of workers. The organizational integrity depends on the correlation of values that leaders and workers have. Taking into account the fact that leaders and workers are bearers of material, ideological and spiritual values, the author of this article underlines, that as a result we can see a system which is composed of interrelated elements. Also, the author notes that material and spiritual levels are the heart of the organization, the heart of every person in it. It's important that the field of value perspective create the opportunity for personal realization. Value-oriented activity leads to a situation when modern organizations as self-organizing systems can create an advantageous effect into the development of modern society and modernizational processes in general.

**Key words:** self-organizing system, modernization, corporate culture, values, consciousness.

Анализируя явление корпоративной культуры, сталкиваемся с вопросом, при каких условиях возможна самореализация индивида в организации? Его исследование выводит нас на такие понятия, как индивидуальное и коллективное в организации, или индивидуальной и коллективной (организационной) культуры внутри компании. Каким же образом взаимосвязаны ценности руководителя, сотрудников и определенного культурного контекста? Трансформация общества, связанная с процессами модернизации, порождает трансляцию новых жизненных ценностей. Задача аксиологии – показать, какое место занимают ценности в структуре не только социума, но и экономики; какое место занимает феномен корпоративной культуры в трансляции культурных ценностей. Актуальность исследования данной проблемы продиктована тем, что определяющим для процесса модернизации является соотношение традиционных ценностных элементов и ростков модернизированных структур. Их взаимодействие, последовательность накопления новых качеств позволяют, в конце концов, достигнуть большей органичности социальных изменений, не потеряв при этом системного качества. Столь же важно и само представление о модернизации как осознанной цели, учитывая, что при достаточно серьезных социальных изменениях, включающих элементы модернизации, она может выступать как неотрефлексированный результат массовых социальных процессов. Модернизация как осознанная цель общественного развития зависима от представления о ценности личности, сложившегося в обществе.

Отметим, что на Западе «корпоративная культура» обозначает то же самое, что и «организационная» (западные авторы

используют термины «corporate culture», «organizational culture», «corporate identity»). Отечественные исследователи О.С. Виханский, С.В. Иванова, Л.В. Карташова, В.А. Спивак в основном придерживаются этого подхода [2, 4, 6, 11]. Говоря другими словами, когда мы исследуем явление корпоративной культуры, то выходим на понимание идентичности компании.

С точки зрения системного подхода современная организация рассматривается как открытая система. Иначе говоря, организация – целостный объект, состоящий из элементов, находящихся во взаимных отношениях. При этом организация готова к «открытому диалогу» с другими организациями, представителями власти, науки, образования с целью разработки и внедрения лучших практик. Под элементами мы понимаем культуру руководителя, организационную культуру сотрудников, которая, в свою очередь, учитывая культуру каждого индивида, образует культуру организации. Отношения между культурой управления и организационной культурой формируют организационную структуру компании. Понятие организации мы можем приравнять к понятию организационной структуры.

Основными понятиями общей теории систем являются «целостность», «элемент», «структура», «связи». Целостность предполагает несводимость свойств целого к его составляющим, а также анализ составляющих элементов с точки зрения целого. Хотя элемент системы сам по себе может быть достаточно сложным образованием, с позиции систем он далее неразложим. С другой стороны, если рассматривать организационную культуру как отдельную систему, то культура каждого сотрудника будет представлять собой элементы этой си-

стемы. Хотя в рамках социальной философии, когда ведутся рассуждения об индивидуе, мы фиксируем наше представление о единичном человеке как своего рода социальном атоме. Понятно, что, анализируя культуру каждого человека в отдельности, мы имеем полное право рассматривать его тоже как систему открытую или закрытую. Понятие «индивидуальность» указывает на форму преодоления индивидом своей атомарности и элементарности, на преобразование социального бытия в форму самореализации человека.

Коллективное и индивидуальное – взаимосвязанные характеристики функционирования и развития общества. Эти категории указывают на взаимозависимость обособленного бытия людей и объединяющего их способа жизни. Этот способ может быть основан на прямых контактах или на использовании различных средств коммуникации. Довольно распространенным является стереотип, противопоставляющий два этих явления. Этот стереотип действует в обыденном и в научном мышлении. В организации руководитель, конечно, может и должен управлять процессом создания культуры, однако качество этого управления оценивает не сам руководитель, а сотрудники, а именно каждый сотрудник компании. Если принять во внимание, что и руководитель и сотрудники как индивиды являются носителями определенных ценностей по трем уровням – материальному, идеологическому (или социальному) и духовному, мы имеем систему, состоящую из достаточно взаимосвязанных элементов. Этот факт вытекает из того, что целостность организации определяется взаимной корреляцией ценностей руководителя и сотрудников. Таким образом, самореализация индиви-

да возможна, если управление в компании является ценностно-ориентированным.

Говоря о феномене корпоративной культуры, мы выделяем следующие виды управления организацией: управление по целям и ценностное управление. В первом случае именно руководитель создает деловую культуру в организации. Он единолично устанавливает правила взаимодействия внутри организации. При этом не учитываются ценностные ориентации самих сотрудников. Руководитель может требовать, чтобы сотрудники придерживались выбранному им курсу развития организации. И сотрудники будут, возможно, стараться это делать. Тем не менее выход на высвобождение новых ресурсов для организации наступает тогда, когда руководитель принимает решение придерживаться концепции ценностного управления. В этом случае организация представляет собой открытую самоорганизующуюся систему, в которой индивиды имеют возможность развиваться и самосовершенствоваться, поскольку их ценности и потребности учитываются. В ситуации с рациональным типом управления возможны недовольства и несогласия со стороны всех участников организационного процесса. Как следствие, энтропия возрастает и эффективность организации падает. Хаотичный момент в организации не используется во благо всей системы, так как руководителю не известны истинные мотивы деятельности индивидов. Совершенно по-другому обстоят дела, когда применяется ценностно-ориентированная деловая культура. Руководитель осознает, в чем его реальная сила как лидера компании. И в этом ему помогают его ценности. Также для него важно знать, каковы ценности каждого сотрудника. После этого он начинает управлять компанией как живым орга-

низмом, который имеет ценности, идентичность, которая, в свою очередь, приводит к самоидентификации компании, влияет на ее позиционированность и в конце концов оказывает определенное воздействие на потребителей, социум. Энтропия как элемент хаотичности является потенциальным источником развития и самоорганизации организации. Напомним, что энтропия – это часть внутренней энергии замкнутой системы или энергетической совокупности Вселенной, которая не может быть использована, в частности, не может перейти или быть преобразована в механическую работу. Точное определение энтропии производится с помощью математических расчетов. Наиболее отчетливо эффект энтропии виден на примере термодинамических процессов. Так, тепло никогда совершенно не переходит в механическую работу, преобразуясь в другие виды энергии. Примечательно, что при обратимых процессах величина энтропии остается неизменной; при необратимых, наоборот, неуклонно возрастает, причем этот прирост происходит за счет уменьшения механической энергии. Следовательно, все то множество необратимых процессов, которые происходят в природе, сопровождается уменьшением механической энергии, что в конечном итоге должно привести к всеобщему параличу или, говоря иначе, «тепловой смерти». Но такой вывод правомочен лишь в случае постулирования тоталитарности Вселенной как замкнутой эмпирической данности. Организационная энтропия будет возрастать, если организационная структура будет закрытой. Управление по целям не способствует тому, чтобы система была открытой. В свою очередь, ценностно-ориентированная деятельность так или иначе приводит к тому,

что организационная система становится открытой.

Итак, по характеру взаимоотношений с внешним культурным контекстом выделяются закрытые и открытые организационные структуры. Открытые культуры характеризуются постоянным обменом информацией и энергией с внешней средой. Все открытые системы (организации) характеризуются самостабилизацией и саморегуляцией. Класс систем, способных к самоорганизации, – это открытые и нелинейные системы, удаленные от состояния термодинамического равновесия. Среди социальных систем к ним относятся поведение человека и человеческих групп в данной организационной среде, а также экономические и другие большие системы. «Самоорганизующиеся системы обладают способностью менять характеристики своих параметров, структуру функциональных отношений таким образом, чтобы энтропия системы или уменьшалась, или оставалась неизменной, в худшем случае росла медленно. Они совершенствуют функциональные отношения между составляющими их частями, другими системами и средой обитания. В самоорганизующихся системах, в том числе социально-экономических, процесс функционирования спонтанно направлен на повышение производительности труда (и качества продукции) при одновременном снижении уровня расходования энергии и вещества» [10].

Рассматривая организацию как живой организм при ценностно-ориентированном управлении, мы наделяем ее таким признаком, как сознание. Действительно, если этот родовой признак характерен для человека, выделяет его из царства животного мира, то этот же признак будет свойственен и всей организационной структу-

ре с учетом ценностей каждого индивида. Сознание – состояние психической жизни человека, выражающееся в субъективной переживаемости событий внешнего мира и жизни самого индивида, а также в отчете об этих событиях. Термин «сознание» является трудным для определения, поскольку данное слово используется и понимается в широком спектре направлений. Сознание может включать мысли, восприятия, воображение и самосознание. В разное время оно может выступать как тип ментального состояния, как способ восприятия, как способ взаимоотношений с другими. Многие философы рассматривают сознание как самую важную вещь в мире. С другой стороны, многие ученые склонны рассматривать это слово как слишком расплывчатое по значению для того, чтобы его использовать. Сознание – категория для обозначения ментальной деятельности человека по отношению к самой этой деятельности. Ментальный уровень связан с эмоциональным и духовным, а также материальным уровнями. Говоря о сознании человека или организации с позиции системного подхода, мы не вправе игнорировать рациональный аспект деятельности, вместе с тем учитывая и эмоционально-ценностный аспект. Если рассматривать организационную структуру как открытую, многоуровневую систему, то ценности компании должны рассматриваться на материальном, эмоциональном, ментальном и духовном уровнях. Такая система может быть открыта, если каждый элемент ее, в свою очередь, рассматривается тоже как открытая система.

Как уже ранее отмечалось, в самом общем виде выделяются ценности материальные, социальные и духовные. В первых выражается отношение человека к вещам и процессам окружающего мира с точки

зрения их способности удовлетворить его жизненно важные потребности (в пище, одежде, комфорте и т. д.). Социальные ценности (например, представления об интересной работе, профессиональном успехе, общественной справедливости, рациональном государственно-политическом устройстве и т. п.) обеспечивают деятельность человека как социального существа. Наконец, благодаря духовным ценностям человек реализует себя как творческую и нравственную индивидуальность: созидает и интерпретирует художественные произведения, оценивает поведение окружающих и свое собственное и т. д.

Вместе с тем не следует забывать, что помимо материальных потребностей человечеству присущи духовные потребности. При этом материальное и духовное должно выступать сутью одного явления, а не создавать напряжение в ментальном плане как отдельных личностей, так и целых организаций.

Говоря о «ценностном измерении», мы придерживаемся, во-первых, духовной, идеологической и материальной составляющей корпоративной культуры; во-вторых, классификаций ценностей с точки зрения пирамиды Маслоу и иерархии ценностей Ричарда Барретта. С именем Маслоу, видного американского психолога, основателя гуманистической психологии, связана модель «пирамиды Маслоу» [9], согласно которой существует семь уровней потребностей человека: физиологическая, потребность в безопасности, потребность в принадлежности и любви, потребность в уважении, познавательная потребность, эстетическая, потребность в самоактуализации. Причем под самоактуализацией мы понимаем непрерывную реализацию потенциальных возможностей, способностей и та-

лантов как свершение своей миссии, или призвания, судьбы.

Отметим, что в Барретт-центре понятие «Cultural Transformation Tools», которое тесно связано с системой Маслоу, говорит нам о самоактуализации. Эта потребность находится на самом вершине пирамиды. Ценности помогают осознать смысл существования компании – например, понять, какую пользу приносит коллектив компании обществу. Так или иначе каждая ценность компании тесно связана с определенным уровнем потребностей. Например, прибыльность связана с потребностью выживания. Потребность отношений выражается в формировании лояльности, выстраивании систем коммуникации, удовлетворении потребителей. Уровнем выше является потребность в одобрении. Это эффективность и продуктивность компании, а также качество создаваемой ею продукции или услуги. Уровень командной работы выражается в способности адаптироваться. Организация, чья корпоративная культура находится на четвертом уровне, – это совершенный организм, который может адаптироваться к любым внешним условиям. На высших уровнях видение и ценности компании разделены между всеми ее сотрудниками. На самом вершине компании, которые задаются вопросом о своей роли в обществе, о том, какое наследие они оставят после себя, и о том, насколько они социально ответственны. Все это множеством нитей связано с пирамидой Маслоу.

Ценности могут быть позитивными или потенциально ограниченными. Например, позитивная ценность «доверие» является основой для создания культуры, связывающей людей в одно целое. С другой стороны, например, потенциально ограниченная ценность «бюрократизм» может быть

причиной негибкости и даже жесткости в управлении организации. Ричард Барретт определил следующий перечень ценностей: ответственность, достижение/успех, баланс (дом/работа), обязанность/долг, сострадание/участие, компетентность/знание, кооперация/сотрудничество, мужество, творчество, энтузиазм, эффективность, этика, совершенство, справедливость, семья, финансовая выгода, дружба, будущее поколение, здоровье, честность, юмор, независимость, целостность, предприимчивость, интуиция, создание перемен, открытая коммуникация, открытость, завершение/исполнение, личный рост, власть, уважение/признание, ответственность, открытость риску, самодисциплина, успех, доверие, лидерство и другие [12]. Эти ценности являются потенциально положительными. Вместе с тем существуют ценности потенциально ограниченные, такие как бюрократия, цинизм, коррупция, авторитарность, бедность, манипуляции, насилие, безработица, власть, высокомерие, элитизм, пессимизм, непоследовательность, неопределенность в отношении будущего, краткосрочное ориентирование, меркантильность, осторожность, контроль, избегание рисков, неравенство, статус и другие.

В философии существо проблемы идентичности может быть сформулировано в виде дилеммы: личность должна быть тождественна себе, иначе нечему будет удерживать воедино ее восприятия и поступки; личность не должна быть тождественна себе, иначе невозможны ее развитие и отклик на изменяющуюся действительность. Наиболее распространенным вариантом постановки проблемы является вопрос о том, чем определяется идентичность личности во времени или каковы ее

критерии. Сегодня можно говорить об изменении идентичности как на уровне общества и составляющих его групп, так и на уровне включенности отдельных обществ в глобальную систему взаимодействий. Однако определяющее влияние на изменение идентичности в обоих случаях во многом оказывают тенденции глобализации. «Под идентичностью следует понимать самоидентифицируемость человека или группы с определенным политическим или социокультурным сообществом; интегрированность человека и общества, их способность к осознанию самоидентифицируемости и ответу на вопрос “Кто я такой?”» [1, т. 3, с. 290]. «Идентичность – это создаваемый идеальный тип, абстракция, которая существует не только в сознании – не важно, индивидуальном или коллективном – но и в реальности: определяя ее контуры, задавая систему координат ее существования» [5, т. 3, с. 195]. Одной из проблем трансформирующегося социокультурного пространства является проблема утраты идентичности. Ситуация неопределенности порождает размытие устойчивых ранее социальных, культурных и профессиональных позиций, которые должны обеспечивать идентичность. Личность вынуждена выбирать жизненные цели и пути их достижения, возможности включения в социокультурное поле. С другой стороны, чем неопределеннее социальная ситуация, чем ненадежнее социальные связи и отношения, тем меньше возможности создания новых идентичностей: «Идентификация личности обеспечивает ей целостность, благополучие, полноту социальной жизни. Ее отсутствие закрепляет комплекс социальной неполноценности, усиливает кризис личности. Для отдельного человека или социальной общности утрата положительной идентичности озна-

чает потерю культурного ориентира, в ряде случаев маргинализацию и “выпадение” данного субъекта из поля социокультурного взаимодействия... Так или иначе подобное нарушение целостной идентичности является показателем кризиса культуры, создает реальный механизм ее деградации, в противном случае может осуществляться переход уровня идентичности на более низкую ступень» [7, т. 3, с. 302]. Наконец, важной характеристикой любой культуры является то, как человек осознает себя в ней, с какими ценностями, установками, идеалами, с какой социальной группой себя отождествляет. В XX веке отмечается совмещение в человеке массы стремление «быть как все» с крайним индивидуализмом. «Во многих работах конца XX – начала XXI века подчеркивается не только распространение принципа индивидуализма, но и то, что его рост стал сопровождаться кризисом личностной идентичности» [8, т. 3, с. 304]. В случае с корпоративной культурой при определении основополагающих ценностей корпорации (таковых может быть от трех до пяти) корпоративная идентичность проявляется через каждодневное проявление личности в процессе деятельности.

Когда говорится о самореализации личности, имеется в виду определенное состояние человека: «Процесс самореализации личности рассматривается нами как конечная цель жизни человека, а также как редкая форма его существования. Самореализация как цель жизни основывается на том, что культура жизни личности, выражаемая ценностями личности, определяет процесс самореализации, выступает его условием. Самореализация как форма существования носит характер личностного призвания, подчиняя все помыслы и силы лично-

сти, детерминирует процесс ее культурного развития. Культура жизни личности в данном случае включает в себя самореализацию как один из наиболее активных ее элементов, осуществление которого в жизни личности влечет за собой и осуществление культуры жизни в целом, что позволяет нам рассматривать культуру жизни и как условие, и как результат процесса самореализации» [3, с. 375].

Исследуя столь сложное явление, как корпоративная культура, мы принимаем во внимание тот факт, что она является субкультурой определенного культурного контекста, который, в свою очередь, испытывает определенное влияние со стороны процессов глобализации и, безусловно, других культур мирового сообщества. Человек и его сознание также эволюционируют. Следовательно, у нас в наличии имеются четыре пласта взаимосвязанных, взаимопроникающих систем:

– социальные системы: аграрный, индустриальный, постиндустриальный, информационный;

– культура: мифический порядок, научно-рациональный, плюралистический, холистический, интегральный;

– сознание: мифическая самость, самость, стремящаяся к успеху, чувствительная самость, холистическая самость, интегральная самость;

– мозг человека: рептильный, лимбическая система млекопитающих, новая кора (неокортекс).

Не вдаваясь в подробности того, как эволюционировал мозг человека за последние столетия, следует отметить, что переход от постиндустриального общества к обществу знаний сопровождается изменениями в сфере культуры, в том числе корпоративной культуры. Лидеры современ-

ной эпохи, управляя ценностями организации, уже сегодня создают будущее компании, социума.

Диалектическое обновление ценностей, происходящее сегодня, оказывает существенное воздействие на духовное обновление общества. Это сложный, но позитивный процесс, который ведет к повышению статуса экономики как социального института и усилению его влияния на материальную и духовную сторону общества. Ценности – это существующие в сознании каждого человека ориентиры, с которыми индивиды и социальные группы соотносят свои действия. Как общество развивается по определенным законам, так развитие и человека, и организации осуществляется на основе схожих принципов. Ценностно-ориентированная деятельность приводит к тому, что современные организации как самоорганизующиеся системы способны оказывать благоприятный эффект на развитие общества и на модернизационные процессы. В этих условиях становится возможной самореализация и самоактуализация человека, использование его способностей и талантов во благо общества, модернизация которого прежде всего сопряжена с глубокими трансформациями нашего сознания. Задаваясь вопросом, какова судьба нашей страны в недалеком будущем, мы обращаем все более пристальное внимание к насущной потребности каждого из нас найти свое призвание в пределах системы мышления определенной организации.

#### Литература

1. Ангархаев А.А. Наука. Философия. Общество. Материалы V Российского философского конгресса. Том 3. – Новосибирск: Параллель, 2009. – С. 290 (496 с).



2. *Вишанский О.С., Наумов А.И.* Менеджмент. 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2006. – 670 с.
3. *Елепин В.В.* Становление ценностного сознания // Наука. Философия. Общество. Материалы V Рос. филос. конгресса. Т. 3. – Новосибирск: Параллель, 2009. – С. 374–375.
4. *Иванова С.В.* Корпоративная культура: традиции и современность // Управление персоналом. – 2000. – № 4. – С. 95–98.
5. *Иванова С.Ю.* Новая российская идентичность в глобализирующемся мире // Наука. Философия. Общество. Материалы V Рос. филос. конгресса. – Новосибирск: Параллель, 2009. – Т. 3. – С. 295.
6. *Карташова А.В. и др.* Организационное поведение: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 220 с.
7. *Ледовская О.В.* Маргинальность и идентичность личности в условиях глобализации // Наука. Философия. Общество. Материалы V Рос. филос. конгресса. Т. 3. – Новосибирск: Параллель, 2009. – С. 302.
8. *Мешкова А.Н.* Проблема поиска личной идентичности в современной культуре // Наука. Философия. Общество. Материалы V Рос. филос. конгресса. Т. 3. – Новосибирск: Параллель, 2009. – С. 304.
9. *Маклоу А.Г.* Мотивация и личность. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
10. *Поздняков А.* Порядок и хаос в развитии социально-экономических систем // Самоорганизация устойчивых целостностей в природе и обществе: материалы научного семинара. – Томск, 1998. – С. 4.
11. *Сливак А.В.* Корпоративная культура. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.
12. UK National Values Assessment – Barrett Values Centre. – URL: [http://www.valuescentre.com/values/?sec=measuring\\_values](http://www.valuescentre.com/values/?sec=measuring_values)