

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Козева Анна Станиславовна, аспирантка кафедры акмеологии и психологии профессиональной деятельности Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; 119606, Россия, Москва, проспект Вернадского, д. 84; e-mail: ask@dnspro.ru

АННОТАЦИЯ

Анализ социально-психологических аспектов корпоративной культуры в организационной жизнедеятельности. Методологические позиции, принятые наукой и актуализированные временем.

Ключевые слова: социально-психологические аспекты, корпоративная культура.

В статье рассматривается решение конкретной исследовательской задачи по изучению корпоративной культуры — проанализировать теоретико-методологические позиции и научные выводы, представленные в диссертационных работах социально-психологического профиля. Ценность такого анализа возникает в контексте осмысления накопившегося материала эмпирических исследований, прямо или косвенно ставящих в качестве предмета или объекта толкования корпоративную культуру. Для решения задачи используется словосочетание «корпоративная культура» как термин широкого значения. Удерживается следующее определение понятия: корпоративная культура — это система социокультурных социально-психологических отношений, реализующихся в практике жизнедеятельности конкретной организации, её сотрудников и система представлений об этих отношениях на субъектно-индивидуальном и субъектно-групповом уровнях [3].

На основе анализа работ Е.В. Грива, М.В. Ионцевой, М.В. Крымчаниновой, В.Ю. Филина, А.А. Широбоковой и личного исследовательского и практического опыта автора статьи обобщаются методологические знания о корпоративной культуре. Наши выводы направлены на общий вклад в оценку степени разработанности проблемного поля и выявление значимых достижений, на построение целостной концепции корпоративной культуры.

Феномен корпоративной культуры и связанные с ним явления изучаются перечисленными и не названными здесь авторами в организационном контексте. Факты и аргументы, обосновывающие актуальность и социальную ценность исследований корпоративной культуры, закономерно рассматривать отдельно как самостоятельный логический, исторически предопределённый шаг развития гуманитарных знаний в конкретной социальной ситуации.

Социальные, экономические и политические процессы предъявляют высокие требования к готовности изменяться, быстро реагировать и предвосхищать события. Это обостряет проблему выбора оптимального способа взаимодействия для человека в конкретный момент во времени и пространстве. Очевидно, что развитие корпоративной культуры в перспективе прагматично. Результаты исследований значимы для разработки стратегических планов и инициатив организаций. Отсутствие целостности организационной среды, на наш взгляд, необходимо связывать не только с новыми формами транснациональных корпораций и другими особенностями современной экономической ситуации, но, в первую очередь, с долгим отсутствием воспитательного патриотическо-

го консолидирующего и интегрирующего воздействия внутри страны. Изучение корпоративной культуры соотносят с проблемой повышения качества жизни граждан России, малой изученностью региональной специфики социально-психологических условий и особенностей их жизнедеятельности. Однако граждански проактивно, на наш взгляд, следующее обобщение этих аргументов об актуальности: современный экономический контекст актуализирует внимание к задачам обеспечения стабильности в условиях изменений и столкновения интересов. Анализ развития производственных систем — один из источников информации для планомерного решения этих проблем. В нём богатая база эмпирических данных.

Терминологическое соседство «корпоративной культуры» и «организационной культуры» оценивается авторами по-разному, однако очевидно общее осознание готовности постепенно методично осваивать объект исследования. Организация рассматривается как субъект деятельности и управления, имеющий свои специфические черты в каждом конкретном случае осуществления жизнедеятельности. Предполагается, что при изучении корпоративной культуры специфического объекта необходимо исследовать и соотношение субкультур. Индивид и группа считаются носителями, создателями и преобразователями культуры организации.

Существует пять исследовательских подходов к изучению корпоративной культуры: символический, когнитивный, системный, рационально-прагматический, феноменологический. Методологическими ориентирами исследований корпоративной культуры выступают понятия: формирование корпоративной культуры, дифференцированное изучение специфики корпоративной культуры, корпоративная культура управления, состояние корпоративной культуры, совершенствование корпоративной культуры, организационный актор, образ социально-психологической ситуации адаптации, образ организации.

Психологический компонент, точнее, *социально-психологические особенности людей*, отличает одну организацию от другой, тогда как процессы, технологии, циклы, структуры ведения экономико-организационной стороны дела всё более типологизируются. М.В. Ионцева определяет корпоративную культуру так: «это сложившийся годами *стиль и система* деятельности, отношений и атмосфера организации, *закреплённые* в стандартах её существования и развития, ценностях и целях, которые наследуются сотрудниками, в формах поведения работников, их взаимодействиях и отношений, во взаимных ожиданиях рядовых сотрудников, администрации и клиентов» [2].

Культура управления значимо определяет корпоративную культуру организации. Корпоративная культура управления — часть психологической составляющей организационно-производственной реальности. Её конкретным выражением, поддерживаемым руководством организации, становятся правила, нормы, обычаи, традиции, интересы, социально-обусловленное экономическое поведение личности.

Ценностные ориентации руководителей — основообразующий уровень этих социально-психологических проявлений. Е.В. Грива обосновывает определение: корпоративная культура управления предприятием — это «*комплекс социально-психологических мер*, направленных на создание атмосферы в организации и стиля её работы, ориентирующих и мотивирующих сотрудников на успешное выполнение стратегии организации» [1].

Для исследования конкретных организаций этот же автор использует понятие состояния корпоративной культуры, понимая под ним её сущностные, структурные, функциональные, качественные и количественные *особенности* в определённом социальном времени и пространстве. Совершенствование корпоративной культуры управления трактуется двояко: а) как деятельность руководителей по гармонизации состояния корпоративной культуры; б) как процесс разработки и реализации решений для обеспечения эффективного взаимодействия подсистем механизма управления в целом [1].

Имплицитно в размышлениях анализируемых работ содержится следующая мысль: каждая организация имеет свой «продукт». Для вуза — это студент-выпускник. Добавим в поддержку этой линии: для научно-исследовательского института — это знание,

для страховой организации — защита, для консалтингового агентства — информация... Очевидно, что «продукт» — это и значимый критерий, определяющий особенности корпоративной культуры отдельных объектов и субъектов. Интересно, что если размышлять о видах корпоративных культур как видах систем социокультурных социоэкономических отношений, то необходимо перечислить как минимум несколько: международная, общественная, межличностная, производственная, гендерная, дружеская... Типы выделяются на более частном уровне. Например, М.В. Ионцева выявила типы корпоративных культур высших учебных заведений: западный, престижный, традиционный постсоветский, развивающийся постсоветский, комбинированный [2].

Стратегической задачей корпоративной культуры назовём *влияние* на структуры личности индивида, лежащие в основе профессиональной социализации. Влияние выражено двумя факторами: *включённостью* в профессиональную деятельность и групповыми *формами* обучения и взаимодействия. Выделяются восемь функций корпоративной культуры: преобразующая, защитная, коммуникативная, познавательная, информационная, социализационная, нормативная, адаптационная [6].

Механизмы формирования корпоративной культуры можно разделить на четыре группы: действующие «по горизонтали», «по вертикали», организационно-управленческие и системные. В первую входят: «разделённое согласие», «обмен впечатлениями и мнениями» (часто используют заимствование из английского языка — «шеаринг»). Ключевыми механизмами «по вертикали» называются технологии: каскадная (например, реализуется в процедуре декомпозиции системы стратегических целей организации с верхнего уровня иерархии к нижестоящим руководителям и специалистам); «расширяющегося ядра» (например, используется при распространении ключевых для организации знаний) [2]. Среди организационно-управленческих выделяют: центр адаптации, рабочая книга (специалиста, студента, директора, сотрудника), внутриорганизационный центр занятости (например, внутривузовское агентство по трудоустройству, центр карьеры), социально-психологические тренинги. Нами выделены системные механизмы развития корпоративной культуры: лидерство, конфликт, деятельность, общение (переговоры как форма активизации и управления общением).

Социально-психологическими составляющими корпоративной культуры определены: *идеология, нормативно-процедурная часть, имидж организации*. Знаковые ценности и стандарты поведения — ключевое содержание первых двух составляющих. Выделяют статические и динамические элементы корпоративной культуры. Адаптация — один из ключевых процессов, раскрывающих динамическую сторону феномена. В.Ю. Филин исследует адаптационное поведение и предлагает модель «динамической винтовой адаптации» сотрудника в организации. Она включает четыре этапа: первичная адаптация; достижение целей и задач, поставленных руководителем; интеграция в коллектив; достижение лояльности со стороны других сотрудников. В.Ю. Филин утверждает актуальность, востребованность и удобство понятия «организационный актор» в решении задач адаптации персонала [6]. Под «организационным актором» понимается организационный инструмент, обладающий свойством гибкости, способный выдерживать, принимать влияние руководства и оказывать воздействие на конкретного сотрудника. Подробно изучается частный случай такого инструмента — рабочая книга специалиста, которая содержит знание об истории и направлении развития корпоративной культуры отдельной организации. Ключевыми задачами такого рода инструментов, относящихся преимущественно к организационно-управленческим механизмам корпоративной культуры, являются формирование внутриличностных логических конструктов, «когнитивной картины мира» и оптимальной для конкретной организации структуры мотивационных ожиданий.

А.А. Широбокова сформулировала понятие «образ ситуации социально-психологической адаптации» — «организованная репрезентация ситуации адаптации в системе знаний субъекта, которая представлена в двух аспектах: структурном и динамическом» [7]. Автор показала, что специалисты строят своё поведение исходя из этого образа, объ-

екты которого определяются особенностями категоризации. В исследовании А.А. Широковой ситуация адаптации специалистов в условиях изменения корпоративной культуры представлена во временной перспективе её развития, раскрыты особенности поведения, заданные уровнем адаптации конкретного человека в текущей социокультурной ситуации в организации. Прикладное значение оформлено в виде рекомендаций. Для высокоадаптированных специалистов актуальна задача сохранения баланса между преобразовательным и приспособительным поведением (во избежание увольнения «особо активных»). Для специалистов с выраженным уровнем адаптации важно обеспечить ориентацию на совместную деятельность, на повышение открытости и доверия. Для низкоадаптированных необходима организация внешней помощи, позволяющей переключиться с собственных переживаний на предмет деятельности [7].

Факторами адаптации студентов в вузе и выпускников в трудовой деятельности М.В. Ионцева считает: отношение к деятельности, отношение к конкретному вузу, структуру ценностей и мотивации, отношение к коллективу, взрослую профессиональную позицию. Показателями эффективности адаптации называет: скорость трудоустройства, должностную позицию, величину дохода, уровень фирмы, процент трудоустроенных на момент замера, эмоциональную оценку оказанной вузом помощи выпускникам в трудоустройстве и адаптации [2]. Социально-психологические исследования процесса адаптации образуют два направления анализа: адаптация сотрудника к корпоративной культуре, обеспечение процесса адаптации со стороны службы управления по работе с персоналом.

М.В. Крымчанинова обращает внимание на ещё один значимый процесс, раскрывающий динамическую сторону корпоративной культуры, — коммуникации. Она утверждает: «социальный дискурс формирует систему социальных представлений», а образ — важнейший фактор воздействия на корпоративную культуру, поскольку именно он определяет содержание и характеристики представлений членов организации о ценностях и нормах поведения. Образ организации существует посредством организационных коммуникаций. Его компоненты — концептуальные конструкты: вербальные (метафоры), ситуационные (обряды), визуальные (символы). Автор показала, что образ организации оказывает значимое воздействие на корпоративную культуру посредством заложенных в нём ценностей и норм [5].

Е.В. Грива утверждает: интенсивно *развитие корпоративной культуры управления* будет происходить при ориентации руководства на ключевые условия: оптимизация личностного потенциала сотрудников; изменение групповых форм работы; учёт соотношения личностных и организационных ценностей, гармонизация этих структур на уровне отдельного индивида; конструктивное изменение мотивации сотрудников [1].

Эффективность процесса совершенствования корпоративной культуры управления может быть различной. Значимыми факторами повышения эффективности этого процесса считаются:

- наличие и качество психологического сопровождения, предполагающего целенаправленное социально-психологическое воздействие на людей с целью изменения эмоциональных, когнитивных и мотивационных основ их поведения;
- формирование необходимого психологического климата в трудовом коллективе;
- уменьшение количества конфликтных ситуаций;
- профессиональная подготовка управленческой команды предприятия.

Итак, очевидно, что проблема корпоративной культуры становится почвой для широкого социально-психологического анализа явлений жизни. Значительное внимание уделяется адаптации как одному из ключевых процессов корпоративной культуры. Нельзя не видеть повторение на организационном уровне общесоциальных механизмов и инструментов социализации. Особое внимание важно обратить на научно обоснованную значимость книги в процессе адаптации и освоения корпоративной культуры сотрудником и в задаче управления в целом. Управление корпоративной культурой можно рассматривать как вопрос изменения восприятия и интерпретации сотрудниками своего социально-

го окружения и, как следствие, формирующихся на этой основе нормативно-ценностных ориентаций, взглядов, убеждений. Однако задачи развития культуры, безусловно, требуют более широкого взгляда на проблему.

ЛИТЕРАТУРА

- [1]. *Грива Е.В.* Социально-психологические условия формирования корпоративной культуры управления современным предприятием Российской Федерации: дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.05/ Грива Евгений Владимирович. — М., 2004. — 201 с.
- [2]. *Ионцева М.В.* Социально-психологические основы формирования корпоративной культуры вуза: дисс. ... докт. псих. наук: 19.00.05/ Ионцева Мария Владимировна. — М., 2006. — 428 с.
- [3]. *Козева А.С.* Корпоративная культура — феномен поля бытия категории «отношение» // Психология отношений в постнеклассической парадигме: сб. ст. участников I Международной научно-практической конференции «Психология отношений в постне-классической парадигме» (1–15 декабря 2013 г.). / Филиал КузГТУ в г. Белово. — Белово: Изд-во филиала КузГТУ в г. Белово, Россия; Изд-во ун-та «Св. Кирилла и Св. Мефодия», Велико-Тырново, Болгария, 2014. С. 30–31.
- [4]. *Козева А.С.* Социокультурная актуализация чтения отечественной классики // Начальная школа. 2013. — № 5. — С. 45–48.
- [5]. *Крымчанинова М.В.* Образ организации как фактор воздействия на корпоративную культуру: дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.05/ Крымчанинова Марина Владимировна. — М., 2004. — 236 с.
- [6]. *Филин В.Ю.* Социально-психологические аспекты моделирования адаптационного поведения персонала в рамках корпоративной культуры организации: дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.05/ Филин Виталий Юрьевич. — М., 2006. — 148 с.
- [7]. *Широбокова А.А.* Динамика адаптивного поведения специалистов в ситуации изменения корпоративной культуры: дисс. ... канд. псих. наук: 19.00.05/ Широбокова Анна Александровна. — Ижевск, 2007. — 316 с.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL ASPECTS IN ANALYSIS OF CORPORATE CULTURE

Anna S. Kozeva, post-graduate student Acmeology and Professional Psychology Department of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; pr. Vernadsky, 84, Moscow, Russia, 119606; e-mail: ask@dnspro.ru

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of socio-psychological aspects of corporate culture in an organizational activity. Topical methodological positions separately accepted by science are presented.

Key words: socio-psychological aspects, corporate culture.

REFERENCES

- [1]. *Griva E.V.* Social'no-psihologicheskie uslovija formirovanija korporativnoj kul'tury upravlenija sovremennym predprijatiem Rossijskoj Federacii: diss. ... kand. psih. nauk: 19.00.05/ Griva Evgenij Vladimirovich. — M., 2004. — 201 s.
- [2]. *Ionceva M.V.* Social'no-psihologicheskie osnovy formirovanija korportivnoj kul'tury vuza: diss. ... dokt. psih. nauk: 19.00.05/ Ionceva Marija Vladimirovna. — M., 2006. — 428 s.

[3]. *Kozeva A.S.* Korporativnaja kul'tura — fenomen polja bytija kategorii «otnoshenie»// Psihologija otnoshenij v postneklassicheskoj paradigme: sb. st. uchastnikov I Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii «Psihologija otnoshenij v postne-klassicheskoj paradigme» (1–15 dekabnja 2013 g.). / Filial KuzGTU v g. Belovo. — Belovo: Izd-vo filiala KuzGTU v g. Belovo, Rossija; Izd-vo un-ta «Sv. Kirilla i Sv. Mefodija», Veliko-Tyrnovo, Bolgarija, 2014. S. 30–31.

[4]. *Kozeva A.S.* Sociokul'turnaja aktualizacija chtenija otechestvennoj klassiki // Nachal'naja shkola. 2013 № 5. S. 45–48.

[5]. *Krymchaninova M.V.* Obraz organizacii kak faktor vozdejstvija na korporativnuju kul'turu: diss. ... kand. psih. nauk: 19.00.05/ Krymchaninova Marina Vladimirovna. — M., 2004. — 236 s.

[6]. *Filin V.Ju.* Social'no-psihologicheskie aspekty modelirovanija adaptacionnogo povedenija personala v ramkah korporativnoj kul'tury organizacii: diss. ... kand. psih. nauk: 19.00.05/ Filin Vitalij Jur'evich. — M., 2006. — 148 s.

[7]. *Shirobokova A.A.* Dinamika adaptivnogo povedenija specialistov v situacii izmenenija korporativnoj kul'tury: diss. ... kand. psih. nauk: 19.00.05/ Shirobokova Anna Aleksandrovna. — Izhevsk, 2007. — 316 s.