

УДК 008

Сметанина Мария Дмитриевна

Старший преподаватель

Институт филологии и языковой коммуникации,

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»;

Российская Федерация, Красноярск, e-mail: smetaninamaria11january@yandex.ru

К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ ПОНЯТИЙ «ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА» И «КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА»

В статье представлены точки зрения исследователей о сопоставимости понятий «организационная культура» и «корпоративная культура» и выявлены общие существенные признаки рассматриваемых понятий.

Ключевые слова: организационная культура, корпоративная культура, отношения между понятиями, существенные признаки.

Maria D. Smetanina

Senior Lecturer,

School of Philology and Language Communication,

Siberian Federal University;

Russian Federation, Krasnoyarsk

ON THE ISSUE OF CORRELATION OF THE CONCEPTS «ORGANIZATIONAL CULTURE» AND «CORPORATE CULTURE»

Abstract. *Researchers' points of view on comparability of the concepts «organizational culture» and «corporate culture» are presented and common essential features of the concepts under consideration are revealed in the article.*

Key words: *organizational culture, corporate culture, relations between concepts, essential features.*

Для цитирования:

Сметанина, М. Д. О соотношении понятий «организационная культура» и «корпоративная культура» // Гуманитарная парадигма. 2018. № 3 (6). С. 63–69.

В настоящее время интерес к такому явлению, как культура организации, значительно возрастает в связи с тем, что развитие данного феномена становится мощным фактором, сказывающимся на эффективности

функционирования разного рода институциональных объединений. Первые попытки изучения культуры организации были предприняты в первой половине XX века, однако и до сих пор происходит концептуализация этого явления. В частности, существует разное понимание соотношения понятий «организационная культура» и «корпоративная культура». В соответствующей литературе наличествуют исследовательские точки зрения, в которых данные понятия обосновываются как а) равнозначные, б) пересекающиеся, а также в) находящиеся в отношении подчинения.

Зарубежные исследователи в большинстве придерживаются позиции тождественности исследуемых нами понятий и склонны относиться к понятиям “organizational culture” и “corporate culture” как синонимичным [7, с. 130]. Есть сторонники равнозначности рассматриваемых понятий и среди отечественных исследователей. Так, Е. А. Гулянская считает, что «организационная культура» и «корпоративная культура» понятийно идентичные единицы, так как «во всех случаях идёт речь о культуре организации, а конкретизация в отношении размера организации, сложности её структуры, внутренних коммуникаций является уже характеристикой определённых групп организаций, но никак не принципиально разными направлениями в культуре» [4, с. 36–37].

Ряд исследователей полагает, что одно из рассматриваемых понятий является частью другого. Иллюстрацией этого служат следующие авторские позиции. В. А. Спивак считает, что «корпоративная культура и культура организации соотносятся как общее, универсальное, всеобъемлющее (организационная культура) и наиболее ярко представленное, развитое, частное (корпоративная культура)» [13, с. 13]. По мнению А. И. Пригожина, корпоративная культура представляет собой развитую организационную культуру. Исследователь отмечает, что организационная культура «спонтанно складывается в любой организации спустя некоторое время после её создания, поскольку люди неизбежно привносят в неё свой индивидуальный опыт, полученный в других субкультурах; получается сложная коалиция индивидуальных культур, формирующая, так сказать, личность организации, её уникальность» [9, с. 15]. При должном определении сути сформировавшихся внутри конкретной организации связей и умелом развитии «отношений между работниками», а также «согласование интересов, вовлечение работников в выработку общих целей <...> может развить организационную культуру до уровня корпоративной, когда интересы и действия работников максимально ориентированы на цели организации в целом» [Там же].

С точки зрения В. А. Макеева, организационная культура есть культура организации как института, т. е. является предельно широким понятием, в

которое включены культурные ценности, вырабатываемые организацией во внешней среде (стереотипы поведения, обычаи, традиции, духовные ценности). Корпоративная культура, в свою очередь, является составляющей организационной культуры, выражается в форме ценностей, которые имеют исключительно внутренний характер и обеспечивают внутреннюю сплочённость, взаимопонимание и эмоциональный комфорт для членов организации [6, с. 52–53].

Встречается и противоположное суждение о том, что понятие «корпоративная культура» шире понятия «организационная культура». Т. О. Соломанидина утверждает, что «если понятие „корпоративная“ толковать как общепрофессиональная культура, на уровне ценностей и норм данного вида бизнеса, предпринимательской деятельности, сферы производства, то тогда корпоративная культура трактует более широкие нормы и ценности, определяющие общесоциальную значимость и ответственность работников данной сферы деятельности. В этом случае понятие „корпоративная культура“ поглощает организационные культуры отдельных компаний, занимающихся данным бизнесом» [12, с. 7]. Корпоративная культура рассматривается как культура определённой сферы профессиональной деятельности, в то время как организационная культура отмечается присущей определённой организации. Разделяет эту позицию и А. П. Ханевич, маркируя организационную культуру как «культуру конкретного учреждения, элемента системы» [14, с. 94] в виде совокупности «элементов культуры, выработанных в конкретной организации, выступающих средством объединения членов одной организации и выделяющих организацию из корпоративной культуры» [Там же], под которой понимается «культура определённой сферы профессиональной деятельности, культура „среды“» [Там же].

Корпоративная культура и организационная культура рассматриваются и как неравнозначные понятия, которые могут как иметь, так и не иметь точек пересечения. М. В. Рыбакова так разграничивает значения этих понятий: «Организационная культура — система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения персонала данной организации, стиля руководства, показателей уровня удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества и совместимости сотрудников между собой и организацией» [11, с. 223], а «корпоративная культура — совокупность материальных и духовных ценностей, созданных и создаваемых сотрудниками данной компании в процессе своей трудовой деятельности и характеризующих исторически достигнутую ступень в развитии данной компании» [Там же]. Исключение идентичности приводимых определений

базируется на наличии характерных для каждого явления индивидуальных признаков. При этом различительные элементы, по мнению Н. Н. Могутновой, могут сосуществовать с общими для столь разных явлений, как корпоративная культура и организационная культура, элементами. Таковыми для этих видов культур являются артефакты и условия труда; вхождение же структуры организации только в содержание понятия организационной культуры является признаком её отличия от культуры корпоративной [8, с. 46].

Э. А. Капитонов и А. Э. Капитонов рассматривают организационную культуру, являющуюся, по их мнению, атрибутом индустриальной цивилизации, в качестве основы для развития корпоративной культуры, характерной для цивилизации постиндустриального периода: «Данные разновидности культуры имеют нормативные, стилевые, функциональные особенности, которые являются внутриорганизующим началом организационных и современных корпоративных отношений, выражающих специфику жизнедеятельности экономических и постэкономических корпораций» [5, с. 19].

Понятия «организационная культура» и «корпоративная культура» могут различаться и по объекту. Например, И. В. Грошев полагает, что организационная культура атрибутирует деятельность локальных отраслевых организаций, а корпоративная — многопрофильных компаний и международных корпораций [3, с. 10].

Нами был проведён сравнительный анализ содержания понятий «корпоративная культура» и «организационная культура» зарубежных и отечественных специалистов, на основании которого делаем ряд выводов. Прежде всего, необходимо отметить, что рассматриваемые дефиниции представляются нам несколько размытыми и недостаточно определёнными в плане ключевых смысловых компонентов. Эта неопределённость прослеживается в акцентировании исследователями разных аспектов при формулировании понятий корпоративной и организационной культур. Подтверждением тому служат следующие определения этих явлений. М. Армстронг корпоративную культуру трактует как «совокупность убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации. Они могут не быть чётко выражены, но при отсутствии прямых инструкций определяют способ действий и взаимодействий людей и в значительной мере влияют на ход выполнения работы» [1, с. 134]. Как «неявное, невидимое и неформальное сознание организации, которое управляет поведением людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведения» интерпретирует корпоративную культуру К. Шольц [16, с. 80]. Наиболее «размытое», на наш

взгляд, определение приводит К. Голд, понимая под корпоративной культурой «уникальные характеристики воспринимаемых особенностей организации, того, что отличает её от всех других в отрасли» [15, с. 568–575].

Как видно из вышеприведённых дефиниций, сущность корпоративной культуры учёные устанавливают в соответствии с различными атрибутами этого явления такими, например, как убеждения, отношения, нормы, ценности и др., а порой и через «сплав» присущих определённой организации уникальных признаков, а также через такую категорию, как «коллективное сознание».

Если говорить о дефинициях понятия «организационная культура», то и в этом случае нет единообразия формы и содержания даваемых исследователями определений. Так, О. С. Виханский и А. И. Наумов обосновывают его как «набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях (ориентациях духовного и материального внутриорганизационного окружения — М. С.), задающих людям ориентиры их поведения и действия» [2, с. 327]. Как «приобретённые смысловые системы» рассматривает организационную культуру Л. Смирнич [17, с. 339], выделяя в них «репрезентативные, директивные и аффективные функции» и способность «создавать культурное пространство и особое ощущение реальности» [Там же]. А К. Томпсон и Ф. Лютенс различают в организационной культуре «социально созданные реалии, которые предоставляют <...> приобретённые опытным путём методы решения проблем» [18, с. 319].

В этих определениях ядро корпоративной культуры описывается через приобретённые смысловые системы, методы решения проблем, предпочтения, что также не вносит ясности в содержание этого понятия.

Что касается соотношения понятий «корпоративная культура» и «организационная культура», то примечательно, что при наличии существенных отличий в исследовательских трактовках указанных понятий, можно выделить ряд общих, характерных для обоих понятий существенных признаков. Во-первых, многие формулировки понятий корпоративной культуры и организационной культуры имеют сходство в том, что формами их выражения являются убеждения, верования, ценности, отношения, стандарты взаимодействия. Во-вторых, исследуемые виды культур реализуются в моделях поведения, коммуникации и акциональности всех членов организации, а также в её артефактах — декретированных овеществлённых объектах символического характера. В-третьих, рассматриваемые культуры распространяются на членов коллектива организации и регулируют их действия и взаимодействия.

На основании проведённого анализа можно утверждать, что понятия «корпоративная культура» и «организационная культура» имеют некую сумму общих сущностных признаков, так как оба понятия характеризуют культуру, присущую институциональным объединениям, имеющим одинаковые или схожие формы проявления и функции. Следовательно, эти понятия могут рассматриваться как взаимозаменяемые. Безусловно, точки зрения исследователей относительно разграничения понятий корпоративной и организационной культур заслуживают внимания, но научным сообществом не общепризнаны, а поэтому продолжают оставаться дискуссионными.

Мы придерживаемся мнения о синонимичности понятий «корпоративная культура» и «организационная культура», но при том уточнении, что первое выражает идею сплочения, психологической общности и корпоративной идентичности членов организации сильнее, чем второе. Также, несмотря на отстаиваемое нами сходство данных понятий, считаем, что корпоративная культура обладает более мощным мотивационным потенциалом для развития организации по сравнению с организационной культурой. В связи с чем нам импонирует точка зрения В. В. Разманова [10, с. 41], который выделяет корпоративную культуру включением в неё корпоративного духа, корпоративной философии «общей судьбы» и коллективных начал (хотя и оспариваем дефиницию учёного «коллективное самосознание», так как считаем, что речь может идти только лишь о существовании коллективного сознания). Корпоративный дух является тем объединяющим началом, принизывающим все существование организации и регулирующим все сферы её деятельности. Он является мощным фактором, влияющим на жизнедеятельность организации, от наполнения которого зависит внутренний «рабочий» климат и его проявления во внешней среде. Содержанием корпоративного духа выступает коллективное сознание, вырабатываемое в процессе жизнедеятельности организации и представляющее собой совокупность сформированных в ней ценностей, убеждений, установок, традиций, ритуалов и т. д. Уникальные судьбы людей в организации сплетаются в единую «общую судьбу», и будущность каждого отдельного человека становится зависимой от условий дальнейшего существования организации в целом. Невозможно быть членом организации и быть независимым от неё. Каждый представитель организации ассимилирует характерные её «формату» особенности, являя тем самым пример взаимопроникновения отдельных личностных культур с культурой, а, возможно, и с субкультурами организации.

Литература

1. Армстронг, М. Стратегическое управление человеческими ресурсами: Пер. с англ. М. : ИНФРА-М, 2002. 328 с.
2. Виханский, О. С., Наумов, А. И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник. М. : Изд-во МГУ, 1995. 416 с.
3. Грошев, И.В. Организационная культура: уч. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061100 «Менеджмент организации». М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 288 с.
4. Гулянская, Е. А. Ценности индивидуализма и коллективизма в организационной культуре современной России: дис... канд. социол. наук: 22.00.06 / Гулянская Елена Андреевна. Ставрополь, 2009. 171 с.
5. Капитонов, Э. А., Капитонов А. Э. Корпоративная культура и PR. М. : ИКЦ Март, 2003. 416 с.
6. Макеев, В. А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации. 2-е изд. М. : ЛЕНАНД, 2015. 248 с.
7. Могутнова, Н. Н. Корпоративная культура: понятие, подходы // Социологические исследования. 2005. № 4. С. 130–136.
8. Могутнова, Н. Н. Типы корпоративной культуры на современных российских предприятиях: дис... канд. социол. наук: 22.00.04 / Могутнова Наталья Николаевна. М. , 2007. 195 с.
9. Пригожин, А. И. Организационная культура и её преобразование // Общественные науки и современность. 2003. № 5. С. 12–22.
10. Разманов, В. В. Корпоративная культура постиндустриального типа: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Разманов Владислав Владимирович. Томск, 2009. 123 с.
11. Рыбакова, М. В. Организационная культура как фактор устойчивого развития (экологические аспекты) // Социально-гуманитарные знания. 2004. № 2. С. 221–234.
12. Соломанидина, Т. О. Организационная культура компании: уч. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2007. 624 с.
13. Спивак, В. А. Организационная культура. СПб. : Нева, 2004. 221 с.
14. Ханевич, А. П. Организационная культура высшего учебного заведения в современной России: дис... канд. социол. наук: 22.00.06. / Ханевич Анна Петровна. Ставрополь, 2009. 173 с.
15. Gold, K. Managing for Success: A Comparison of the Private and Public Sectors // Public Administration Review. 1982. Nov. – Dec. P. 568–575.
16. Scholz, C. Corporate Culture and Strategy – the Problem of Strategic Fit. // Long Range Planning, 1987. 20(4). P. 78–87.
17. Smircich, L. Concepts of culture and organizational analysis // Administrative Science Quarterly, 1983. Vol. 9. P. 339–358.
18. Thompson, K. R., Luthans F. Organizational Culture: A Behavioral Perspective // Organizational Climate and Culture. Ed. Benjamin Schneider. San Francisco: Jossey-Bass, 1990. P. 319–344.

~