

УДК 01

Понятия «корпоративная культура» и «организационная культура»: социально-философский анализ

Севумян Элина Норайровна

Кандидат экономических наук, доцент,
кафедра экономики и финансов,
Южно-Российский гуманитарный институт,
344082, Российская Федерация, Ростов-на-Дону, ул. Красноармейская, 108;
e-mail: karapetan@yandex.ru

Аннотация

В современных условиях определяющее влияние на формирование корпоративной культуры оказывает как культура в широком смысле слова, так и те социально-экономические условия и соответствующие им ценности, которые разделяются корпоративными институтами, или субкультурами. Исходя из различий в определениях корпораций и организаций, под корпоративной культурой понимается система материальных и духовных ценностей, мифов и ритуалов, принятых в определенной компании, отражающих ее индивидуальность. Поскольку культура свойственна не только крупным корпорациям, то возник термин «организационная культура». Множество разнообразных и зачастую противоречивых определений терминов «корпоративная культура» и «организационная культура» создает дополнительные трудности для познания и практики.

Корпоративная культура существует в любой компании – с момента появления организации и до самого конца – вне зависимости от того, создается специальная служба для работы с ней или нет. Особенность функционирования корпораций заключается в том, что она собирает людей по профессиональным признакам и включает другие связи, позволяющие индивиду ощутить стабильность, идентичность своей социальной группы.

Для цитирования в научных исследованиях

Севумян Э.Н. Понятия «корпоративная культура» и «организационная культура»: социально-философский анализ // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2017. Том 6. № 5А. С. 61-68.

Ключевые слова

Корпоративная культура, организационная культура, культура, корпорация, ценность, мотивация, миф, персонал, сотрудник, стратегия компании.

Введение

Во второй половине двадцатого века началось активное развитие научных подходов к определению корпоративной культуры. Все больше исследователей посвящают этому феномену свои труды. Достаточно большое количество разнообразных трактовок наблюдаются в научной литературе, как самого понятия корпоративной культуры, так и ее важнейших составляющих. Это приводит к необходимости уточнения понятийного аппарата корпоративной культуры, что и является задачей данной статьи.

В широком смысле слова «корпоративная культура» – это совокупность специфических ценностей, отношений, поведенческих норм для данной организации. Это система духовных и материальных ценностей, проявлений, связанных между собой, присущих данной компании, отражающих ее индивидуальность. А также корпоративная культура - определенное восприятие сотрудниками себя и других в социальной и вещественной среде. Она выполняет важную роль в организации, так как, с одной стороны обеспечивает ориентацию на определенное поведение сотрудников, принятии решений, утверждает единые стандарты, нормы, ценности и традиции компании, а с другой - отражает уникальность ее сотрудников. Таким образом, речь идет об особой корпоративной культурной идентичности. Но культурные трансформации, которые произошли в обществе 20-21 веков, обозначаемые как переход к «культуре информационного общества» или «переход к культуре постмодерна» безусловно, оказывает влияние на формирование корпоративной культуры. Определяющее влияние на ее формирование корпоративной культуры оказывает как культура в широком смысле слова, так и те социально-экономические изменения и соответствующие им ценности, которые разделяются корпоративными институтами.

Между культурой человека, понимаемой как возвращение и воспроизводство смыслов деятельности, поведения и общения в социуме и корпоративной культурой прослеживается четкое соотношение. Их причастность друг к другу, которая необходима в равной степени, как для существования человека, так и для культуры корпорации.

В современных условиях рыночной экономики корпорация является наиболее распространенной и значимой формой предпринимательской деятельности, обозначает оптимальную систему организации крупномасштабного производства товаров и услуг.

Экономические, политические и социальные изменения жизни обязательно проецируются на организационную среду, влияя на нее прямо или косвенно. Внешние факторы влияют на все ресурсы организации: материально – технические, человеческие, информационные, финансовые. Это влияет на весь цикл производства. Таким образом, организация – это открытая социально – экономическая система, где все элементы взаимосвязаны и напрямую зависят от внешней среды. Корпорация представляет собой организацию, в чем-то близкую и вместе с тем отличную от других человеческих организаций, таких как общины, ассоциации, союзы, институты и так далее. Особенность корпорации в том, что она собирает людей по профессиональным признакам, но также включает и другие связи, позволяющие индивиду ощутить стабильность и идентичность своей социальной группе.

Понятия «корпоративная культура» и «организационная культура»: концептуальные различия

Термин «корпоративная культура» появился в XIX веке. Многими исследователями авторство приписывается немецкому фельдмаршалу Мольтке, который в армейской среде применял его для характеристики взаимоотношений офицеров. Правила поведения сложились внутри профессиональных сообществ еще в средневековых гильдиях, и нарушения этих правил

могли привести к исключению их членов из сообществ [Вебер М., 1990, 44-271].

В настоящий момент ни у кого не возникает сомнений по поводу значимости корпоративной культуры для успешного, эффективного функционирования и процветания любой организации.

Корпоративная культура в «классическом» понимании рассматривается как инструмент успешного стратегического развития компании через стимулирование инноваций и управление изменениями. Корпоративная культура в той или иной степени существует в любой компании - с момента появления организации и до самого конца - вне зависимости от того, создается специальная служба для работы с ней или нет.

На практике специалисты по управлению человеческими ресурсами по-разному интерпретируют понятие корпоративной культуры. Одно из его определений звучит так: «корпоративная культура - это система ценностей и методов управления». Первая часть определения относится к нематериальным активам организации, а вторая - к конкретным механизмам.

Применительно к исследованию корпоративной культуры представляется правильным использовать семиотический подход, рассматривающий корпоративную культуру как мир знаков, позволяющих накапливать и передавать социальную информацию, или как мир социальной информации, накапливаемой и сохраняемой с помощью знаковых средств, созданных людьми.

В контексте исследования корпоративной культуры семиотический подход является важным и прослеживается в работах зарубежных и отечественных ученых (Р. Барт, В. В. Иванов, Ю. М. Лотман, Ф. де Соссюр, М. Фуко, Ч. Моррис, Ф. Деррида, Л. Ельмслев, Ю. Кристева, Р. О. Якобсон, Ю. С. Степанов, Г. Фреге и др.). Культура является главным объектом управления в корпорациях, мыслимом в рамках корпоративной культуры. Корпоративная культура формирует новую стратегию менеджмента, которая предполагает, что все культурные элементы (знаки, язык, ценности, нормы, символы, этика и т.д.) будут оформляться в институционализированных рамках организаций, которые станут ещё и главными агентами идентификации и отсюда феномен идентификации в корпоративной культуре через определенные знаки и символы.

Теория социального конструирования реальности П. Бергера и Т. Лукмана, являются сходными методологическими идеями исследования корпоративной культуры. С этой позиции корпоративная идентичность не дана человеку изначально, а является социальным конструктом, создается в системе социально-экономических, организационных и культурных норм, предписаний и запретов корпорации, а также трансформируется в процессе изменения широкой культурной ситуации.

Согласно, например, Я.Ассману, любая культурная идентичность всегда является результатом расшифровки культуры, раскладывание продуцируемых ею символов и смыслов. С этой точки зрения, корпоративная культура не просто конструирует свой смысл исходя из экономических интересов корпораций, но и существенно изменяется в различных культурных ситуациях, соответствуя их ценностям.

Книга «Корпоративная культура: обряды и ритуалы корпоративной жизни», написанная в 1984 году Терренсом Дилом и Аланом Кеннеди, дает ответы на множество вопросов об эффективности лидерства, а также о долгосрочном успехе организации, которые создали сильную корпоративную культуру. Далее выходит книга Эдгара Шейна «Организационная культура и лидерство», где рассматривается множество взаимосвязанных аспектов лидерства и культуры организации.

В 1980-1990е годы были изданы такие труды известных ученых, как «Теория Z» Уильяма Оучи и «В поисках эффективного управления» Тома Питерса и Роберта Уотермана. Авторы

утверждали, что корпоративная культура – один из важных факторов эффективности деятельности компании с экономической точки зрения и ее интеграции и адаптации к внешней среде.

Э. Шейн определяет культуру группы как «паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции». Определенные правила оказываются эффективными для того, чтобы считать их «ценными и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем». [Шейн Э.Х., 2002, 15-16].

Согласно Герту Хофштеде организационная культура – «своеобразное коллективное программирование мыслей людей, которое отличает членов одной организации от другой». В то же время, Говард Шварц и Стенли Дэвис говорят о культуре компании как о совокупности убеждений членов организации, которые формируют нормы, влияющие на индивидуальное и групповое поведение. Также П.Б. Вейл утверждает, что «корпоративная культура является системой отношений, действий и артефактов, которая выдержавшая испытание временем и сформировавшая у участников культурного общества уникальную психологию, общую и характерную для них». По мнению Гарета Моргана, корпоративная культура — это прежде всего, комплекс определенных правил поведения, традиций, символов, ритуалов и ценностей, принятых в организации, которые обязательны для её работников. [Кириллова Е.Н. 2007, с. 341]

По мнению Барри Фегана, корпоративная «культура - это идеи, интересы и ценности, разделяемые группой». Сюда входят опыт, навыки, традиции, процессы коммуникации и принятия решений, устремления и ожидания, мифы, страхи, надежды, реально испытанные сотрудниками. Корпоративная культура – это то, как люди относятся к хорошему результату, почему люди занимаются различной работой в рамках компании, как одни части компании видят другие ее части, и какие формы поведения выбирает для себя каждое из подразделений в результате этого видения. Однако существуют более строгие и формальные объяснения этому явлению.

Корпоративная культура постоянно взаимодействует с остальными составляющими системы управления, оказывает влияние на характер их применения, и сама формируется исходя из взаимодействия с тем или иным элементами этой системы. Корпоративная культура является одним из рычагов управления организацией.

В литературе понятия «корпоративной культуры» и «организационной культуры» в большинстве случаев отождествляются. Оба понятия культуры определяются с использованием понятий философии, идеологии, ценностей, ожиданий, норм, присущих организации и разделяемых всеми ее членами. Однако следует их разграничить. Поскольку культура свойственна не только крупным корпорациям, то возник термин «организационная культура». Наличие большого множества противоречивых определений терминов «корпоративная культура» и «организационная культура» создает трудности для познания и практики. Для логической последовательности данного исследования необходимо рассмотреть и определить понятия «корпоративная культура» и «организационная культура».

Еще в 1952 г. Э. Джакус говорил о том, что культура организации – это образ мышления и способ действия, вошедшая в привычку. Ставший традицией культура организации в большей или меньшей степени, разделяется всеми работниками предприятия и принимается новыми членами компании, пусть даже частично. [Джакус Э, 1952, 120-156].

Американский социолог Т. Парсонс в 1956 г. ввел в научный оборот термин «организационная культура». Организация, рассматриваемая как система, по Парсонсу, представляет собой устойчивый комплекс взаимосвязанных и повторяющихся социальных действий. [Клименко А.А., 2010, 54-63]

Также проводится разграничение понятий «организационная культура» и «корпоративная культура» в работах Ф.И. Шаркова. Он характеризует корпоративную культуру по сравнению с организационной «...значительно большей масштабностью, расширенностью, расширенной зоной влияния, пронизывающую огромную общественную среду, а главное – корпоративным сознанием и действием» [Шарков Ф.И., 2002, С. 82-90].

Существует мнение, трактующее корпоративную культуру как феномен, присущий крупнейшим корпорациям, то есть объединению ряда организаций, имеющих единую управляющую систему и единые миссию, цели и т.д

По мнению Ж.Т.Тощенко и Н.Н.Могутновой, оспаривающих такой подход, изначально термин «корпоративный» произошел от латинского «corporation» – сообщество, объединение, а не от «корпорации» как организационно-правового типа предприятия, поэтому и термин «корпоративный» используется в смысле «объединяющий». На основании этого, они считают, что термин «корпоративная культура» может применяться к любой организации. [Тощенко Ж.Т., 2005, 130–136]

На сегодняшний день существует множество различных определений корпоративной и организационной культуры. Концепция организационной или корпоративной культуры не имеет единого толкования. У каждого из авторов своё понимание этого понятия.

Большинство определений основаны на общечеловеческих ценностях, диктующие организационное поведение. Может послужить примером определение организационной культуры американским исследователем М. Армстронгом: «организационная культура – это совокупность убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации, определяющих взаимодействие людей и в значительной мере влияющих на ход выполнения работы» [Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г., 2009, 294.]

Российский исследователь в области управления персоналом Ю.Г. Одегов, приводит важнейшие различия между корпоративной и организационной культурой, которые обусловлены характеристиками культурой макросреды корпорации; корпоративная культура содержит в себе ряд субкультур, достаточно отличающихся друг от друга, тогда как организационная культура во многом статична. [Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. 2009].

Так, например, в Великобритании, где важна жесткая внутрифирменная иерархия, а в Италии, напротив, характерен «дух свободы» и, как результат – низкая дисциплина, «слабый» менеджмент. Для французской корпоративной культуры характерен снобизм, методы управления во французских компаниях консервативны. [Армстронг М, 2009, 4- 7].

Определение понятия корпоративная культура наиболее полным видится в работах В. А. Спивака, где дается следующее определение: «культура организации - это совокупность материальных и духовных ценностей, представлений, явлений, распространенных в организации, отражающих ее неповторимость и индивидуальность и проявляющихся в поведении, взаимодействии сотрудников, их восприятии себя в компании и окружающей среды». Данное определение вбирает в себя все уровни и разные проявления культуры организации, опираясь как на ее материальный, так и на духовный аспект [Спивак В.А., 2004, 3-26].

Заключение

Приведенные примеры свидетельствуют о многообразии и о явной неоднозначности понятия «корпоративная культура» в интерпретации российских и зарубежных ученых. Исходя из различия в определениях корпораций и организаций, под корпоративной культурой, как представляется, следует понимать систему материальных и духовных ценностей, мифов и

ритуалов, принятых в определенной компании, отражающих ее индивидуальность. Она проявляется в поведении, взаимодействии, восприятии себя и других в социальной среде и формируется целенаправленно в рамках принятой стратегии менеджмента компании.

Библиография

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. СПб, 2009.
2. Библер В.С. От наукоучения – к логике культуры: Два философских введения в двадцать первый век. М., 1991. С. 261.
3. Брокгауз Ф.А., Эфрон И.А. Малый энциклопедический словарь. М.: Корпорация, 2008.
4. Васильчук В.А. Социальное развитие человека в XX веке // *Общественные науки и современность*. 2001. № 1. С. 13.
5. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Давыдова Ю.Н. (ред.) *Избранные произведения*. М.: Прогресс, 1990. С. 44-271.
6. Гацалов Э. Происхождение и развитие корпоративной формы организации предприятий // *Экономический журнал*. 2008. № 1(11).
7. Голикова Ю.А. Организация и управление корпорациями в мировой экономике. Хабаровск, 2005. С. 10.
8. Джакус Э. *The Changing Culture of a Factory*. New York: Dryden Press, 1952. 251.c
9. Иванова Т.Б., Журавлёва Е.А. Корпоративная культура и эффективность предприятия. М.: РУДН, 2011.
10. Кириллова Е.Н. Корпорации раннего Нового времени: ремесленники и торговцы Реймса в XVI-XVIII веках. М.: Наука, 2007. 341 с.
11. Клименко А.А. Организационная и корпоративная культура: концептуальные различия // *Молодой ученый*. 2010. Т. 2. № 11 (22). С. 54.
12. Кребер А. Культура. Критический анализ концепций и дефиниций. М., 1992. 235 с.
13. Магданов Ю.А. История возникновения корпораций до начала XX в. // *Стратегическое и проектное управление*. 2012. № 4.
14. Николаев А.А. Социология управления. М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. 272 с.
15. Одегов Ю.Г., Руденко Г.Г. Экономика персонала. Ч. 1: Теория. М.: Альфа-Пресс, 2009. 1056 с.
16. Орлова Э.А. Введение в социальную и культурную антропологию. М., 1994. С. 15-17.
17. Пивоваров Д.В. Проблема носителя идеального образа: операционный аспект. Свердловск, 1986. С. 99.
18. Слинкова О.К. Понятийный аппарат концепции организационной культуры, 2006.
19. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. М., 2001. С. 35.
20. Степин В.С. Культура // *Новейший философский словарь*. 3-е изд., испр. Мн., 2003. С. 527.
21. Тощенко Ж.Т., Могутнова Н.Н. Новый взгляд на понятие «корпоративная культура» // *Социс*. 2005. №4. С.130–136.
22. Тумгоева З.И. Динамика ценностных оснований корпоративной культуры организации: автореф. дисс. канд. Культурологии. М., 2009.
23. Фейблман Дж. Концепция науки о культуре // *Антология исследований культуры*. Т. 1: Интерпретации культуры. СПб., 1997. С. 157-170.
24. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2002.
25. Шинкаренко О.Н. Корпоративная культура: мифы и реальность // *Кадры предприятия*. 2011. №9. С. 34-35.

Concepts of corporate culture and organizational culture: social and philosophical analysis

Elina N. Sevumyan

PhD in Economy, Associate Professor,
Department of economics and finance,
South Russian Humanitarian Institute,
344082, 108 Krasnoarmeiskaya st., Rostov-on-Don, Russian Federation;
e-mail: karapetan@yandex.ru

Elina N. Sevumyan

Abstract

The article deals with the concepts of corporate culture and organizational culture. In modern conditions, both culture in the broadest sense, and those social and economic conditions and values corresponding to them, which are divided by corporate institutes or subcultures, have the main impact on formation of corporate culture. Taking into account differences in definitions of corporations and organizations, the corporate culture is understood as the system of material and cultural wealth, myths and rituals hosted in a certain company, reflecting its identity. As a culture is inherent in not only large corporations, the term "organizational culture" has been introduced. A set of various and contradictory definitions of the terms "corporate culture" and "organizational culture" creates additional difficulties for knowledge and practices. The corporate culture exists in any company – from the moment of emergence and until the end – whether the special service for work is created or not. The feature of functioning of corporations is that they bring people together on professional characteristics, and include other communications allowing the individual to feel stability, identity of the social group. The author of this article talks about apparent ambiguity of the notion of corporate culture in the interpretation of Russian and foreign scientists.

For citation

Sevumyan E.N. (2017) Ponyatiya "korporativnaya kul'tura" i «organizatsi-onnaya kul'tura»: sotsial'no-filosofskii analiz [Concepts of corporate culture and organizational culture: social and philosophical analysis]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 6(5A), pp. 61-68.

Keywords

Corporate culture, organizational culture, culture, corporation, value, motivation, myth, staff, employee, company's strategy.

References

1. Armstrong M. (2009) *Praktika upravleniya chelovecheskimi resursami* [Human resource management practice]. Moscow.
2. Bibler V.S. (1991) *Ot naukoucheniya – k logike kul'tury: Dva filosofskikh vvedeniya v dvadtsat' pervyi vek* [From the science of knowledge – the logic of culture: two philosophical introduction to the twenty first century]. Moscow.
3. Brokgauz F.A., Efron I.A. (2008) *Malyi entsiklopedicheskii slovar'* [Small encyclopedic dictionary]. Moscow: Korporatsiya Publ.
4. Dzhakus E. (1952) *The Changing Culture of a Factory*. New York: Dryden Press.
5. Feiblmán Dzh. (1997) Kontseptsiya nauki o kul'ture [The concept of a science of culture]. *Antologiya issledovaniy kul'tury. T. 1: Interpretatsii kul'tury* [Anthology of research of culture. Vol. 1: Interpretation of culture]. Saint Petersburg, p. 157-170.
6. Gatsalov E. (2008) Proiskhozhdenie i razvitie korporativnoi formy organizatsii organizatsii predpriyatii [Origin and development of the corporate form of organization of the enterprises]. *Ekonomicheskii zhurnal* [Economic journal], 1(11).
7. Golikova Yu.A. (2005) *Organizatsiya i upravlenie korporatsiyami v mirovoi ekonomike* [Organization and management of corporations in the global economy]. Khabarovsk.
8. Ivanova T.B., Zhuravleva E.A. (2011) *Korporativnaya kul'tura i effektivnost' predpriyatiya* [Corporate culture and company effectiveness]. Moscow: Peoples' Friendship University of Russia.
9. Kirillova E.N. (2007) *Korporatsii rannego Novogo vremeni: remeslenniki i torgovtsy Reimsa v XVI-XVIII vekakh* [Corporations in early modern time: the artisans and merchants of Reims in the XVI-XVIII centuries]. Moscow: Nauka Publ.
10. Klímenko A.A. (2010) *Organizatsionnaya i korporativnaya kul'tura: kontseptu-al'nye razlichiya* [Organizational and

- corporate culture: conceptual differences]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 11 (22), p. 54.
11. Kreber A. (1992) *Kul'tura. Kriticheskii analiz kontseptsii i definitsii* [Culture. Critical analysis of concepts and definitions]. Moscow.
 12. Magdanov Yu.A. (2012) *Istoriya vozniknoveniya korporatsii do nachala XX v.* [History of creating corporations until the beginning of XX century]. *Strategicheskoe i proektnoe upravlenie* [Strategic and project management], 4.
 13. Nikolaev A.A. (2011) *Sotsiologiya upravleniya* [Sociology of management]. Moscow: Al'fa-M: INFRA-M Publ.
 14. Odegov Yu.G., Rudenko G.G. (2009) *Ekonomika personala* [Personnel economics], 1. Moscow: Al'fa-Press Publ.
 15. Orlova E.A. (1994) *Vvedenie v sotsial'nuyu i kul'turnuyu antropologiyu* [Introduction to social and cultural anthropology]. Moscow. S. 15-17.
 16. Pivovarov D.V. (1986) *Problema nositelya ideal'nogo obraza: operatsionnyi aspekt* [Problem of the carrier of ideal: operational aspect]. Sverdlovsk.
 17. Shein E.Kh. (2002) *Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo* [Organizational culture and leadership]. Moscow: Piter Publ.
 18. Shinkarenko O.N. (2011) Korporativnaya kul'tura: mify i real'nost' [Corporate culture: myths and reality]. *Kadry predpriyatiya* [Staffing company], 9, p. 34-35.
 19. Slinkova O.K. (2006) *Ponyatiinyi apparat kontseptsii organizatsionnoi kul'tury* [Conceptual framework the concept of organizational culture].
 20. Spivak V.A. (2001) *Korporativnaya kul'tura: teoriya i praktika* [Corporate culture: theory and practice]. Moscow.
 21. Stepin V.S. (2003) *Kul'tura [Culture]. Noveishii filosofskii slovar'* [Latest philosophical dictionary], 3th ed. Mn.
 22. Toshchenko Zh.T., Mogutnova N.N. (2005) Novyi vzglyad na ponyatie "korporativnaya kul'tura" [A new look at the concept of "corporate culture"]. *Sotsis*, 4, p. 130–136.
 23. Tumgoeva Z.I. (2009) *Dinamika tsennostnykh osnovanii korporativnoi kul'tury organizatsii. Dokt. Diss. Abstract* [Dynamics of value bases of corporate culture of the organization. Doct. Diss. Abstract]. Moscow.
 24. Vasil'chuk V.A. (2001) Sotsial'noe razvitie cheloveka v KhKh veke [Social development of man in the twentieth century]. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'* [Social sciences and modernity], 1, p. 13.
 25. Veber M. (1990) *Protestantskaya etika i dukh kapitalizma* [Protestant ethic and the spirit of capitalism]. Davydova Yu.N. (ed.) *Izbrannye proizvedeniya* [Selected works]. Moscow: Progress, pp. 44-271.