

УДК 316.354

Е. В. Строгеецкая

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)*

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ПРЕДМЕТ СОЦИАЛЬНЫХ НАУК: ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГРАНИЦ ПОНЯТИЯ

Посвящено систематизации подходов в понимании феномена организационной культуры. Выявляются причины интереса к данному явлению в различных странах мира. Рассматриваются гносеологические источники концепта «организационная культура» и эволюция понятия в научном дискурсе. Анализируются социально-психологические, антропологические и социологические предпосылки создания общей теории организационной культуры, получившей бурное развитие в 70–80-е гг. XX в. Определяется вклад социологии в развитие этой теории. Устанавливаются степень взаимовлияния и различие между такими родственными с термином «организационная культура» понятиями, как организационная мораль, организационное поведение, организационный климат, организационный консенсус и корпоративность. Разграничиваются концепты «организационная культура» и «корпоративная» культура. Обосновываются методологические преимущества концепта «организационная культура» применительно к социологическому анализу организации.

Организационная культура, организационная мораль, индустриальная социология, организационное поведение, корпоративность, организационный консенсус, субкультуры организации

История изучения явления организационной культуры насчитывает несколько десятилетий. По-прежнему это исследовательское поле открыто и постоянно пополняется новыми экспериментальными данными и знаниями. В настоящее время не существует единой социологической теории организационной культуры, более того, трактовки социальных механизмов ее динамики весьма разнообразны и находятся в жесткой методологической зависимости от авторской позиции исследователя.

Гносеологическими источниками концепта «организационная культура» принято считать социологию и социальную психологию. Значительный вклад в развитие теоретических основ изучения культуры организации внесла культурная антропология.

Впервые термин «культура» в отношении к организационным сообществам был использован в научной литературе в 20–30-е гг. прошлого века [1, с. 433].

По одной из версий, толчок для понимания трудовых и организационных взаимоотношений через культуру дал Алексей Капитонович Гастев – социолог, экономист, создатель и руководитель Центрального института труда при ВЦСПС СССР. Гастев специализировался в области научной организации труда (НОТ). На его становление как ученого огромное влияние оказало обучение в Высшей школе социальных наук в Париже в 1904 г. Взгляды социологов того времени сформировали позицию А. К. Гастева относительно приоритетного влияния на работу предприятия человека и культуры труда, в отличие, например, от Г. Форда (с которым ученый состоял в переписке), настаивающего на совершенствовании техники производства как гаранта результативности промышленных орга-

низаций. Среди прочего советский исследователь НОТ утверждал, что «взаимоотношения людей на производстве требуют определенной “культурной условности”» [2, с. 279].

Другая версия приписывает первенство в использовании концепта «культура» применительно к организациям американскому социологу и психологу Элтону Мэйо. Утверждается, что Мэйо, подводя итоги Хотторнских исследований, в числе нефизических факторов, влияющих на производительность труда, выделял «культуру фабрики». Принято считать, что американскому ученому не принадлежит авторство этого термина, но он употреблял его как относительно расхожий в научном сообществе периода конца 20-х – начала 30-х гг. прошлого века. Можно рассматривать эту версию историков концепций организационной культуры как спорную, но в любом случае выводы Э. Мэйо о необходимости развития «чувства групповой сопричастности» на основе разделяемых ценностей могли стать серьезным импульсом для изучения феномена культуры организации, направляющего и регламентирующего поведение ее работников [3, с. 142–150].

Хотя влияние исследовательских стимулов начала 30-х гг. XX столетия на развитие культурального подхода в изучении организационных сообществ казалось вполне очевидным, широкого распространения этот взгляд тогда не получил. Считается, что сам термин «организационная культура» был введен в научный оборот только в 1981 г. американцем австралийского происхождения Уильямом Оучи в книге «Теория Z: Как американский менеджмент может встретить японский вызов», в которой автор обобщил свои наблюдения, собранные в ходе сравнения организации деятельности и стилей управления в японских и американских фирмах.

В литературе часто можно встретить мнение о том, что именно интерес к «чуду японского менеджмента», т. е. к неожиданным индустриальным победам страны, потерпевшей сокрушительное поражение во Второй мировой войне, а также вытекающие из исследований, предпринятых для удовлетворения этого интереса, выводы о том, что восточная модель менеджмента противостоит западным «рациональным» методам управления, стали первопричиной формирования теорий организационной культуры. Хотя стремительное лидерство Страны восходящего солнца сыграло свою роль в ориентации исследований организационной культуры, но все-таки согласиться с исключительным влиянием этого факта на предмет данного исследования крайне трудно из-за богатейшей интеллектуальной предыстории изучения рассматриваемого явления.

По крайней мере, три десятилетия до выхода в свет нашумевшей книги У. Оучи активно формировались социологические и социально-психологические предпосылки будущей теории оргкультуры. Характерным для них было то, что в научных концепциях рассматривались либо отдельные элементы культуры, либо смежные понятия и явления, которым давались схожие определения, что в известном смысле затрудняло (подчас и сегодня затрудняет) объективацию феномена оргкультуры.

Говоря о социологических предпосылках, предшествовавших бурному развитию теории организационной культуры в 70–80-е гг., необходимо начать с западных, в первую очередь, английских и американских исследований. Наибольший вклад в изучение социокультурной природы организации среди британских социологов 50–60-х гг. внесли ученые Тавистокского института человеческих отношений. Еще в 1951 г. издательство «Тависток-пресс» опубликовало книгу Эллиота Жака «Изменение культуры фабрики». В своей книге автор не просто использовал, но дал четкое определение термину «культура предприятия». Он определил его как вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей

или меньшей степени разделяют все работники предприятия и который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали «своими» [4, с. 251].

Отправным стимулом для большинства американских исследований 50-х гг. было нарастающее противоречие между постулатами Макса Вебера о доминанте протестантской этики в регулировании социального действия и реальностью крупных промышленных компаний США и Британии. Так, например, если протестантская этика обуславливала успешность человека наилучшим осуществлением его мирского предназначения – его дела, то реальность организации показывала, что добиться успеха в ней мог не столько тот, кто лучше всех работал, сколько сотрудник, не нарушивший норм поведения, выработанных на предприятии. В 50-е гг. среди практиков-управленцев и теоретиков-социологов окончательно была сформирована гипотеза о субстанциональной сущности организаций, которая среди прочих факторов детерминирует рациональность их работников. Ее называли по-разному – от морали организации (Честер Барнард, 1952) до силы, формирующей «марципановый слой» руководителей (Уильям Уайт, 1956). Наименования нового феномена маркировали традиции социологической мысли, составившие фундамент для будущих исследований организационной культуры.

Серьезное влияние на становление теорий оргкультуры оказали разработки школы социальных систем – одного из самых значительных направлений социологии организации. Среди них первое место по праву занимают труды американского управленца Ч. Барнарда. Хотя в Гарвардском университете он учился экономике, скорее его следует отнести к успешным представителям прикладной социологии. Как отмечали современники, Барнарда можно считать самоучкой в области социальной теории, поскольку его практический опыт и сделанные им выводы, составившие фундамент школы социальных систем, неразрывны со знаниями, полученными им самостоятельно из прочитанных книг по общественным наукам и научных дискуссий с социологами Гарварда, в которых он принимал активное участие. Неслучайно и в практике управления, и в своих сочинениях американец настаивал на равнозначном внимании как к формальной организации, находящейся в фокусе большинства менеджеров той поры, так и к неформальной организации, социальным взаимодействиям между сотрудниками компаний и коммуникациям.

Наибольшее значение для теории организационной культуры имели идеи, касающиеся «морали организации». Изучая процессы принятия управленческих решений, Барнард связывал их с выполнением моральных кодексов – но не с признанными моральными принципами, такими как христианская этика, а с особыми моральными проблемами организационного поведения. Он считал, что этому аспекту уделяется крайне мало внимания и своей книгой «Элементарные условия деловой морали» (1952) давал старт этому новому направлению исследований. Обосновывая их актуальность, автор среди прочего утверждал, что результаты такого рода изысканий помогут менеджерам в практическом распространении организационной морали как фактора, противостоящего центробежным силам индивидуальных интересов и мотивов работников корпораций. Барнард усматривал в морали организации социальный инструмент интеграции кооперативных и индивидуальных компонентов организации, а в выполнении моральных кодексов – источник неформального авторитета [5].

Введенный Ч. Барнардом термин «организационная мораль» получил еще большее распространение и более глубокую разработку благодаря другому представителю школы социальных систем – американцу Герберту Саймону. Его главным вкладом в развитие предпосылок изучения организационной культуры было введение в научный оборот опре-

деления организационной морали как совокупности разделяемых большинством членов организации организационных целей, ценностей, норм [6]. Легко заметить, что эта дефиниция тождественна многим последующим определениям культуры организации. Более того, американский социолог и экономист признавал факт наличия в организации разделяемых целей, ценностей и норм в качестве одного из главных признаков ее развития, когда непосредственный контроль за деятельностью со стороны администрации может быть заменен на координацию действий персонала компании.

Еще одним значительным вкладом Г. Саймона можно считать его попытки изучить проблему выработки и интериоризации организационных ценностей сотрудниками производственных предприятий. В эмпирических исследованиях совместно с Джеймсом Марчем и Ричардом Сайертом он показывал, как в процессе достижения организационной цели работники коллективно формируют систему ценностей, регулирующих их дальнейшую деятельность.

Среди социологов, оказавших косвенное влияние на понимание роли организационной культуры, следует отметить еще одного последователя школы социальных систем – Филипа Селзника. Исследуя функции «институционального лидерства», он фактически указал на то, что одним из прямых назначений менеджмента является создание и сохранение конвенционально значимого культурного пространства внутри организации. Ядром такого пространства, по Селзнику, должны были выступать разделяемые персоналом убеждения, соответствующие политике организации. При выполнении этого условия возникала возможность для совпадения формальной и неформальной структур со стратегическими планами организации. Такое состояние, обеспечивающее результативность в достижении организационной цели, Ф. Селзник называл институциональной идентичностью [7].

Период 50–80-х гг. XX столетия обогатил теоретико-прикладные обобщения школы социальных систем результатами целого ряда эмпирических исследований индустриальной социологии (в литературе можно столкнуться с отнесением этих исследований к неакадемической традиции в социологии организации (А. Стрельцов)), направленных на выявление связи между производительностью организации и наличием или отсутствием, а также качественной характеристикой тех или иных социокультурных и социально-психологических элементов производственных отношений. Результаты упомянутых исследований были обобщены и легли в основу нескольких книг, прогремевших в середине 50-х – начале 80-х гг.

Прежде всего, следует отметить книгу «Организационный Человек» (1956) американского социолога и журналиста У. Уайта. Она представляла итоги его интервью с менеджерами ведущих американских корпораций, таких как General Electric и Ford. На основании бесед с управленцами Уайт делает вывод о существовании своего рода психологической принадлежности успешного сотрудника того времени к своей компании, сформированной в процессе полного принятия им организационных ценностей и в стремлении соответствовать ожиданиям предприятия. Источником успешности «организационного человека» часто становится именно приверженность социокультурной доктрине корпорации, а не квалификация, инициатива или творческий подход [8].

По сути, книга Уайта стала стимулом для многих последующих теоретических обобщений. В частности, она весьма созвучна с упомянутыми выше разработками Г. Саймона и Дж. Марча, в 1958 г. опубликовавшими свой первый совместный труд «Организации», посвященный в том числе и доказательству детерминированности организационного поведения осознанным согласием/несогласием работников с ценностно-нормативной системой их предприятия.

Вторая книга, требующая особого внимания от исследователей эволюции знаний об организационной культуре, – «Человек, который управляет» (1959) Мэлвилла Далтона. Она обобщала конкретные социологические исследования автора, проведенные в крупных промышленных компаниях США и Канады. Далтон в своей публикации рассмотрел процессы возникновения субкультур в рамках предприятий, их взаимосвязь с потребностями создателей, а также влияние культурных особенностей на мотивацию персонала.

Другой важной попыткой осознать механизмы, условия и взаимосвязь технологических и социокультурных изменений в ходе развития предприятия можно считать еще одну известную разработку Тавистокского института человеческих отношений. Тавистокский эксперимент был начат на предприятиях угольной промышленности Британии (а впоследствии проходил на ткацких фабриках Индии) еще в 40-е гг. прошлого века, но его полевой этап приходился на период с 1955 по 1958 г. Потребность в эксперименте появилась в результате необходимости изменить технические и организационные методы производства на угольных шахтах. Сотрудники Института во главе с его директором Эриком Тристом получили прекрасную возможность апробировать на практике теоретически разработанный ими ранее социотехнический подход к организационным процессам. Результаты эксперимента были опубликованы в книге «Организационный выбор: Способности групп, работающих в угольном забое при меняющихся технологиях. Потеря, новое обретение и трансформация традиции труда» (1963).

Среди прочих выводов ученые Тавистокского института отмечали, что для полноценного перехода к новым техническим и организационным методам труда необходима трансформация культуры трудового сообщества – «требуется радикальное изменение практик и ценностей». В случае британской угольной промышленности того периода, по их мнению, нужен был переход «от культуры труда, сосредоточенной на человеке, – к культуре труда, сосредоточенной на машинах» [9]. Средство перехода к новой культуре они видели в совместных конференциях-практикумах персонала и администрации, проводимых с целью осмысления имеющегося опыта – «размораживание существующей ситуации» – и добровольного самоизменения каждого участника и организационного перевоспитания коллектива [9].

Материалы книг М. Далтона и Тавистокской группы хорошо дополняют идеи Ф. Селзника о «социокультурной» функции менеджмента (1957) и позволяют оценить практические возможности и препятствия для ее реализации.

Обзор социологических предпосылок укоренения ряда терминов, характеризующих социокультурную природу организации, в понятийном аппарате общественных наук хотелось бы завершить исследованиями конца 60-х – начала 80-х гг. прошлого века. Вслед за Г. Саймоном, давшим первое определение организационной морали и предложившим взгляд на ее состав, указанные исследования сфокусировали свое внимание на отдельных культурных составляющих организации, тем самым давая старт гносеологическому этапу структурного моделирования изучаемого явления. Важно заметить, что в рамках этих исследований ученые и практики все активнее обращались в том числе и к проблеме выявления характера влияния тех или иных культурных элементов на эффективность выполнения организацией своих социальных функций, что делало изучение организационной культуры закономерной частью социологического знания, обращенного к теме организации.

В 1968 г. Дэвид Хэмптон опубликовал книгу «Организационное поведение и практика менеджмента», в которой, в частности, рассматривал возможности ценностей, норм и правил поведения в реализации интеграционной функции организации. Через год его соотече-

ственник Харрисон Трайс дополнил изыскания Хэмптона в области обусловленности интеграционного потенциала предприятия такими культурными формами, как производственные обряды, ритуалы, а также внутриорганизационные коммуникации и язык общения.

Функцию адаптации к внешней среде в культурном измерении в начале 80-х гг. рассматривали Терри Дил и Алан Кеннеди. Специалисты Бостонской консалтинговой группы показали зависимость между характером культурных форм и параметрами взаимосвязи организации со своей внешней средой. В числе культурных форм Дил и Кеннеди выделяли ценности, обряды, ритуалы, героев корпорации и структуру общения в ней. К параметрам взаимосвязи со средой, по их мнению, относились объемы субъективных вложений в окружающую среду (степень риска) и период получения ответной реакции от нее (скорость обратной связи). В своей книге 1982 г. авторы не только одними из первых использовали термин «корпоративная культура», но и предложили классификацию культур организаций, которая до сих пор востребована практиками менеджмента [10].

Эксперты международной консалтинговой компании «McKinsey & Company» Томас Питерс и Роберт Уотерман продолжили анализ культурных катализаторов выполнения целевой функции организации, особое внимание уделив ценностям и корпоративной идеологии и показав преимущества сильных идеологических позиций для достижения успеха в производственных отношениях [11].

Изыскания в области научной организации труда (А. К. Гастева, Ф. У. Тейлора, Г. Эмерсона и др.) и концепция «человеческих отношений» Э. Мэйо составили основания не только для развития собственно социологических школ понимания социокультурной специфики организации. На фоне развития феноменологической традиции в социологии, разработок в области гештальт-психологии, а также в связи с выдвижением после восстановления интереса к термину «аттитюд»¹ социологами Уильямом Томасом и Флорианом Знанецким в 1918 г. теории аттитюдов, пять указанных направлений научной мысли стали аналитической рамкой и стимулом для исследований, которые принято относить к социально-психологическим предпосылкам изучения организационной культуры.

Речь прежде всего идет о работах, посвященных проблематике организационного (термин, более принятый в американской традиции) или социально-психологического (термин, более принятый в отечественной традиции) климата. Идея климата появилась в конце 30-х гг. XX в., а наиболее активная фаза его изучения, связанная с операционализацией понятия, пришлась на 60-е гг. В сути этого явления ученые часто усматривали характеристики, сходные с выявленными позднее структурными и функциональными особенностями организационной культуры. По этой причине в литературе конца XX – начала XXI вв. можно встретить отождествление этих понятий и допущение возможности их взаимозамены. Некоторые исследователи даже утверждают, что появление двух наименований одного явления обусловлено исключительно разницей в терминологических аппаратах национальных научных дискурсов: «организационная культура» – термин, характерный для американской социологии и социальной психологии, а «организационный климат» – для советской обществоведческой школы [12, с. 129]. Однако такой взгляд вызывает возражение по нескольким причинам.

¹ Термин «аттитюд» ввел в научный оборот немецкий ученый К. Ланге в 1888 г. Однако многие исследователи считают, что в терминологическом аппарате социальной психологии понятие было восстановлено именно У. Томасом и Ф. Знанецким.

Во-первых, именно западные ученые впервые применили концепт климата к организационным общностям. В 1939 г. германско-американский психолог, создатель организационной психологии Курт Левин совместно со своим учеником и коллегой Роном Липпитом и Ральфом Уайтом опубликовал статью, в названии которой фигурировало словосочетание «социальный климат» [13]. Вслед за Левиным к разработке идеи климата в организации обратились Крис Арджирис и Дуглас МакГрегор. Первый использовал новый концепт (1957) в отношении неформальных объединений внутри производственных компаний [14, с. 73–77]. Второй, продолжая разработки К. Левина, анализировал климат в сопряжении со стилями управления и трансформировал понятие в словосочетание «управленческий климат» [15]. Отечественные исследования социально-психологического климата велись в рамках изучения психологии труда. Первым в советской обществоведческой науке понятие психологического климата использовал Николай Сергеевич Мансуров в 1966 г. [16].

Во-вторых, для американской социальной психологии значительно более, чем отождествление и взаимозамена, характерна тенденция устойчивого обособления и независимого изучения понятий климата и культуры в целях поиска оптимальных путей интеграции этих организационных явлений [17].

Если вернуться к существу социально-психологических предпосылок теории организационной культуры, то прежде всего необходимо отметить, что они так же, как и изыскания школы социальных систем, в особенности работы Ч. Барнарда и Ф. Селзника, фокусировали свое внимание на моральных и социокультурных детерминантах процессов принятия организационных решений. Но в отличие от социологов, социальные психологи обнаружили, что воздействие организационной морали и других социокультурных регуляторов на поведение людей не является прямым, но опосредовано их восприятием сотрудниками компании. Так, в 1968 г. исследователи из Гарварда Джордж Литвин и Ричард Стрингер утверждали, что любые реалии организации понимаются только так, как они были восприняты сотрудниками [18, с. 42]. Роль индикатора, сигнализирующего о том, как воспринимаются, в какой мере признаются или отвергаются коллективом нетехнологические регуляторы организационного поведения, играет социально-психологический климат. Климат, в свою очередь, по словам Д. Литвина и Р. Стрингера, влияет на организационные решения путем создания определенных видов верований о том, какие последствия будут вытекать из различных действий [18, с. 188].

Итак, к началу 80-х гг. XX в. окончательно сложились условия, благоприятствующие утверждению термина «организационная культура» (а также ряда родственных понятий) в языке общественных наук, что, в свою очередь, стимулировало рост числа исследований социокультурных проблем организации. Безусловно, первое место среди них занимали работы У. Оучи, Т. Дила, А. Кеннеди, Т. Питерса, Р. Уотермана и некоторых других авторов, которые способствовали распространению взгляда на организационную культуру как на инструмент успеха компании, что укрепляло интерес к явлению со стороны не только теоретиков, но и практиков-управленцев. Поэтому исследования в этой области были нацелены как на поиск эффективных методов управления, моделей мотивации и взаимоотношений внутри организации, так и на выявление способов транспонирования этих методов и моделей в виде правил и рекомендаций в другие организационные рамки.

Однако через некоторое время взгляд на культуру организации как на залог ее процветания был подвергнут сомнению теоретиками социологии организации и практиками менеджмента. В начале 90-х гг. мир стал свидетелем спада активности некоторых крупных

японских компаний и жесткого сопротивления идее корпоративизма в этой стране. Тогда же у тех могущественных американских корпораций, которые долгое время были объектами изучения, возникли существенные проблемы в области управления. К тому же концепт культуры активно вытеснялся другими модными новшествами менеджмента, такими как «человеческий фактор», «менеджмент качества» и т. д. В результате организационные исследования все дальше уходили от культурального взгляда на компанию.

Прикладной интерес к организационной культуре в этот период подхватили специалисты по управлению межкультурными связями, в фокусе внимания которых были проблемы транснациональных корпораций. В то же время стала ощутима неудовлетворенность научного интереса в вопросах изучения места и роли человека, его повседневности в организации. В поиске оригинальных подходов к решению этих проблем аналитики обратились к достижениям социальной антропологии.

Первое концептуальное основание изучения проблем организационной культуры социальными антропологами принято искать в антропологии труда и профессиональных сообществ. В 1971 г., изучая повседневность людей, связанных одним родом деятельности, социолог Барри Тернер установил наличие в разных индустриальных организациях «микрокультур», воспроизводящих сходные нормативные паттерны поведения, системы смыслов и ценностей, которые заметно отличаются от культурных элементов, свойственных остальному обществу. Этот феномен англичанин назвал «индустриальной субкультурой» [19, с. 1–8].

Второе основание антропологических исследований оргкультуры, которое можно квалифицировать как концептуально-методологическое, связано с именем Клиффорда Гирца. По мнению некоторых ученых, американский антрополог и социолог предложил свою собственную концепцию культуры, отличную от традиционных антропологических взглядов, сложившихся к первой половине XX в. в Америке. Важным допущением этой концепции являлось уравнивание объектов антропологии: К. Гирц считал, что культуры современных сообществ достойны такого же внимания исследователей, как и традиционные. И в том, и в другом случае культура представляет собой набор контрольных механизмов (правил, планов и т. д.) – программ, управляющих поведением (а не комплексом отдельных паттернов поведения) и опознаваемых человеком посредством символических объектов (изображений, слов, жестов и т. д.). Кроме того, в своем программном труде «Интерпретация культур» (1973) американец предложил основной метод изучения традиционных и современных культур. Он назвал его «насыщенным описанием» [20].

Труды Б. Тернера и К. Гирца дали мощный толчок развитию антропологических исследований организационных сообществ. Так, в 1982 г. Джон Ван Маанен и Стефан Барлей, идя по пути изучения профессиональных сообществ, впервые обратились к анализу культуры и контроля в организациях посредством насыщенного описания [21]. В работах, подобных организационным описаниям Д. Ван Маанена и С. Барлея, ученые выявляли преимущества этнографического метода в изучении персонального труда, построения карьеры, отношений власти в трудовых сообществах и других организационных проблем над методами, зародившимися на тот момент в рамках теории организации, а также демонстрировали концептуальную связь между микро- и макроуровнями организации, которая обеспечивается культурой. Антропологический анализ фокусировался на особых феноменах: образе стратегического мышления, интерпретациях действий менеджеров и реакциях на них. При этом культура выступала интегратором формальной организации с повседневной практикой и индивидуальными действиями [22, с. 28].

В отличие от менеджмента с его прагматическими целями, социальная антропология отказалась от взгляда на культуру как атрибутивное и инструментальное свойство организации, а трактовала саму организацию как уникальную, но не монолитную культуру, выраженную в смыслах, символах и знаниях, существующих в единстве разнообразия. Перед исследователями стояли задачи понимания процессов смыслопорождения, оценки асимметрии отношений, приводящей к борьбе за признание и распространение тех или иных значений и т. д. Попытки решить эти задачи ставили ученых перед необходимостью использовать ресурсы феноменологической, конструктивистской, критической и феминистской традиций социологии. Таким образом, уже в начале 80-х гг. прошлого столетия начало оформляться особое методологическое направление в социальных исследованиях организационной культуры, которое, в свою очередь, обусловило очередной взлет интереса к самой ее идее в конце XX в.

Линда Смирчич и Марта Калас привели три объяснения растущей популярности концепции культуры организации как системы знаний, символов и значений:

- сдвиги в сторону культуры в менеджменте могут быть более важными, нежели в сторону организационного определения;
- сдвиги в гуманитарных науках от позитивизма к конструктивистскому пониманию отражают важность субъективного восприятия мира индивидами;
- развитие организационной и коммуникативной теорий, акцентирующих внимание на природе символов менеджмента и уникальном использовании языка в организации, приводит к появлению подхода, который концептуализирует организацию как социально сконструированную структуру [23, с. 222].

Рубеж веков принес еще две важные причины необходимости дальнейшего осмысления феномена организационной культуры. Во-первых, мир вошел в информационную эпоху, в которой главенствующими посредниками во взаимодействии индивидов, групп и социальных сетей выступают знания. Интерес к созданию, распространению и более системному применению знаний, как правило, приводит к росту интереса к культуре; управление на основе знаний становится одним из факторов управления на основе культуры [22, с. 15–27].

Во-вторых, информационная эпоха принесла с собой проблему острейшей конкуренции. Чтобы обеспечить себе высокую конкурентоспособность, компании вынуждены весьма быстро адаптироваться к инновационным изменениям и влияниям, а это далеко не всегда безболезненно. Столкновение традиционных моделей управления с новым пониманием смысла организационного устройства приводит к противоречиям внутри организаций. По мнению российского исследователя П. Романова, такие конфликты нечасто носят открытый характер. Скорее всего, происходит конфликт на уровне понимания смыслов деятельности, при этом менеджеры могут инсценировать принятие инноваций, но на деле продолжать действовать в рамках, заданных предшествующим опытом и привычными ценностями [24, с. 168]. В таких условиях мышление в терминах организационной культуры дает не только пронизательность и глубину, но также гибкость и адаптивность в принятии и осуществлении решений.

Вместе с тем удовлетворение интереса к феномену организационной культуры наталкивается на целый ряд познавательных проблем. Культуральная аналитика организаций представляет собой весьма неустойчивое с научной точки зрения поле. Шведский специалист в области критической теории организационной культуры Мэтс Элвессон отмечает, что сам факт интереса к «культуре» или использования этого термина не означает, что между исследовательскими подходами есть много общего: «Кажется, что многие, ссылаясь на культуру, делают это, смутно

осознавая значение самого термина. А ведь это очень важно, применяя термин, не потерять при этом фокус, направление внимания и глубину интерпретации» [22, с. 19].

Одна из центральных проблем исследований связана с многозначностью родового для данного термина понятия «культура». С одной стороны, идея культуры – пожалуй, самая популярная в гуманитарном знании, поскольку представляет собой ядро концепций многих социальных наук. В последние десятилетия различные отрасли научного знания активно обращаются к культуре в поисках наиболее состоятельного объяснительного механизма для решения исследовательских задач в своей предметной области. С другой стороны, такой разносторонний интерес к концепту «культура», в свою очередь, рождает и ряд трудностей, первая из которых – отсутствие всеобъемлющего определения. Большое разнообразие дефиниций не дает такой возможности и ставит перед исследователями задачу по крайней мере сгруппировать существующие определения в более или менее однородные категории.

Среди ученых, наиболее успешно занимавшихся критическим обзором подходов к определению культуры, необходимо отметить американских социальных антропологов А. Кребера и К. Клакхона. Они проанализировали вначале 150, а затем 300 дефиниций и разделили их на 6 типов. Кроме того, результатом обзора стало их собственное определение культуры, которое признается мировым научным сообществом одним из самых полных и удовлетворяющих запросы многих направлений социально-гуманитарного знания. Культура, по мнению Кребера и Клакхона, состоит из явных и неявных моделей поведения, принятых и передаваемых посредством символов, составляющих определенное достижение человеческой группы, содержащих его воплощение в артефактах. Основное ядро культуры состоит из традиционных идей (исторически выделенных и селектированных) и особых присущих им ценностей; культурные системы могут, с одной стороны, рассматриваться как продукты деятельности, а с другой – как условия будущей деятельности [25, с. 112].

Представляется, что определение Кребера и Клакхона можно принять за основополагающее для данного исследования, поскольку оно удовлетворяет трем условиям. Во-первых, оно не противоречит социологическому пониманию культуры. Так, социология подчеркивает социальную природу культуры, что совпадает с рассматриваемой дефиницией, которая видит в культуре продукт человеческой деятельности и достижение человеческой группы. Кроме того, социологи трактуют культуру как организующий и регулирующий фактор для общества, а определение американских антропологов раскрывает механизмы организации и регулирования. Во-вторых, Кребер и Клакхон дают толчок для формулирования гипотез о природе динамики культуры, что лежит в русле задач данного исследования.

Наконец, рассматриваемая дефиниция может быть спроецирована на любой уровень и форму социального взаимодействия (культура человечества, национальная культура, профессиональная культура и т. д.), поскольку культура присуща каждой социальной группе, существующей настолько долго, чтобы сформировать устойчивые паттерны поведения и передать их новым членам. Это дает веские основания для расширения объема понятия «культура» за счет закономерного включения в него терминов «культура организации», «корпоративная культура» и «организационная культура», что не характерно для общеизвестных, в основном культурологических, представлений о разновидностях культуры.

В то же время претензии на синонимичность большого множества родственных понятий (в этот смысловой ряд, как отмечалось ранее, часто попадают термин «организационный климат», а также концепты «корпоративность» и «организационный консенсус»), без-

условно, создают дополнительные трудности для аналитики рассматриваемых культурных феноменов и требуют разграничения дефиниций.

Конструкты «организационная культура», «корпоративная культура» и «культура организации» чаще всего используются в качестве синонимов. Большинство исследователей предпочитают одно из понятий, но при этом допускают возможность выбора остальных в том же смысловом ряду. Представляется, что такое отождествление в условиях современных организаций, тем более университетов принципиально неправомерно, так как, во-первых, сужает аналитические возможности предлагаемых теоретических конструктов, а во-вторых, смешивает различные формы социального взаимодействия, которым соответствуют названные типы культуры.

Рассмотрим различие в значениях понятий «культура организаций» и «корпоративная культура», появившихся в социокультурном анализе организации первыми. Как уже упоминалось, распространение термина «корпоративная культура» началось с выхода в свет книги Т. Дила и А. Кеннеди. Свою популярность концепт набрал в связи с исследованиями особенностей управления японскими предприятиями второй половины прошлого века, а также с разработками в области обеспечения корпоративности в крупных транснациональных компаниях того же периода. Поэтому нельзя не упомянуть о родовой связи термина «корпоративная культура» с теоретическими концепциями корпоративности, которые во многом и обусловили аутентичное наполнение этого термина. Рассмотрим этот аспект подробнее.

В своем наиболее общем значении корпоративность понимается как принцип, регулирующий взаимодействие в некой группе людей на основании неукоснительного следования или преданности интересам этой группы. Вместе с тем можно выделить три традиции в определении корпоративности: управленческо-экономическую, социально-психологическую и феноменолого-антропологическую. Каждая из них обуславливает свою трактовку социальных границ и качества группы, продуктом и условием деятельности которой становятся корпоративная культура и ее составляющие.

Первая представлена определением Луиса Келсо: корпоративность рассматривается как включение работников в систему корпоративного управления через участие в собственности и принятие решений [26]. В этом случае корпоративная культура формируется как достижение формальной, административной общности людей, объединенных совместной деятельностью и стремящихся к достижению общей цели через достижение целей индивидуальных.

Вторая традиция разрабатывалась социальными психологами (в том числе и учеными Советского Союза и России), описывающими механизм корпоративности как формирование команды, каждый член которой чувствует себя неотъемлемым звеном, без которого невозможна реализация общих целей. В этом случае корпоративная культура – это культура команды, т. е. весьма сплоченной и эффективной, но существенно ограниченной по своей численности группы. Обычно команда состоит из 7–9 человек.

Вторая традиция во многом переплетается и становится предпосылкой для развития третьей, в рамках которой инструментом достижения корпоративности и урегулирования отношений выступает консенсус. Феноменологи и конструкционисты определяли консенсус как равновесное состояние социальной группы, где определенные цели, ценности и нормы разделяются и принимаются всеми.

Вопрос о некорректности такого понимания консенсуса возник в связи с опровержением идеи культуры организации как монолитного феномена Б. Тернером. Изучая повсе-

дневность современных крупных и средних организаций, социолог установил, что их культура – не монолитный феномен, она сложна и вариативна. Внутри каждой индустриальной организации, по словам Тернера, действуют микрокультуры, заметно отличающиеся от подразделения к подразделению [19, с. 1–8].

Новое понимание консенсуса непосредственно связано с антропологическими идеями К. Гирца, согласно которым различные группы в организации могут иметь собственное понимание того или иного процесса. При таком подходе консенсус предстает как последовательность временно достигнутых соглашений по поводу производства смыслов и организации повседневности в различных контекстах. Лишь в пределах субкультур возможен полный консенсус, понимаемый как согласие по поводу основных ценностей и смыслов деятельности.

Традиции понимания корпоративности и вытекающие из них трактовки корпоративной культуры показывают, что применение этого термина взамен понятия «культура организации» существенно ограничен.

Обратимся к разновидностям корпораций. В их ряду можно назвать профессиональные гильдии, политические объединения, партии, наконец, к корпорации могут быть отнесены организации двух типов. Во-первых, такие, размеры которых дают возможность своим коллективам чувствовать себя единой командой, сплоченной вокруг общих идей и целей, одинаково представлять себе наиболее продуктивные способы их достижения. Во-вторых, в случае, когда все члены компании вовлечены в процесс управления, имеют если не решающий, то по крайней мере совещательный голос в выдвижении общих целей и в обсуждении способов их достижения. Подобное идеальное состояние также, скорее всего, можно встретить в компаниях, небольших по размеру.

В иных случаях термин «корпорация» в его классической дефиниции неприменим к описанию таких объектов, как сложная гетерогенная организация, поскольку реальность средних и крупных компаний далека от идеала. Культура гетерогенного предприятия вмещает в себя несколько субкультур, соответствующих различным функциональным подразделениям и неформальным группам, стратегия и паттерны поведения которых отличны друг от друга. Ключевые субкультуры в организациях по-разному оценивают и истолковывают трудовой процесс, а следовательно, имеют не совпадающие, иногда противоречащие друг другу рациональности: ими используются различные способы и механизмы достижения целей, а часто из-за несходного видения организации субкультуры утверждают несопоставимые ценности и продуцируют взаимоисключающие нормы поведения.

Таким образом, термин «культура организации» соответствует ее целостному описанию. Культура крупной гетерогенной организации (к этому разряду, несомненно, относится современный университет) не монолитна, но состоит из множества более внутренне однородных субкультур. Для их анализа наиболее релевантным является использование концепта «корпоративная культура».

Далее рассмотрим отличия понятия «организационная культура» от терминов «культура организации» и «корпоративная культура». Поскольку значение концепта «культура организации» подразумевает всю совокупность характерных черт субкультур, сформированных в ее рамках, то наиболее результативным оказывается использование данного концепта для выявления внешних культурно-символических особенностей организации, отличающих ее от подобных и связанных с феноменами имиджа, фирменного стиля и репутации. Вместе с тем термин «культура организации» в приведенном значении не дает возможности проанализиро-

вать процесс обеспечения консенсуса внутри нее, хотя именно крупная гетерогенная организация особенно нуждается в интеграции для выработки общей организационной цели, формулировки проблем, важных не только для отдельных групп, но и для коллектива в целом и т. д. Такая социокультурная интеграция возможна только при наличии некоторой совокупности разделяемых всеми или большинством ценностей, представлений и идей, а также механизмов их выработки в условиях символической борьбы и культурных противоречий, неизбежно существующих в такой организации. Эту функциональную нагрузку и выполняет в крупной гетерогенной организации организационная культура.

Исходя из предложенной логики, синонимичное использование понятий «корпоративная культура» и «организационная культура» наиболее оправдано. В то же время, строго говоря, их отождествление невозможно вследствие существенно отличающихся свойств этих феноменов. Корпоративная культура менее формализована, но более жестка и инертна. Она сохраняется до тех пор, пока существует группа, поддерживающая определенные корпоративные интересы, и является своеобразным фильтром, отсеивающим тех, кто не соответствует ее требованиям. Организационная культура представляет собой более гибкий и динамичный феномен, основанный на живой материи профессионального, политического или иного интереса и развивающийся в рамках дискуссионного процесса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Липатов С. А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Организационная психология / сост. и общ. ред. Л. В. Винокурова, И. И. Скрипюка. СПб.: Питер, 2001. С. 432–443.
2. Гастев А. К. Как надо работать. Практическое введение в науку организации труда. М.: Экономика, 1972. 103 с.
3. Шумейко М. В. Типология корпоративной культуры // Общество: политика, экономика, право. 2008. № 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-korporativnoy-kultury> (дата обращения: 30.11.2017).
4. Jaques E. The changing culture of a factory. New York: Dryden Press, 1952. 251 p.
5. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации / пер. с англ.; под ред. В. А. Спивака. СПб.: Питер, 2001. С. 199–215.
6. Simon H. A. On the Concept of Organizational Goal // Administrative Science Quarterly. 1964, June. P. 3–22.
7. Selznick P. Leadership in administration: A sociological interpretation. Berkeley, California: University of California Press, 2009. 162 p.
8. Стрельцов А. Человек перед лицом Организации // Управление персоналом. 2013. № 8 (306). URL: <http://www.top-personal.ru/issue.html?3317> (дата обращения: 04.09.2017).
9. Лапин Н. И. Эмпирическая социология в Западной Европе. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. С. 109–112.
10. Deal T. E., Kennedy A. A. Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life. Boston: Addison-Wesley, 1982. 223 p.
11. Питерс Т., Уотерман Р. мл. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки. М.: Альпина Паблишер, 2011. 528 с.
12. Почебут Л. Г., Чикер В. А. Организационная социальная психология: учеб. пособие. СПб.: Речь, 2002. 298 с.
13. Lewin K., Lippitt R., White R. K. Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates // J. of Social Psychology. 1939. Vol. 10. P. 271–301.

14. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: учеб. пособие. М.: Логос, 2002. 224 с.
15. McGregor D. The Human Side of Enterprise. New York: McGraw Hill, 1960. 423 p.
16. Мансуров Н. С. Вопросы психологии труда, трудового обучения и воспитания. Ярославль: Изд-во Яросл. ун-та, 1966. 13 с.
17. Schneider B., Ehrhart M. G., Macey W. Organizational Climate and Culture // Annual Review of Psychology. 2013. Vol. 64. P. 361–388.
18. Litwin G. H., Stringer R. A. Motivation and Organizational Climate. Cambridge: Harvard Business School, 1968. 210 p.
19. Turner B. A. Exploring the Industrial Subculture. London: Macmillan, 1971. 212 p.
20. Гирц К. Интерпретация культур / пер. с англ. М.: РОССПЭН, 2004. 560 с.
21. Van Maanen J., Barley S. Occupational communities: Culture and control in organizations // Research in Organizational Behavior. 1982. 6. P. 287–365.
22. Элвессон М. Организационная культура. Харьков: Гуманитарный центр, 2005. 460 с.
23. Calas M., Smircich L. Using the «F» word: feminist theories and the social consequences of organizational research // Gendering Organizational Analysis. London: Sage, 1992. P. 222–234.
24. Романов П. Власть, управление и контроль в организациях: Антропологические исследования современного общества. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2003. 402 с.
25. Kroeber A. L., Kluckhohn C. Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions. Cambridge: Harvard Univ. Print. Office, 1952. 223 p.
26. Келсо Л. О., Келсо П. Х. Демократическая и экономическая власть. М.: Знание, 1993. 208 с.

E. V. Stroetskaya

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

ORGANIZATIONAL CULTURE AS A SUBJECT OF SOCIAL SCIENCES: HISTORY OF STUDY AND DETERMINATION OF THE CONCEPT BOUNDARIES

The article is devoted to the systematization of approaches in understanding the phenomenon of organizational culture. The reasons of interest in this phenomenon in various countries of the world are revealed. Gnoseological sources of the concept «organizational culture» and the evolution of the concept in scientific discourse are considered. Socio-psychological, anthropological and sociological preconditions for the creation of a general theory of organizational culture which gained rapid development in the 70–80s of the XX century are analyzed. The contribution of sociology to the development of this theory is determined. The mutual influence and the difference between such related terms as «organizational culture» concepts like organizational morality, organizational behavior, organizational climate, organizational consensus and corporate identity are established. The concepts «organizational culture» and «corporate culture» are differentiated. The methodological advantages of the concept «organizational culture» as applied to the sociological analysis of the organization are substantiated.

Organizational culture, organizational morality, industrial sociology, organizational behavior, corporate identity, organizational consensus, subcultures of the organization