

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ
СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

DOI 10.34685/HI.2025.25.57.012

Давиденко Елена Анатольевна,
соискатель, Южный филиал Российского
научно-исследовательского института культурного
и природного наследия имени Д.С.Лихачёва (Краснодар)
Email: david.sch@yandex.ru,

Аннотация. *Статья посвящена значимым для современного этапа развития российского общества аксиологическим основаниям и сформировавшимся на их основе нормативно-ценностным регуляторам в сфере материального и духовного производства в отечественной корпоративной культуре. Попытки подчинения российской корпоративной культуры западным моделям функционирования в качестве формализованных и неформальных институтов, превращения постсоветской России в глубокую периферию Европы обернулись откатом, вызванным возрождением суверенитета российского общества и государства на основе сохранения аксиологического ядра российской ментальности в геополитическом, геоэкономическом и геокультурном пространстве миросистемы. При этом российская корпоративная культура далека от капсулирования и изоляции, открыта всем позитивным достижениям мировой науки и практики, способна воспринимать и творчески адаптировать достижения западной цивилизации к российским конкретно-историческим условиям и реалиям.*

Ключевые слова: корпоративная культура, цивилизация, аксиология, ценностное ядро культуры, индивидуализм, коллективизм.

Выделение социокультурных факторов, детерминирующих развитие различных типологических моделей корпоративной культуры, являющейся одним из системообразующих элементов национальной культуры, является необходимым основанием понимания процессов возможных векторов современного развития культуры как системы аксиологических оснований развития российской цивилизации. В свою очередь, аксиологические основания поступательного развития цивилизации позволяют определить как конкурентные преимущества, так и проблемные места, которые в условиях современной глобальной миросистемной конкуренции могут являться драйверами ускорения развития, или барьерами в области эффективности функционирования всех сфер социальной жизни.

Формирование и инкорпорирование в российскую корпоративную культуру универсальных принципов глобальных моделей корпоративной культуры транснациональных корпораций могут порождать как индивидуалистско-корпоративистские ориентации персонала в организациях и на предприятиях, подверженные влиянию геополитических, геоэкономических и геокультурных противников современной России, так и солидаристско-коллективистские основания синтеза традиционных российских ценностей и адаптированных к ним достижений зарубежных культурных форм корпоративной культуры. Это, в свою очередь, приводит к гармонизации цивилизационных и корпоративных культурных ценностей и норм и сохранению и развитию конкурентных преимуществ в процессах многовекторных цивилизационных противостояний при опоре на базовые основания российской социокультурной и государственно-гражданской идентичности. При этом следует принять во внимание, что подавляющее количество публикаций на темы корпоративной культуры посвящены корпоративной культуре университетов, предприятий, организаций, в то время как вопросы о воспроизведении цивилизационных аксиологических ценностях остаются на периферии исследовательского интереса.

Интерес к исследованию детерминирующих факторов корпоративной культуры проявился в 70-80-е гг. XX в. Классические типологические модели и их структура были проанализированы Э. Шейном, а детерминанты подробно разработаны голландским ученым Г. Хофстеде [1-4]. В отечественной науке

основные концептуальные подходы к особенностям отечественной корпоративной культуры были проанализированы А. А. Кокошиным, обратившим внимание на ее цивилизационные особенности в связи с решением задач модернизации российского общества [5]. Углубленное исследование российской культуры управления и, отчасти, корпоративной культуры в рамках цивилизационной парадигмы А. П. Прохоровым [6]. Различные аспекты особенностей корпоративной культуры и адаптации ее западных образцов к российским реалиям изучались в работах А. В. Верникова, В. А. Ядова, Ж. А. Мугаловой, Г. Б. Кошарной, Н. Н. Зарубиной [7-11]. А в последние годы корпоративная культура российских корпораций и организаций вновь привлекла внимание Е. Ю. Душариной, Н. И. Кондрашкиной, В. И. Гостениной, Ж. А. Казориной, А. С. Новикова [12-14] и др. отечественных ученых. Все они, отмечая поливариативность российской корпоративной культуры, сходятся в характеристике отечественной корпоративной культуры как нуждающейся в дальнейших социологических и теоретических культурологических исследованиях.

Целью данного исследования является изучение роли и функций традиционных цивилизационных ценностей российского общества в современной российской корпоративной культуре. Задачей исследования является выявление места и роли функций традиционных ценностей российской цивилизации в современной российской корпоративной культуре в контексте кросс-культурных взаимодействий с инокультурными основаниями зарубежных корпоративных культур. Предмет исследования – аксиологические основания современной российской корпоративной культуры.

Научная новизна исследования определяется обращением к анализу традиционных ценностей российской цивилизации в современной российской корпоративной культуре, которые, как правило, представлялись в отечественной научной литературе по проблеме как тормозящий фактор внедрения международных стандартов корпоративной культуры именуемой давосской бизнес-культурой. Эта культура как многоуровневая социокультурная система, сформированная западным бизнес-сообществом, стремилась навязать другим цивилизациям и странам стандарты западного англосаксонского предпринимательства как высшего достижения в развитии мирового бизнес-сообщества, предлагая им проекты модернизации, то есть приведения в соответствие с глобальными западными стандартами развития своих стран [15].

Проведенные отечественными исследователями корпоративной культуры научные изыскания показали наличие противоречивой картины: с одной стороны, в большинстве компаний и организаций корпоративная культура использовалась, с другой стороны, до сих пор научно не обоснованы модели корпоративной культуры в соответствии со стратегическими направлениями и современным уровнем развития российского общества в целях успешного поступательного продвижения в конкурентном мире.

В методологии исследования корпоративной культуры в прикладных работах основной массив отечественных исследований основывался на подходах западного менеджмента, социологии и психологии управления. В них изначально преобладал акцент на дифференциации различных аспектов изучения корпоративной культуры отдельных, как правило, наиболее успешных крупных компаний и индивидуалистских основаниях межличностных социально-коммуникативных взаимодействий.

Сформулированные определения моделей корпоративной культуры, по преимуществу, пренебрегали цивилизационными особенностями, сосредотачиваясь на роли руководителей корпоративных организаций различного уровня, типологизации организационной культуры и типологических моделях стилей управления. Пожалуй, лишь трехуровневая модель организационной культуры Э. Шейна, включающей глубинный уровень, охватывающей такие элементы как национальный менталитет, верования и убеждения, смыслы предметов и явлений, понимание пространственно-временных отношений, отношение к человеку и его деятельности соответствует отчасти представлениям автора статьи. Причем на осознаваемых сотрудниками организации уровнях ученый поместил поверхностный и подповерхностный уровни. В то время как базовый или глубинный уровень он отнес к трудно осознаваемым персоналом системным элементам организационной культуры [1; 2]. Углубленно дифференцирующие основания различных принципов организационных культур изучил Г. Хофстеде на основании глубинных интервью, программа которых была реализована в 1960-1970-е гг. [3].

Источниковой базой исследования являются научные работы, посвященные корпоративной культуре и результаты исследований корпоративной культуры, содержащихся в различных вторичных социологических источниках – результатах опросов, глубинных интервью.

Классик исследования корпоративной культуры Э. Шейн полагал, что корпоративная культура представляет собой доминантные ценностные ориентации (*dominant value orientations*), которые связаны с дескриптором паттернов (*decipher the pattern*), то есть систему фреймов аксиологических представлений, категоризирующих явления внешней и внутренней среды организации. Они исторически сложились или сформировались в процессе целенаправленного конструирования моделей социально-коммуникативных взаимодействий сотрудников, образующих управляющую и управляемую подсистемы организации [1; 12, с. 64; 13].

Корпоративная культура может представлять собой развернутые применительно к сформулированной миссии компании нормативно-ценностные регулирующие социально-коммуникативные практики установки и нормы по управлению внутриорганизационными либо ориентированными на взаимоотношения с внешними субъектами социального взаимодействия (акторами социально-экономической и медийно-коммуникативной деятельности), в рамках которых в российской предпринимательской культуре 90% руководителей воспринимают внешнюю среду как угрозу стабильности и развитию компании [16].

В российских организациях, как свидетельствуют эксперты, корпоративная культура, сформировавшаяся на основе результатов совместной деятельности в процессе функционирования, охватывает 80% организаций, в то время как социально сконструированная корпоративная культура была генерирована и развита в 20% проанализированных организаций. По данным аналитиков, в западных компаниях это соотношение составляет 30% versus 70%, а в странах Востока – 20% versus 80% [10; 11; 16]. На индивидуальном уровне культура личности, по справедливому замечанию Г. Хофстеде, формируется под влиянием первичной и вторичной социализации и может быть адаптирована к принципам, ценностям и регулятивам корпоративной культуры [3].

О наличии проблемного фактора в формировании корпоративной культуры, заключающегося в воплощении миссии или философии организации в реальной атмосфере внутрикорпоративного климата и межличностных (межстратификационных) отношений в организации свидетельствуют данные опроса Исследовательского центра портала Superjob.ru, проведенного в декабре 2023г.: 85% руководителей компаний указали на недостаток кадров для эффективного функционирования [17].

Соискатели вакансий на российском рынке труда, согласно данным портала Superjob.ru, в числе доминантных факторов при выборе работы отмечают высокий уровень оплаты труда – 61%, адекватность руководства – 36%, стабильность компании – 30%, карьерные перспективы – 29%, комфортную психологическую обстановку – 27% [18]. Причем, как отмечают эксперты, современный рынок труда ориентирован на постоянную адаптацию к динамике социально-культурных изменений в сфере трудовых отношений [19, с. 185]. Попытки клонирования моделей западной корпоративной культуры и их имплантации в российские организации показали несовместимость принципов корпоративной западной культуры и российских реалий [20, с. 89]. 70% опрошенных в 2019-2020 гг. слушателей программы МВА МГУ им. М. В. Ломоносова отметили наличие сформировавшейся корпоративной культуры в своих компаниях, доминантой которой (54% респондентов) назвали культуру ролей, а проектную культуру (адаптивную) выбрали лишь 25% респондентов [21].

Это приводит к состоянию постоянной турбулентности во внутренней сфере отечественной корпоративной культуры, которая побуждает сотрудников различного уровня действовать по сложившимся в данный конкретный момент обстоятельствам – в рамках корпоративных традиций и нормативных ограничений, с одной стороны, и ситуативно, ориентируясь на достижение цели пусть и ценой нарушения установок корпоративной культуры, с другой стороны. Причем для россиян характерно контаминация терпеливого ожидания изменений в лучшую сторону для решения назревших проблем с параллельной ориентацией на скорейшее достижение результата, который требуется административному руководству, что создает особый мобилизационный настрой персонала [5, с. 22].

Кроме того, в российской корпоративной культуре реально действуют механизмы социально-стратификационной солидарности, когда, нарушая официально регламентированные нормы и правила, работники одного уровня стараются поддерживать друг друга, даже в том случае, когда это противоречит целям производственной деятельности. [6, с. 218-226.]

Корпоративная культура в российской варианте издавна представляла собой баланс между завышенными требованиями и ожиданиями администраторов и возможностями подчиненных. Этот баланс соблюдался благодаря тому, что менеджерское звено управления в организациях постоянно смягчало требования вышестоящих управленческих уровней за счет повышения давления на нижестоящие уровни, при этом добиваясь максимального соответствия корпоративных требований и реальных продуктивных практик непосредственно вовлеченных в продуктивную деятельность низовых структур и страт работников [6, с. 309-310]. Во многом эти процессы обусловлены инерционностью социокультурных процессов в деятельности старших возрастных групп работников, которую пытается преодолеть приходящее им на смену поколение центениалов [21].

Отметим, что базовые ценности корпоративной культуры, опираются на аксиологические подходы национальной культуры, что определяет стратегическую ориентацию корпоративной культуры [22, с. 127]. А. С. Кармин обратил внимание отечественных ученых на положения, высказанные Г. Хофстеде, отмечавшего, что культура программирует поведение человека посредством первичной и вторичной социализации в различных коллективах [23, с. 13].

Вместе с тем, согласно мнению ученых, для российских организаций корпоративная культура все еще имеет меньшее значение, в силу более низкого уровня конкуренции в российском бизнес-пространстве, чем в странах Запада [22, с. 127]. На существующем уровне российской корпоративной культуры она определяется сочетанием нормативно-ценностных установок, сформированных в организации, и образом личных имиджей сотрудников, демонстрируя своеобразный гибридный характер [24, с. 17-18]. Но это не отменяет различной степени культуры участия в организации – от формального декларативно-внешнего следования принятым в организации корпоративным культурным стандартам до всестороннего полного углубленного принятия этих стандартов [9, с. 84].

Ряд зарубежных ученых и находящихся в фарватере их методологии исследования отечественных ученых указывают на абстрактную и эволюционирующую природу ценностей, полагая, что ценности изменчивы и под давлением внешних обстоятельств их влияние на корпоративную культуру может снижаться [8, с. 25-29].

В начале XXI в. под агрессивным информационным воздействием медиасреды, продвигающей ценности западной цивилизации, в российском обществе возросла роль ценностей, ориентированных на проявление индивидуализма в различных сферах жизнедеятельности, включая и трудовую деятельность в организациях. Как показали результаты социологического исследования 2006 г., 44% респондентов отметили, что в российском предпринимательском сообществе сформировалась особая корпоративная культура, в которой компании, ориентированные на ее западные модели, составили 55,8%, 32,6% сформировали гибридные модели западной и советской корпоративной культуры, 23,3% ориентировались на советские модели [26, с. 3].

Напротив, коллективистская направленность предполагает соотношение коллективизма и индивидуализма, отражающихся и в современной корпоративной культуре, что свидетельствует о возрастании коллективистских установок в период вторичной социализации, обусловленной выбором жизненной траектории, при сохранении ядра традиционной ментальности. Одновременно коллективизм проявляет себя в широком контексте ролевых моделей социально-коммуникативного поведения [27]. Это и явилось, как представляется, основанием «мутаций» заимствованных форм корпоративного управления и корпоративной культуры западных стран на российской почве реальных социальных отношений и принципов функционирования социальной системы [7].

В современной российской корпоративной культуре в контуре рамочной ценностной матрицы развиваются различные платформы, культивирующие различные модели корпоративной культуры, выбор которых обусловлен различными ориентациями по сферам деятельности и целевым сегментам потребителей, что отражает инновационные процессы в эволюции отечественной корпоративной

культуры [28]. Развитие корпоративной культуры способствует формированию «ценностных ориентиров организации, становятся индивидуальными ценностями сотрудника» [14, с. 55]. А это, в свою очередь, настоятельно требует развития теоретических и прикладных основ новой российской корпоративной культуры, которая, опираясь на достижения мировой науки, позволит создать вариативные модели корпоративной культуры для различных сфер деятельности российского общества на основе исторически сложившегося и развивавшегося аксиологического ценностного ядра российской цивилизации.

Таким образом, российская корпоративная культура формировалась под влиянием советской корпоративной административно-командной культуры и западной корпоративной культуры.

Испытав на себе мощнейшее давление западной литературы по проблемам социального конструирования корпоративной культуры на рубеже XX–XXI вв. и сохраняя в ряде случаев инерционное воздействие советской административно-командной корпоративной культуры, российская корпоративная культура формировалась в режиме адаптации обоих типов корпоративной культуры, пытаясь создать гибридные модели, которые, однако, сохраняли ментальное аксиологическое ядро российской цивилизации.

В настоящее время требуется специальная научно обоснованная разработка нового типа российской корпоративной культуры, которая воплотила бы в себе лучшие черты передовых корпоративных культур, адаптированных к российским реалиям.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Schein, E. H. Organizational culture and leadership / 3rd ed.* – San Francisco, CA : Jossey-Bass. A Wiley Imprint, 2004. – 437 p.
- [2] *Шейн, Э.* Организационная культура и лидерство / пер. с англ. С. Жильцов. – Москва; Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 330 с.
- [3] *Hofstede, G. Cultures and Organisations: Software of the Mind.* – London : McGraw-Hill, 1991. –576 p.
- [4] *Hofstede, G. Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations.* – Thousand Oaks, CA: SAGE Publ. Inc, 2001. – 616 p.
- [5] *Кокошин, А.* У России своя траектория развития в современном мире // Человек и труд. - 2000. – № 2. – С. 19-23.
- [6] *Прохоров, А. П.* Русская модель управления. – Москва : Журн. Эксперт : Урал-Прес, 2002. – 376 с.
- [7] *Верников, А. В.* Мутация импортных институтов (на примере институтов корпоративного управления) // Концептуальные проблемы рыночной трансформации в России : Сб. ст. / ред. Р.Н. Евстигнеев. – Москва : ИЭ РАН, 2009. – С. 217-249.
- [8] *Ядов, В. А.* К вопросу о национальных особенностях модернизации российского общества // Мир России. – 2010. - № 3. – С. 46-56.
- [9] *Мугалова, Ж. А.* Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник МИЭП. – 2015. – № 3 -(20). – С. 79-89.
- [10] *Кошарная, Г. Б.* Сущность, структура и функции культуры предпринимательства в современном российском обществе: методологический аспект // Общественные науки. Социология. – 2010. – № 4 -(16). – С. 76-84.
- [11] *Зарубина, Н. Н.* Инновационное развитие России в цивилизационном и институциональном контексте // Мир России. – 2015. – Т. 24. №2. – С. 28-49.
- [12] *Душарина, Е. Ю.* Основные элементы корпоративной культуры // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – №3-1(61). – С. 64-67.
- [13] *Кондрашкина, И. И.* Корпоративная культура как фактор конкурентоспособности компании // Вестник Российского университета кооперации. – 2020. – № 2(40). – С. 128-131.
- [14] *Гостенина, В. И.* Корпоративная культура как управленческая технология формирования идентичности персонала / В. И. Гостенина, Ж. А. Казорина, А. С. Новиков // Среднерусский вестник общественных наук. – 2021. – Т. 16. № 4. – С. 42-57.

- [15] Многоликая глобализация: культурное разнообразие в современном мире / под ред. П.Л.Бергера и С.П.Хантиктона; пер. с англ. В. В. Сапова под ред. М. М. Лебедевой. – Москва : Аспект Пресс, 2004. – 378 с.
- [16] Рубин, Ю. Б. Основы предпринимательства / 2-е изд. – Москва : Синергия, 2019. – 456 с.
- [17] Рынок труда в 2023: тенденции и прогнозы // Исследовательский центр портала Superjob.ru : [сайт]. – URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/114374/rynok-truda-v-2023/> (дата обращения: 07.03.2025).
- [18] При выборе места работы россияне стали чаще обращать внимание на перспективы карьерного роста, но зарплата важнее всего. Социологические опросы. 6 февраля 2025 года // Исследовательский центр портала Superjob.ru : [сайт]. – URL: <https://www.superjob.ru/research/articles/115140/pri-vybore-mesta-raboty-rossiyane-stali-chasche-obraschat-vnimanie-na-perspektivy-karernogo-rosta/> (дата обращения: 07.03.2025).
- [19] Воронов, В. В., Малышев, М. Л. Общее и особенное в новых условиях занятости на рынке труда в стране и регионах // Власть. – 2024. – № 5. – С. 179-186.
- [20] Прокопенко, С. В. Особенности развития предпринимательской культуры России в рыночных условиях. – Текст : электронный // Российский экономический Интернет-журнал. – 2018. – № 4. – С. 89. – URL: <https://www.e-rej.ru/> (дата обращения: 07.03.2025).
- [21] Гудкова, Т. В. Корпоративная культура российских компаний: особенности формирования и тенденции развития // Национальный совет по корпоративному управлению : портал. – URL: <https://nccg.ru/assets/files/3.-t.gudkova-korporativnaya-kultura.pdf/> (дата обращения: 07.03.2025).
- [22] Цыцарова, Н. М. Сильная корпоративная культура как условие обеспечения прочности организации в условиях неопределенности // Экономика и управление: научно-практ. журнал. – 2022. – № 3 -(165). – С. 125-128.
- [23] Кармин, А. С. Культура социальных отношений. – Санкт-Петербург : Лань, 2003. – 928 с.
- [24] Линн, Л. Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие. – Москва : Азбука Бизнес; Азбука-Аткус, 2014. – 157 с.
- [25] Ajzen, I., Fishbein, M. Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of the Research // Psychological Bulletin. – 1977. – Vol. 84. № 5. – P. 888-918.
- [26] Соловьева, М. В. Корпоративная культура государственных служащих : Сб. по результатам XXVII заоч. науч. конф. // Международный научно-исследовательский журнал [=Research Journal of International Studies]. – 2014. – № 5(24). Ч. 3. – С.49-53. – URL: www.research-journal.org/ (дата обращения: 07.03.2025).
- [27] Пищик, В. И., Жолдасов Д. С. Тренды коллективизма и индивидуализма в ментальности представителей молодых поколений. – Текст : электронный // Мир науки. Педагогика и психология. – 2024. – Т. 12. № 1. – URL: <https://mir-nauki.com/PDF/17PSMN124.pdf> / (дата обращения: 07.03.2025).
- [28] Корпоративная культура и корпоративная среда в России: сложившиеся практики и будущее глазами экспертов // СКАН-Интерфакс : [сайт] . – URL: <https://scan-interfax.ru/blog/korporativnaya-kultura-i-korporativnaya-sreda-v-rossii-slozhivshiesya-praktiki-i-budushhee-glazamiekspertov/?ysclid=m81n484f7w61368428/> (дата обращения: 07.03.2025).

SOCIOCULTURAL FACTORS OF DEVELOPMENT OF MODERN RUSSIAN CORPORATE CULTURE

Davidenko Elena Anatolyevna,

External post-graduate student,
Southern Branch of the Likhachev Russian Research Institute
for Cultural and Natural Heritage (Krasnodar)

Abstract. *The article is devoted to axiological foundations that are significant for the current stage of development of Russian society and the normative and value regulations formed on their basis in the field of material and spiritual production in the domestic corporate culture. Attempts to subordinate Russian corporate culture to Western models of functioning as formalized and informal institutions, and to transform post-Soviet Russia into a deep periphery of Europe turned into a setback caused by the revival of the sovereignty of Russian society and the state based on the preservation of the axiological core of the Russian mentality in the geopolitical, geo-economic and geocultural space of the world system. At the same time, the Russian corporate culture is far from encapsulation and isolation, is open to all the positive achievements of world science and practice, and is able to perceive and creatively adapt the achievements of Western civilization to Russian specific historical conditions and realities.*

Key words: *corporate culture, civilization, axiology, value core of culture, individualism, collectivism.*

© Давиденко Е.А., текст, 2025
Статья поступила в редакцию 21.03.2025.

Ссылка на статью:

Давиденко, Е. А. Социокультурные факторы развития современной российской корпоративной культуры – DOI 10.34685/NI.2025.25.57.012. – Текст : электронный // Культурологический журнал. – 2025. – № 2. – С. 54-60. – URL: http://cr-journal.ru/rus/journals/694.html&j_id=64.
