

**Межкультурная  
коммуникация и  
корпоративная культура**

# Т. 2.1. К истории понятия *«корпоративная культура»*

- Истоки и хронология
- Исследования оргкультуры в советское время
- Блоки структуры корпоративной культуры (на примере корпоративной культуры университета)
- Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры

# Хронология

- Феномен «корпоративной культуры» стали интенсивно изучать на Западе в начале ~~80~~ → гг. XX в. **понимается неоднозначно (!)**
- В ~~российский~~ → белорусский обиход входит в 1990-е гг. большинство исследователей **не разграничивают понятия «корпоративная культура» и «организационная культура».**

# Истоки

- История управления насчитывает столько лет, сколько существует человеческое общество!
- Понятия «корпорация» и «корпоративность» институционально оформились в первой половине XIX в.
- **Этимология:** *corpore* - воплощать, облекать плотью, создавать единое целое; *corpus* - тело, вещество, единое целое, община.

# Исследования организационной культуры

- Осуществлялись преимущественно с позиций управления, теории организаций и менеджмента (см. *подробно в уч. пособии Т.Н. Персиковой*)
- Нет исчерпывающего анализа в социокультурном аспекте → отсутствует понятие эколингвистической составляющей.

# Корпоративная культура университета

- В 2009 г. Л.И. Беловой защищена диссертация по специальности «Теория и история культуры», посвященная анализу корпоративной культуры российского университета как объекту социокультурного анализа.

# Л.И. Белова

- Делает попытку «раскрыть природу корпоративной культуры университета как социокультурного феномена для выявления оптимального сочетания качественных характеристик **корпоративной культуры как условия функционирования и развития университета»** (автореферат, с.8).

# Университет как:

- Многофункциональный, многопрофильный социокультурный институт, взаимодействующий с государством на определенной легитимной основе и выполняющий функцию трансляции научного знания и **культурных ценностей**, а также подготовки профессиональных кадров.



# 3 блока структуры корпоративной культуры университета

- 1) **КОГНИТИВНО-АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ;**
- 2) **ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ;**
- 3) **ПРАКСЕОЛОГИЧЕСКИЙ.**

# Когнитивно-аксиологический блок

- Основной единицей этого блока являются **ценности**.
- С одной стороны, университеты напрямую **способствуют** воплощению и **распространению интеллектуальных и научных ценностей, знаний**;
- с другой, - **вносят** неоценимый **вклад** в **формирование** широких социальных и культурных **ценностей**.

# Поведенческий блок

- Первичной единицей данного блока являются **нормы**.
- Нормы – это те требования ( официально зафиксированные в документах и негласные), которые воспринимаются как **свод правил, определяющих «должное» поведение в тех или иных стандартных ситуациях**.
- Нормы выражаются в традициях, обычаях, обрядах, ритуалах, а также через истории и легенды.

# Праксеологический блок

- содержит **формальные регуляторы действий**, закрепленные в соответствующих нормативно-правовых институтах, управляющие не только университетом как общественным институтом, но и, соответственно, его корпоративной культурой (это **институт образования как таковой, культурные институты, институт права и др.**).

# На внешнем уровне корпоративная культура

- Проявляется через
- **МИССИЮ**,
- **СИМВОЛИКУ** (видимые внешние артефакты),
- **цели**,
- **ИМИДЖ**.

# Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры

- 1. **Объективные факторы:**
  - а) **внешние:**
    - политический,
    - экономический,
    - нормативно-правовой фактор,
    - ценностная система общества в целом;
  - б) **внутренние:**
    - история становления и развития организации,
    - тип руководства,
    - организационная структура.

# Факторы, влияющие на формирование корпоративной культуры

- **2. Субъективные факторы:**
  - моральные нормы и ценности,
  - убеждения, мотивы и цели,
  - личные интересы,
  - личные потребности,
  - профессиональный и жизненный опыт сотрудников.