

**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.