

3) использованию методов индивидуального снятия психического напряжения при планировании и выполнении профессиональных задач.

#### **Список использованных источников**

1. Галкина, Н.Ю. Возможности использования стресс-менеджмента в профессиональной деятельности педагога / Н.Ю. Галкина // Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения : сб. ст. XXI Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2020.

2. Галкина, Н.Ю. Профилактика стресса в профессиональной деятельности педагога образовательной организации высшего образования [Электронный ресурс] / Н.Ю. Галкина // III Междунар. науч.-образоват. форум «Хэйлунцзян-Приамурье» : сб. материалов Междунар. науч. конф. – Биробиджан : ИЦ ПГУ им. Шолом-Алейхема, 2019. – № 5.

3. Галкина, Н.Ю. Профилактика стресса и профессионального выгорания личности у педагогов высшего образования в образовательных организациях системы МВД России / Н.Ю. Галкина // Актуальные проблемы науки и практики. – Хабаровск, 2019.

4. Галкина, Н.Ю. Психологические особенности профессиональной деятельности сотрудника полиции в режиме многозадачности [Электронный ресурс] / Н.Ю. Галкина // Актуальные проблемы науки и практики : сб. науч. тр. по итогам науч.-представит. мероприятий / Дальневост. юрид. ин-т МВД России. – Электрон. науч. изд. – Хабаровск : РИО ДВЮИ МВД России, 2021.

5. Тренихина, Е.В. Влияние стресса на организм человека / Е.В. Тренихина, С.А. Телицына, Н.В. Шарыгина // Материалы II межрегион. науч.-практ. конф. / редкол.: О.Н. Кониева [и др.]. – Элиста, 2022.

6. Чернобродов, Е.Р. Стресс и стресс-менеджмент в деятельности участковых уполномоченных полиции / Е.Р. Чернобродов, Н.Ю. Галкина // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Познание». – 2021. – № 2.

УДК 159.9

***В.Л. Голубев***

### **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ: АНАЛИЗ ВЕДУЩИХ КОНЦЕПЦИЙ**

Прочное положение в сфере изучения психологии управления занял концепт «организационная (корпоративная) культура». По данной проблематике написаны десятки монографий и сотни научных статей. Знакомство с ними позволяет сделать вывод о терминологической путанице, связанной со смысловой нагрузкой понятий «корпоративная культура» и «организационная культура».

Одни авторы (В. Козлов, А. Козлова) считают их синонимами, другие (В. Михельсон-Ткач, Е. Скляр) разделяют эти понятия. Они считают, что корпоративная культура специально формируется, как правило, первыми лицами в корпорации и объединяет ценности этой организации, а организационная культура образовывается спонтанно через взаимодействие ценностей самих работников.

Ряд исследователей связывают корпоративную культуру с крупными корпорациями, а организационную культуру с небольшими. В первом случае корпоративная культура создается без учета организационной культуры, которая является неформальной системой и нередко приводит к «культурной близорукости». В такой ситуации руководители не понимают, почему сотрудники, персонал не разделяют ценности корпоративной культуры.

Объединяет последователей мысль о том, что не существует корпоративных и организационных ценностей, одинаковых для всех корпораций, поскольку культура каждой из них почти всегда представляет собой смесь ценностей, отношений, норм, привычек, правил, традиций, форм поведения и ритуалов.

В научной литературе обнаруживаются две группы исследователей, альтернативно рассматривающих концепции корпоративной культуры. В первую меньшую группу входят сторонники трактовок корпоративной культуры, отрицающие возможность прямого целенаправленного воздействия на ее формирование. Вторая группа ученых (Е. Шейн, И. Асофф, Т. Питерс и др.) рассматривают этот концепт как атрибут конкретной профессиональной группы, предполагая возможность влиять на формирование корпоративной культуры. Здесь она рассматривается как фактор, который может быть использован руководством для усиления и оптимизации эффективности корпорации, укрепления ее целостности, улучшения механизмов социализации работников, повышения их производительности и мотивации. В этом случае формирование корпоративной культуры предлагается в качестве итога всех внутренних процессов, причем управляемых.

Основываясь на базовых положениях Е. Шейна, можно утверждать, что корпоративная культура есть процесс формирования ценностей, которые данная корпорация изобрела, раскрыла, позаимствовала или достигла в целях решения проблем адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, которые эффективно служат корпорации, чтобы быть признанной.

Е. Шейн отмечает, что корпоративная культура может проявляться минимум на двух уровнях. Первый уровень составляет видимые

культурные артефакты: формально, система лидерства, технология управления, устойчивые способы отношений, поведение членов корпорации.

Второй уровень более глубинный, когда корпоративные ценности не просто описываются, а анализируются посредством интервьюирования с последующей экспертной оценкой.

М. Сухоруков отмечает, что важны те ценности, которые имеют существенное значение для сотрудников и выделяют следующие формы существования корпоративных ценностей.

1. Идеалы, выработанные руководством и разделяемые им обобщенные представления о совершенстве в различных проявлениях и сферах деятельности, – идеалы философии своей организации (девиз, мифы, символы, традиции).

2. Воплощение этих идеалов в деятельности и поведении сотрудников в рамках корпорации.

3. Внутренние мотивационные структуры личности сотрудников, побуждающие к воплощению в своем поведении организационно-культурных идеалов, переходящих в «модели должного» и далее в предметное воплощение этих моделей. Предметное воплощение ценности становится основой для формирования организационных идеалов и т. д.

Интересна точка зрения М.К. де Вриса и Д. Миллера, наделяющих корпоративную культуру априорностью и ультимативностью. По их мнению, руководители корпорации, поддерживая те или иные ценности в течение длительного времени трансформируют их в «видимое», обладающее наибольшей мотивирующей силой.

Эти авторы проследили тенденцию к тому, что один или два человека из руководства определяют стратегию корпорации.

В результате можно выделить следующие характеристики корпораций (Л. Карташова, Т. Никонова):

«параноидальные» с климатом чрезмерного контроля, информационные системы которых подчинены задаче своевременного определения внутренних и внешних опасностей;

«принудительные» с тягой к мелочам, деталям, постоянным стремлением к совершенству, решения в которых принимаются множеством инстанций; отойти от утвержденного плана практически невозможно, все систематизировано и утверждено; в них решающую роль играет иерархия и подчиненность;

«драматические», где все сверхактивны, предприимчивы, риск приветствуется; нормальное руководство воспринимается как скучный и нетворческий процесс; систематическое принятие решений заменяется внезапными идеями руководителя;

«депрессивные», которым характерна пассивность, неуверенность в будущем; руководство при своей низкоэффективной деятельности прежде всего заинтересовано в сохранении статус-кво;

«шизоидные» зависят от руководителей, лишенных контактов с окружающими, беспомощных в экстремальных ситуациях и скрывающихся под маской неприступности; от них не исходит никаких четких указаний относительно работы. Эти руководители считают, что человеческие отношения недолговечны, поэтому следует сохранять дистанцию и переложить всю ответственность на нижестоящих руководителей.

Корпоративная культура выполняет как минимум две функции: разрешение проблемных ситуаций, связанных с адаптацией организации к внешней среде и внутреннюю интеграцию. Эти функции реализуются посредством общности языка членов организации; представлений о границах организации (свои-чужие); показатель распределения власти и статуса; критериях «близости» между членами организации; идеологических установках, позволяющих стойко переносить ситуации неопределенности.

Взгляд на характер и функции корпоративной культуры как средство повышения эффективности организации является рационалистическим.

При изучении корпоративной культуры важно сосредоточить внимание на рассмотрении роли личности в социальной среде и прошлом опыте этой корпорации. Корпоративная культура формируется путем преломления через представления и действия ее основателей и содержится в значениях, символах, идеологии, языке, ритуалах, мифах. Символ трактуется как объект, действие, отношение или лингвистическая форма, имеющая разное значение в разных ситуациях, пробуждающая определенные эмоции или побуждающая к действию. Таким образом, символы выполняют функцию придания смыслов элементам организационной структуры, деятельности, организационным целям и организационной среде.

В итоге можно констатировать, что культура управления формируется независимо от нашего участия и отличается, с одной стороны, формальным, механическим, административно-организационным, жестким характером, с другой – неформальностью, органичностью, мягкостью. Формальная система управления опирается на организационную структуру предприятия, а неформальная – на его микрокультуру. Сосуществуя, эти две системы могут периодически отодвигать на второй план конкурирующую.