

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ БИБЛИОСФЕРЫ

Автор: Р. И. Мамина, М. Д. Ронзина

УДК 021 ББК 78.34

*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет
"ЛЭТИ"*

197376, г. Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова, 5

Рассматриваются основные проблемы современной библиосферы. Раскрывается методологическое значение понятия "корпоративная культура" как для анализа проблем библиосферы, так и для решения ее практических задач.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, библиотека, ценности постиндустриального (информационного) общества, инструмент управления.

The main problems of bibliosphere are treated. The methodological meaning of the notion "corporate culture" both for analyzing bibliospheric problems and solving its practical tasks is revealed.

Key words: corporate culture, organizational culture, library, the values of postindustrial society, a management tool.

Тема корпоративной культуры относительно нова для российской действительности. Она широко представлена для обсуждения в научной и практической литературе, посвященной управленческой сфере. По мнению специалистов, несмотря на то что феномен корпоративной культуры еще мало изучен, наработки, сделанные в этой области, позволяют говорить о ней, как о новом уровне менеджмента, новом виде состязательности, новой форме деловой и социальной культуры. В этой связи накопленный научно-исследовательский и практический опыт составляет определенную методологическую базу для решения управленческих задач, стоящих перед современными организациями. В частности, библиотека столкнулась с целым рядом проблем, которые во многом определяются реализацией возможностей, заложенных в корпоративной культуре, поэтому обратимся в первую очередь к этому понятию.

Понятие "корпоративная культура", его содержание и функции

Понятие было введено в научный и управленческий оборот в конце 1990-х гг. усилиями западных ученых Р. Акоффа, Т. Дилла, А. Кеннеди, Дж. Коттера, Дж. Тернера и др. По мнению специалистов, оно отразило новации, произошедшие в процессе перехода от индустриального к постиндустриальному обществу, закрепило в качестве основного управленческого инструментария духовный

фактор. Корпоративная культура представляет собой современный этап развития феномена культуры организации, который, эволюционируя, проходит две стадии: этап организационной и этап корпоративной культуры, при этом под культурой организации следует понимать *способ* объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения определенных целей.

Организационная и корпоративная культуры, будучи двумя этапами развития, являются при этом относительно самостоятельными феноменами. Каждый из них - следствие определенного уровня общественного развития и менеджмента: организационная культура - в индустриальную эпоху, корпоративная культура - в постиндустриальную. Анализ основных черт индустриального и постиндустриального (информационного) общества позволяет показать зависимость основных характеристик организационной и корпоративной культур от уровня развития общества. В данном случае ограничимся кратким изложением основных черт этих двух форм культуры организации.

Главными ценностями организационной формы выступают максимизация прибыли как единственная цель и измерение достижений, а также создание необходимого конечного продукта как средства достижения главной цели. Поскольку для этого необходимо создать определенные условия, ценностями организационной культуры становятся также власть, иерархия, дисциплина, послушание, надежность, достижения. Следует особо подчеркнуть, что организационная культура помогает ре-

стр. 3

шать задачи в условиях индустриального общества. Однако новый уровень общественного развития и соответствующий ему новый тип менеджмента, системообразующим фактором которого становится человеческий фактор, ставит перед организациями новые задачи, они оказываются "не под силу" организационной культуре, что приводит к формированию новой формы - корпоративной. Для выявления ее специфических черт, так же как в случае феномена организационной культуры, необходимо рассмотреть те социально-экономические условия, которые выступают предпосылкой ее возникновения и формирования.

Принимая тезис о многофакторной детерминации политических и общественно-экономических процессов в становящемся обществе и анализируя то новое, что происходит в различных сферах общественной жизни, следует выделить три ключевых изменения современного общества: достижения НТР, кардинально модифицирующие характер всей системы общественного производства и воспроизводства; изменение роли информационного ресурса во всех сферах; роли человека в жизни общества, который рассматривается теперь и в качестве ведущего *средства* общественного производства и в качестве его *цели*.

Корпоративная культура - это культура организации нового типа, для которой характерен специфический набор ценностей. Он определяется, прежде всего, социально-экономическими условиями второй половины XX в., как уже было указано выше. В целом в качестве необходимой предпосылки формирования

корпоративной культуры выступают такие феномены постиндустриального общества, как позитивный корпоративизм, социальное партнерство, социальная ответственность, социальная справедливость и др. Прежде всего, речь идет о ценности человека во всей целостности его низших (физиологических) и высших (социальных) потребностей. Именно она, являясь ключевой, формирует качественное отличие корпоративной культуры от организационной, что выражается в ее специфических чертах. Одна из главных отличительных черт - ***выдвижение в качестве основного экономического ресурса человека***. При этом важно подчеркнуть, что в новых условиях она обуславливает отношение к нему не только как к средству достижения производственных задач, но и как к цели, целостному рационально-чувствующему субъекту! По мнению исследователей, для человечества начинают приобретать все большее значение такие ценности, как творчество, самореализация, свобода, а не только экономическая эффективность. Они рассматриваются уже и в качестве фактора (*средства*) успеха, и *самоценности*. Смысл революционных изменений в менеджменте гораздо глубже, чем эффективная деятельность организации, и состоит также в удовлетворении человека своим трудом, в самореализации, экологическом выживании и др. Корпоративная культура выступает, таким образом, базой формирования менеджмента иного типа, основанного на новых *ценностях*.

Социокультурные изменения, происходящие при переходе общества от индустриальной к постиндустриальной стадии развития приводят, как уже отмечалось, к трансформации состава ценностного ядра культуры организации, что в свою очередь, детерминирует изменения других элементов структуры (норм, правил поведения, ритуалов, артефактов и др.) и ее функций. В новых условиях каждая из функций организационной культуры приобретает свое специфическое содержательное наполнение. В результате, корпоративная культура наследует такие функции, как ***аксиологическая, нормативно-оценочная, регулятивная, коммуникативная, формирования и поддержания имиджа и репутации, идентификации, самоидентификации, мотивирующая***, но уже с новым содержанием. Помимо этих в новых условиях корпоративная культура приобретает ряд новых, "неизвестных" организационной культуре функций: ***реализации партнерских отношений, реализации социально-ответственного поведения, управления репутацией, управления эмоциями и/или впечатлениями***. Ключевой функцией выступает реализация социально-партнерских отношений между организацией и ее внутренней и внешней средой.

В целом корпоративную культуру можно охарактеризовать как многофакторный феномен, который, удовлетворяя потребности развития современного рынка и менеджмента, реализует систему ценностей новой цивилизации.

Методологическое значение корпоративной культуры для библиосферы

Прежде всего, обозначим те проблемы, с которыми столкнулась современная библиотека. На рубеже последних столетий в данной сфере произошли серьезные модификации, связанные с внедрением информационных технологий - появляется не только новый способ хранения и трансляции информации, но и новое толкование понятий "текст" и "книга", и, как следствие, изменяются и процесс чтения, и читатель. Электронные способы распространения информации составили серьезную конкуренцию библиотеке, отсюда многочисленные дискуссии о ее будущем. Однако, по мнению аналитиков, существование

различных компьютерных вирусов, возможность технических и технологических сбоев в электросети, несомненно, сохраняют за библиотекой в качестве основной функции - хранение и трансляцию информации, а специфика

экранного текста укрепляет ее позиции, как важного культурного и социального института.

Информационные технологии и электронные носители, действительно, дают неограниченную свободу и скорость доступа к необходимой информации, а экранное изображение, казалось бы, облегчает ее восприятие. В то же время по оценке специалистов, экранный текст не обладает свойствами книжного. Исследования показали, что установка на скоростное восприятие визуальных образов исключает вчитывание в глубину кадра, происходит разрыв между восприятием образа и его осмыслением. Наш мозг не успевает обрабатывать количество поступающей информации. Отсюда пассивное восприятие текстов, и, как результат, снижение интеллектуальной и творческой активности читателя. Разрыв между восприятием образа и его осмыслением имеет и другие серьезные последствия, в частности, специалисты подчеркивают, что формирование ментальных образов никогда не бывает мгновенным, оно не может обойтись без обработки, но именно этот процесс практически не задействован. Однако несмотря на эти и другие негативные особенности именно экранный текст сегодня наиболее востребован, что связано с большим удобством доступа, и работы с ним.

Следовательно, с одной стороны, вопрос сохранности библиотеки как особого института культуры и знаний не вызывает сомнений, с другой - изменение способов передачи информации, развитие инновационных технологий ставит перед ней новые задачи, и это касается перехода библиотеки на новые формы обслуживания - составление библиографических списков в электронном виде, электронная доставка документов, имеющих в других библиотеках страны, знакомство с фондами при помощи спутниковой связи и Интернета, и расширения базы первоисточников на электронных носителях, а также развития программ, в частности по созданию цифрового сегмента инфосферы мирового сообщества, и др.

На фоне новых задач, стоящих перед современной библиотекой, не теряют своей значимости, как уже отмечалось, и ее традиционные функции, но они должны соответствовать требованиям времени. В частности речь идет о потере интереса к чтению в обществе, особенно среди молодежи. Согласно данным ВЦИОМ в начале лета 2009 г., 35% россиян либо совсем не читают, либо делают это редко. Печальная статистика для страны, которая совсем недавно считалась самой читающей в мире. Специалисты подчеркивают, что современное чтение носит прагматический характер и выполняет две основные функции: познавательную и релаксационную. Наиболее востребованными становятся справочные и энциклопедические издания, антологические и хрестоматийные сборники. Они позволяют в более сжатом виде получить искомую информацию, ознакомиться с необходимым литературным источником, что необходимо в условиях ускорения социального времени. Большим спросом пользуется также развлекательная

литература, где первенство принадлежит детективам, фантастике и женским романам. Отечественная и зарубежная классика вызывает все меньше интереса у молодежи, которая все чаще выбирает Робски, Минаева, Пелевина, но эти книги не о тонких душевных порывах. Ученые, писатели, представители творческой интеллигенции серьезно озабочены и самой ситуацией, и ее причинами, и последствиями, поскольку в век информационных технологий особенно остро стоит вопрос о высоком нравственном и духовном воспитании личности. Однако с функциональной точки зрения библиотека должна удовлетворить и эти потребности современного читателя. Таким образом, основная функция библиотеки - хранение и трансляция информации - сохраняет свою актуальность, но имеет особую специфику, отражающую своеобразие текущего момента.

В условиях современного дефицита общения новое прочтение имеет и коммуникативная функция. Специалисты считают, что модель библиотеки должна быть направлена на осуществление эффективной коммуникации, на сближение людей на основе их интереса к книге. Чтобы сделать библиотеку привлекательной для посетителей нужны иные подходы и решения, требующие обращения к методам управления организациями, наиболее эффективный из которых корпоративная культура, как современный уровень менеджмента, отвечающий требованиям развития общества.

Реализуя ценности информационной цивилизации, корпоративная культура выстраивает взаимоотношения внутри организации и вне ее на принципах партнерства, социальной справедливости и ответственности. Поэтому хорошо продуманная система мер, направленных на повышение самооценки, на реализацию таких высших потребностей человека, как быть признанным в группе по достоинству, повышает профессиональную ответственность и включает творческую инициативу на местах, что является одним из условий в важном деле сохранения актуальности библиотеки для современного читателя и будущих поколений.

Вернуть интерес читателя к книге, к художественной литературе - проблема, которая стоит не только перед библиотекой, но и другими учреждениями культуры, а для этого им нужно объединить свои усилия. Например, давно известно, что экранизация признанных литературных произведений или нашумевшие театральные постановки всегда влекут за собой желание перечитать само произведение, поэтому и киностудия, и кинопрокат, и те-

атр, и телевидение, и издательство, и библиотека должны действовать сообща, как партнеры. В этой связи почти знаково выглядит призыв телеканала "Россия": "Читайте оригинал", который звучит в рекламном ролике к фильму "Исаев. Пароль не нужен", поставленному по мотивам романа Ю. Семенова.

Управление ситуацией, впечатлением, эмоциями, имиджем, репутацией, прогнозирование, системный подход к решению проблем - это функции, присущие корпоративной культуре не одной организации, а нескольких, работающих в смежных областях. Поэтому потенциал, заложенный в ней, дает

библиотеке большие возможности в решении назревших и назревающих проблем, поскольку корпоративная культура представляет собой новый инструмент управления. Однако, как бы ни был велик ее потенциал, тема современного чтения, а значит и современной библиотеки - это проблема, имеющая государственное значение, так как речь идет о сохранении и развитии национальной культуры, а в целом о будущем нашей страны.

Список литературы

1. *Василенко С.* Корпоративная культура как инструмент эффективного управления персоналом. - М.: Дашков и К, 2008. - 132 с.
2. *Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э.* Корпоративная культура: теория и практика. - М.: Альфа-Пресс, 2005. - 350 с.
3. *Клок К., Голдсмит Док.* Конец менеджмента и становление организационной демократии. - СПб.: Питер, 2004. - 364 с.
4. *Мамина Р. И.* Современный деловой этикет (философско-культурологический анализ) / под ред. М. Н. Росенко. - СПб.: Изд-во СПбГЭТУ "ЛЭТИ", 2002.
5. *Маркова Т. Б.* Библиотека в информационном обществе // Мировоззренческие основания человеческой деятельности на рубеже XXI века: тез. докл. науч.-практ. конф. - Уфа, 1997. - С. 131 - 134.
6. *Маркова Т. Б.* Библиотека в контексте культуры: философско-культурологический анализ: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. - СПб., 2008.
7. *Шейн Э.* Организационная культура и лидерство: Построение. Эволюция. Совершенствование: пер. с англ. - СПб.: Питер, 2002. - 335 с.

Материал поступил в редакцию 16.11.2009 г.

Сведения об авторах: *Мамина Раиса Ильинична* - доктор философских наук, профессор кафедры философии, тел.: (812) 495 - 27 - 14, e-mail: MatinaRaisa@yandex.ru,

Ронзина Майя Дмитриевна - аспирантка кафедры философии, тел.: 7 - 921 - 786 - 88 - 78, e-mail: mayu2004x@mail.ru