

## Адаптивная функция корпоративной культуры

Научный руководитель – Садовникова Елена Викторовна

*Фодина Таисия Дмитриевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: tauha1393@mail.ru*

Культура способна объединять несхожих в сознании и поведении людей. Иницируя процесс рефлексии и усвоения ценностей, культура обладает способностью упорядочивать и организовывать социальные общности. Заметная часть исследований, посвящённых организационным проблемам, доказывает, что культура оказывает непосредственное влияние на показатели эффективности организаций [Данилова 2010: 60, Гайдаржи 2007]. Если мы обращаемся к организации, то речь идёт о корпоративной культуре.

Роль корпоративной культуры в организации многоаспектна: помимо непосредственного участия в социальных процессах, прямо или косвенно культура задействована и в экономических, политических, технологических, инновационных и процессах принятия решений. Корпоративная культура становится мощным фактором, который объединяет сотрудников вокруг цели и миссии организации, её ценностей, обеспечивает преданность общему делу и чувство сплочённости коллектива. Корпоративная культура обладает значительным потенциалом в качестве адаптивного ресурса. Хотя эти возможности до сих пор недостаточно используются для повышения качества управления в силу слабого осознания адаптивной функции корпоративной культуры.

Социокультурный подход лучше всего раскрывает воздействие культуры на процессы адаптации, поскольку в рамках этого подхода общество рассматривается как культурное и социальное единство. Так, в эволюционных моделях динамики (Л.Уайт, М.Харрис и др.) культура раскрывается как необходимая для человеческой жизнедеятельности адаптивная система или пространство. Э.С. Маркарян, считает, что «адаптивная функция культуры непосредственно, логически выводится из самого определения культуры, как способа человеческой деятельности, ибо сам феномен деятельности имеет исходную адаптивную ориентацию» [Маркарян 2014]. Автор также называет адаптивную функцию культуры генеральной и интегративной для всех остальных. Социологический подход доказывает влияние культуры на адаптацию и позволяет выделить адаптивную функцию, которую выполняет культура. Такой же функцией обладает и корпоративная культура, которая является одним из её видов.

Корпоративная культура помогает организации успешно взаимодействовать и адаптироваться к постоянно изменяющейся внешней среде, учитывать тренды, фиксировать новые потребности и ценности окружения и одновременно транслировать свои идеи и ценности потребителю. Л.С. Савченко подчеркивает, что «поскольку ценности обладают свойством целостности, т.е. способностью объединять интересы различных групп людей, то корпоративная культура, базирующаяся на системе социально-приемлемых ценностей, позволяет соединить интересы самой организации и общества в единое целое. Нормы и ценности в этом случае способствуют установлению приемлемого как для организации, так и для общества баланса во взаимоотношениях» [Савченко 2008].

Адаптивную функцию корпоративной культуры можно логически вывести из сущности самой адаптации. В отличие от биологической, для социальной адаптации характерно активное взаимодействие личности или группы и социальной среды, при этом они являются адаптивно - адаптирующими системами. В процессе такого взаимодействия происходит

усвоение норм, традиций и ценностей новой социальной среды, освоение соответствующих ролей и форм взаимодействия, сложившихся в этой среде. Чем меньше выражено в индивиде личностное начало, тем более социальная адаптация носит характер приспособления к условиям социальной среды, и разворачивается как гибко организованная в новых условиях поисковая активность, выход индивида за пределы готовой конечной формы [Ковалёва 2003: 17-18].

Р. Мертон рассматривал социальную адаптацию как процесс взаимодействия и результат встречной активности субъекта и социальной среды, который осуществляется на основе принципов «институциональных императивов» единства и консенсуса [Мертон 2006: 555]. Адаптация — это взаимное приспособление личности или социальной группы и социальной среды. Когда мы говорим об адаптации в организации, роль социальной средой здесь выполняет корпоративная культура.

Корпоративная культура необходима для включения людей в систему корпоративных отношений. Во-первых, успешность процессов адаптации будет зависеть от самого работника. Успешную социальную адаптацию можно охарактеризовать через изменения связей и отношений работника, его социальной роли и приспособление к новой среде. Но с другой стороны, организация сама может и должна влиять на успешность адаптации, используя управленческий инструментарий. Одним из инструментов адаптации является корпоративная культура. Причём существует зависимость между степенью доступности и понятности ценностей, норм корпоративной культуры и скоростью усвоения и приспособления к ней работников. То есть чем лучше (доступней, ясней) сконструирована корпоративная культура, тем успешней пройдёт адаптация нового работника.

На данный момент не так много фундаментальных работ, которые бы раскрывали бы возможности корпоративной культуры как фактора адаптации работника. Кроме того, мало теоретических и практических наработок и публикаций по данной теме в социологических изданиях. Возможности влияния корпоративной культуры на адаптацию работников, управление процессами адаптации через корпоративную культуру ещё только исследуются и рефлексированы социологами.

### Источники и литература

- 1) Гайдаржи, Е.С. Влияние корпоративной культуры на эффективность деятельности коллективных субъектов труда: автореф. дис. ... канд. псих. наук: 19.00.03. М., 2007. 22 с.
- 2) Данилова, Т.В., Рынкевич, Н.С. Исследование модели влияния корпоративной культуры на организационную эффективность // Вестник Приднепровской государственной академии строительства и архитектуры. 2010. № 4-5. С.59-66.
- 3) Ковалёва, А.И. Адаптация социальная // Социологическая энциклопедия. В 2-х т. Национальный общественно-научный фонд / Руководитель научного проекта Г.Ю. Семигин; Главный редактор В.Н. Иванов. М., 2003. 863 с.
- 4) Маркарян, Э.С. Избранное. Наука о культуре и императивы эпохи / Отв. ред. и сост. А.В. Бондарев. М., 2014. 650 с.
- 5) Мертон, Р. Социальная теория и социальная структура: пер. с англ. М.: Хранитель, 2006. 873 с.
- 6) Савченко, Л.С. Управление организационной культурой в предпринимательских структурах: автореф. дис. док. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2008. 36 с.