

3. Forsyth P.B., Danisiewicz T.J. Toward a Theory of Professionalization // *Work and Occupations*. February 1985. Vol. 12, № 1. P. 59–76.
4. Touraine A. The postindustrial society: Tomorrow's Social History: Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society / translated by F.X. Mayhew. NY, 1971.
5. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп. М., 2004.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / пер. с англ. М., 2007.
7. Струмилин С.Г. К вопросу о классификации труда // *Проблемы экономики труда*: сб. М., 1982. С. 13–29.
8. Кораблева Г.Б. Об институциональном подходе к исследованию связи профессии и образования // *Социологические исследования*. 2000. № 6. С. 48–50.
9. Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Мир профессий: пересмотр аналитических перспектив // *Социологические исследования*. 2009. № 8. С. 25–35.
10. Davis M. Is Public Administration a Profession? // *Public Administration Research*. 2013. Vol. 2. № 2. P. 26–36.

**L.N. Maksimova**  
**Comparative Analysis**  
**of Organizational**  
**and Professional Culture**

Peculiarities of organizational culture and professional culture are investigated. Special attention is paid to the essential characteristics of these concepts. The content and forms of organizational and professional cultures are defined. The main approaches of investigating the concepts in foreign scientific papers are analyzed.

*Key words and word-combinations:* organizational culture, professional culture, values, beliefs, artefacts, assumptions.

Исследуются особенности организационной культуры и профессиональной культуры. Особое внимание уделяется сущностным характеристикам этих понятий. Определяются содержание и формы организационной культуры и профессиональной культуры. Проанализированы основные подходы рассмотрения этих понятий в зарубежной научной литературе.

*Ключевые слова и словосочетания:* организационная культура, профессиональная культура, ценности, артефакты, представления.

УДК 316.354:174  
ББК 60.55+87.754

**Л.Н. Максимова**

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ**  
**ОРГАНИЗАЦИОННОЙ**  
**И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ**  
**КУЛЬТУРЫ**

**Ж**изнь каждого человека связана со множеством организаций. Если нас попросят назвать организации, с которыми мы сталкиваемся на протяжении всей жизни, мы, возможно, назовем школу и организацию, в которой работаем. Вполне вероятно, что мы назовем компании, производящие необходимую нам продукцию или предоставляющие нам услуги. Кроме того, мы можем назвать государственные учреждения на местном и федеральном уровнях, некоммерческие, общественные и религиозные организации. Каждый тип организации влияет на нашу жизнь, ее экономические, гражданские, социальные составляющие. Значит, организации можно

представить в виде своеобразных строительных блоков, из которых и состоит наше общество [1, р. 1]. Организационная культура является набором артефактов, базовых представлений и ценностей, которые возникают в результате взаимодействия членов организации. Иногда организацию сложно описать, но каждый сотрудник имеет интуитивное представление о ее структуре, ценностях и убеждениях своих коллег, подчиненных и начальников, которые они позиционируют в этой организации. Более того, он и устраивался на работу в эту организацию, так как чувствовал, что именно в этой среде он может стать успешным.

В качестве клиентов мы сталкиваемся с культурой организации, взаимодействуя с ее сотрудниками. Мы совершаем покупки в конкретном магазине, несмотря на то что у нас много других возможных вариантов покупки, например благодаря хорошему обслуживанию или компетентным сотрудникам. В роли сотрудника и в роли клиента мы подвергаемся воздействию культуры каждой организации, с которой сталкиваемся.

Менеджеры и руководители особенно заинтересованы в организационной культуре, часто рассматривая ее в качестве средства повышения производительности и эффективности функционирования организации. Некоторые из них считают, что культура их организации уникальна, она может быть эффективным инструментом привлечения к работе высококомпетентных сотрудников и тем самым выгодно отличаться от конкурентов. Потенциальные сотрудники могут быть заинтересованы в организационной культуре, устраиваясь на работу в конкретную организацию. Ведь они хотят работать в среде, которая разделяет их ценности и представления об организационной культуре.

Известно множество дефиниций понятия «организационная культура». Э. Шейн определяет ее как коллективные базовые представления, обретаемые группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции [2, с. 31]. В данном определении выделяются три составляющие: социализация или способ, с помощью которых новые сотрудники узнают об организационной культуре, базовые представления и осознание, что у организации может быть несколько культур. Д. Мартин считает, что организационная культура – это интерпретационная модель, связанная с такими культурными проявлениями, как рассказы, ритуалы, жаргон, формальные и неформальные практики [3, р. 330]. По ее мнению, это субъективное явление люди воспринимают по-разному, неоднозначно, вследствие его размытости. В свою очередь, М. Паркер придерживается мнения, что организационная культура – противоречивый процесс постоянного выявления сходства и различия внутри группы людей и между группами людей, работающих в одной организации [4, р. 233]. Анализ рассмотренных определений позволяет выделить несколько характеристик организационной культуры.

Во-первых, организационная культура принадлежит коллективу, то есть группе людей независимо от их статуса. Они не обязательно должны работать в одном отделе и выполнять одинаковые должностные обязанности. Во-вторых, организационная культура является многоуровневым конструктом, состоящим из многих элементов, которые определяют наше организационное поведение и помогают почувствовать профессиональную идентичность. В-третьих, организационная культура представляет собой комплекс артефактов, ценностей и представлений.

К артефактам относятся нормы, стандарты, обычаи, физические характеристики

организационной жизни. Их можно услышать, увидеть и почувствовать, заметить самыми первыми при входе в организацию. Однако их сложно интерпретировать, так как организация порождает большое количество артефактов и сложно сосредоточиться и учесть их все в процессе анализа. Следовательно, удается исследовать не все артефакты и достоверная интерпретация организационной культуры не может быть построена только на исследовании артефактов [5, р. 57]. Нормы поведения особенно важны при изучении организационной культуры. Они могут трактоваться как неформальные и бессознательные правила общения, поведения и как формы социального контроля. К ценностям организационной культуры относятся престиж, благосостояние, контроль, власть, амбиции, независимость, уважение, вежливость и гармония, некоторые из них могут противоречить друг другу, например независимость и работа в команде. Ценности организационной культуры просматриваются в действиях сотрудников и влияют на коммуникацию между ними. Разделяемые сотрудниками ценности неизбежно превращаются в убеждения, которые редко обсуждаются. Представления – это убеждения, не требующие доказательств (могут быть абстрактными, касаться сотрудников, из взаимоотношений с клиентами, покупателями, поставщиками и другими стейкхолдерами). Убеждения регулируют поведение людей, их восприятие, мысли, чувства и действия. Они практически не обсуждаются, поэтому их чрезвычайно сложно изменить. Убеждения настолько укоренились в сознании, что члены организации не могут их четко сформулировать, пока не столкнутся с другим набором убеждений при смене работы или при радикальном преобразовании организации, в которой работают.

Очевидно, что организация не может существовать без коммуникаций. Организационная культура функционирует посредством сложного и постоянного взаимодействия членов организации. Перед началом общения с потенциальными клиентами и покупателями члены организации общаются друг с другом для создания товаров и предоставления квалифицированных услуг. Таким образом, коммуникация порождает организацию, и организация продолжает развиваться в результате коммуникации между ее сотрудниками. Однако организационное общение не сводится только к внутреннему общению сотрудников и конкретной группы стейкхолдеров (заинтересованных лиц). Существование организации обеспечивается коммуникацией с многочисленными группами стейкхолдеров, к которым относятся потенциальные и уже имеющиеся сотрудники, клиенты, покупатели, поставщики, административные ресурсы.

Деловую коммуникацию часто путают с организационной коммуникацией. К деловой коммуникации относится официальная информация, представленная в меморандумах, деловых письмах, докладах, сайтах и рекламных кампаниях. Переговоры, совещания, презентации, прием сотрудников на работу, разрешение конфликтов также относятся к данному виду коммуникаций. Отсюда следует, что деловая коммуникация входит в организационную коммуникацию. Кроме деловой коммуникации, организационная коммуникация включает в себя неформальное общение в виде сплетен, слухов, домыслов, историй, которые передают важную культурную информацию об организации, особенно если такой неофициальный разговор происходит в начале деловой встречи или завершает ее [6]. Следовательно, организационная коммуникация – это всестороннее взаимодействие, посредством которого сотрудники создают, поддерживают и меняют

организацию. Отметим, что коммуникация не является привилегией и обязанностью только менеджеров: все члены организации участвуют в этом процессе.

Организационная коммуникация может осуществляться вербально, невербально, устно и письменно, с помощью электронных средств связи. Сотрудники создают и развивают организационную культуру, используя языковые системы, истории, байки, мифы, связанные с деятельностью организации.

Существуют неверные суждения о формировании и функционировании организационной культуры. Многие придерживаются мнения, что организационную культуру можно легко перенести в другую организацию. В действительности ее не удастся дублировать, она уникальна, так как формируется исторически с учетом специфических особенностей развития организации, ее целей, возможностей и ресурсов. Кроме того, часто полагают, что только одинаковое отношение к организационной культуре способствует сотрудничеству и единению внутри организации. Однако именно признание особенностей разного восприятия организационной культуры помогает сотрудникам выработать систему взаимодействий, способствующих эффективному сотрудничеству и пониманию. Мифом является и точка зрения о том, что все элементы и аспекты организационной культуры имеют положительную коннотацию. Тем не менее ей присущи и отрицательные тенденции: конфликты, неуверенность, которые могут препятствовать внедрению инноваций.

В связи с важной ролью, которую играют организации в жизни общества, исследователи разных отраслей знания – антропологии, коммуникации, психологии, социологии, образования, управления – используют многочисленные теоретические и методологические подходы для изучения сложной структуры организационной культуры, признавая ее основой – коммуникацию в разных проявлениях.

Интересен вопрос о том, что не входит в понятие «организационная культура» и как она соотносится с понятием «профессиональная культура». Основой организационной культуры не может быть один артефакт, ценность или убеждение. Именно сочетание различных убеждений, ценностей, артефактов и является ее основой. Профессиональная культура начинает формироваться в процессе обучения, формального и неформального дискурса, под влиянием профессиональных ассоциаций и сообществ, которые предоставляют и осуществляют дальнейшее профессиональное обучение и повышение квалификации. Знаковые системы влияют на правила повседневного поведения профессионала, что, в свою очередь, формирует стандарты, нормы и правила вхождения в профессию, а значит, и в профессиональную культуру. Считается, что организационную культуру формируют менеджеры. Однако на нее также влияют рядовые сотрудники, принимая, отвергая усилия менеджеров, а иногда даже препятствуя им.

Организационная культура не является социальной структурой определенной организации. В социальных структурах члены организации взаимодействуют друг с другом. Организационная культура формируется в процессе этих взаимодействий. Но это не значит, что отдельно взятая социальная структура организации отражает систему ценностей, артефактов и убеждений всей организации [7]. Профессиональная культура складывается из сложного и многомерного диалога индивидуальных сознаний профессионалов как носителей, потребителей и творцов этой профессиональной культуры.

В исследовании организационной культуры целесообразно использовать интег-

рирование, дифференциацию и фрагментацию, так как некоторые культурные элементы свойственны всем сотрудникам организации, а некоторые интерпретируются различными субкультурами. Эти три процедуры позволяют избежать двусмысленности в определении организационной культуры и трактовать ее более полно.

Профессиональная культура направлена на раскрытие особенностей профессиональной деятельности с учетом специфики самой профессии, профессиональной деятельности и профессионального сообщества.

Опираясь на проведенное исследование профессиональной культуры с точки зрения позитивизма, социологии и феноменологии, а также на факторный анализ, можно определить профессиональную культуру как социокультурный феномен, который отражает индивидуальное восприятие окружающего мира, выражающееся в специфических ценностных установках, с одной стороны, и владении профессиональными знаниями, навыками и умениями – с другой. Профессиональная культура характеризуется взаимосвязью объективных и субъективных, внутренних и внешних факторов, основой которых является профессионализм как основополагающий фактор и совокупность профессионального знания, профессионального этоса, призвания, внутреннего смысла, направленного на субъекта профессиональной деятельности с целью постижения, сохранения, производства и трансляции новых культурных ценностей в профессиональной деятельности [8, с. 253]. Профессиональная культура имеет сложную многомерную семантику диалога профессиональных идентичностей, этос профессионального сообщества, самоидентификацию и конструирование профессии, индивидуальные сознания профессионалов в качестве носителей, потребителей и творцов профессиональной культуры.

Сходство профессиональной и организационной культуры просматривается в сложности их структуры и особенностях функционирования. Культурные ценности, внедренные непосредственно в коммуникационные практики сотрудников организации, нелегко обнаружить и выделить. На протяжении длительного времени сотрудники не могут описать культуру, в которой они работают.

Драматизм профессиональной и организационной культуры определяется коммуникативной природой и социальным контекстом данных феноменов. Это могут быть: драматизм положения профессии в обществе, внутренний драматизм индивидуального сознания профессионала, столкновение инерции профессиональной организации и творческого потенциала ее членов. В организации одновременно работают профессионалы разных отраслей деятельности, представители разных профессиональных сообществ, поэтому профессиональная культура редко трансформируется в организационную культуру. Однако если в организации работают представители только одной профессии, профессиональная культура может существовать одновременно с организационной культурой.

Организационная и профессиональная культура требует своего дальнейшего теоретико-методологического исследования. Концептуальное описание данных феноменов поможет избавиться от мифов и подробно описать их принципиальные отличия от других организационных концептов.

#### Библиографический список

1. *Keyton J.* Communication and organizational culture: a key to understanding work experiences. L., 2005.

2. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб., 2002.
3. Martin J. Organizational culture: Mapping the terrain. Thousand Oaks, CA, 2002.
4. Parker M. Organizational culture and identity: Unity and division at work. Thousand Oaks, CA, 2000.
5. Schein E.H. Organizational culture and leadership (2<sup>nd</sup> ed.). San Francisco, 1992.
6. Boden D. The business of talk: Organizations in action. Cambridge, England, 1994.
7. Trice H.M., & Beyer J.M. The cultures of work organizations. Englewood Cliffs, NJ, 1993.
8. Максимова Л.Н. Социальное конструирование профессиональной культуры в современном российском обществе // Вестник Саратов. гос. техн. ун-та. 2012. № 4 (68).

**V.V. Nemolyaev**  
**Professional Culture as a Social Phenomenon**

The interaction of such categories as professionalism, professional culture, and culture, is analyzed. The fact that in an information society professionalism cannot be limited to a set of professionally significant skills and abilities is proved. Professionalism has a wide socio-cultural expression and is extended by characteristics of professional value, traditions, norms, behavior principles, social responsibility, and professional experience.

*Key words and word-combinations:* professionalism, professional culture, culture, professional values.

Исследуется взаимосвязь категорий «профессионализм», «профессиональная культура», «культура». Доказывается, что профессионализм в условиях информационного общества не может ограничиваться механическим набором профессионально значимых знаний, умений и навыков. Он имеет широкое социокультурное проявление и дополняется характеристиками профессиональных ценностей, традиций, норм, принципов поведения и действия, социальной ответственности, профессионального опыта.

*Ключевые слова и словосочетания:* профессионализм, профессиональная культура, культура, профессиональные ценности.

УДК УДК 316.354:174  
ББК 60.55+87.754

**В.В. Немоляев**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
КУЛЬТУРА  
КАК СОЦИАЛЬНЫЙ  
ФЕНОМЕН**

**Р**оссия вступает в новую эпоху, определяющую глобальные изменения в системе профессионального взаимодействия населения. Страна постепенно переходит от индустриальных к информационным нормам и принципам общественного развития. Данный переход предусматривает не только доминирующее проявление тенденций профессионального развития в целом, но и рост неопределенности, обострение социальных противоречий, повышение конфликтности и непредсказуемости культурных, социально-экономических, трудовых, образовательных процессов в России и ее отдельных социальных подсистемах.

Несложно заметить, что укрепление принципов открытого информационного общества порождает как прогрессивные, так и регрессивные тенденции социально-экономического развития. С одной стороны, создаются условия профессиональной переори-