

УДК 316.35

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ОТРАЖЕНИЕ СТАТУСНЫХ ЦЕННОСТЕЙ
ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

Казорина Ж.А.

Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, г. Брянск

Исследование корпоративной культуры как своеобразного ценностного «поля», которая задает систему ценностных координат для сотрудников, прослеживает связь между культурой и статусными ценностями персонала. К полю корпоративной культуры относятся и технологии формирования статусно-ранговых различий персонала организации, которые обеспечивают консолидацию и мотивацию сотрудников. В таком подходе корпоративная культура сравнима с топографической социологией П. Бурдьё.

Ключевые слова: корпоративная культура, статус, ценности, персонал, организация.

DOI 10.22281/2542-1697-2022-01-02-46-50

Предполагается, что ясно сформулированные ценности организации, уважение к которым разделяется всеми сотрудниками, увеличивают устойчивость компании к кризисным ситуациям. Именно набор ценностей и норм определяют поведение человека в трудовом коллективе.

Гораздо реже анализируется состояние корпоративной культуры со статусных позиций. На этой проблеме остановимся подробнее.

«Статус работника в современной организации, определяется сразу с двух точек зрения:

Во-первых, это позиция, которую работник занимает в рамках структуры социальных отношений в организации, где он осуществляет свою профессиональную и трудовую деятельность.

Во-вторых, социальный статус работника организации может выступать в качестве способа идентификации и самоидентификации работника в соответствии с социальным статусом организации» [5].

Статус работника во многом зависит от признания или непризнания коллегами, коллективом и руководством компании места и значимости работника в системе взаимоотношений, как формальных, так и неформальных. При этом здесь рассматриваются и учитываются определенные качества работника, которые он проявляет в ходе трудовой деятельности, и которые являются наиболее значимыми для коллектива.

Авторитет и значимость работника обуславливается его положительными качествами, которые находят свое признание внутри организации и коллектива. Структура межличностных отношений становится более динамичной, неотделимой от конкретных лиц, которые вступают в социальные взаимодействия и заявляют о своей значимости. Необходимо предусматривать, что каждый работник имеет характерные только для него одного особенности, которые могут выступать в роли основных черт, благодаря которым работник занимает определенную позицию в организации и овладевает тем или иным статусом в процессе профессиональной деятельности.

Социальный статус в социологии изучали такие ученые как Р. Линтон [2], Р. Мертон [6], М. Вебер [1], П.А. Сорокин [7] и другие. Они выделяют деление статуса на предписанный и достигаемый. Достигаемый статус предполагает, что сотрудник прикладывает собственные усилия, проявляет личностные качества для того, чтобы заявить о себе в коллективе, продемонстрировать свои способности в рамках профессиональной деятельности.

Для повышения статуса сотрудника в организации требуется прибегнуть к различным видам нематериального стимулирования, которые используются руководителями многих компаний и предприятий. Нематериальное стимулирование позволяет повышать

профессиональный и личностный уровень сотрудников организации.

Несомненно, материальное стимулирование выступает ключевым мотиватором (наличие достойной заработной платы, возможности карьерного роста и другое), несмотря на это, нематериальное стимулирование также способствует расширению возможностей сотрудника, удовлетворению его потребностей и интересов, которые возникают в ходе осуществления профессиональной деятельности. Все это позволяет работнику утвердиться в статусе высококвалифицированного специалиста в своей компании.

К методам утверждения корпоративной культуры отнесем следующее:

1. Повышение квалификации, личностные и профессиональные тренинги.
2. Возможность самореализации и творческой деятельности. Подразумевается выход сотрудника за рамки установленной деятельности и должностных обязанностей. Сотруднику позволено предлагать свои идеи и новые пути по разрешению некоторых проблем.

3. Стабильность и престиж. Подразумевается, что сотрудник способен приобрести репутацию и известность как внутри своей организации, так и за ее пределами. Это позволит сотруднику стать востребованным и незаменимым профессионалом, при этом другие организации будут заинтересованы, чтобы такой работник осуществлял свою профессиональную деятельность у них в компании.

Также социальный статус сотрудника в организации может утверждаться с помощью фиксации уже имеющихся достижений. Сюда можно отнести следующее: поощрение руководства; условия труда, мотивирующие сотрудника к реализации деятельности - наличие собственного рабочего места, организация пространства в офисе, создание благоприятной социально-психологической атмосферы в коллективе. В результате все перечисленные методы утверждения статуса сотрудника позволят ему реализовывать свою трудовую деятельность и позиционировать себя как высококвалифицированного специалиста, который готов совершенствовать свои знания, умения и навыки, а также работать во благо компании.

Мы проследили связь между корпоративной культурой и статусными ценностями персонала на примере ряда исследований, которые проведены кафедрой социологии и социальной работы и научно – исследовательской лабораторией социологии и социальных технологий (научный руководитель проф. Гостенина В.И.). Так по данным исследования 2021 года установлено влияние корпоративной культуры на признание в коллективе, что практически соответствует статусу специалиста в трудовом коллективе.

Рассмотрим некоторые полученные результаты.

Респондентам предложено ответить на вопрос «Влияет ли корпоративная культура на Ваше признание в коллективе?». Результаты ответов распределились следующим образом: 48% респондентов отмечают, что корпоративная культура влияет на признание в коллективе, 32% - затруднились ответить на представленный вопрос и 20% считают, что корпоративная культура не влияет на признание сотрудников в коллективе (рис. 1).

Влияет ли корпоративная культура на Ваше признание в коллективе?

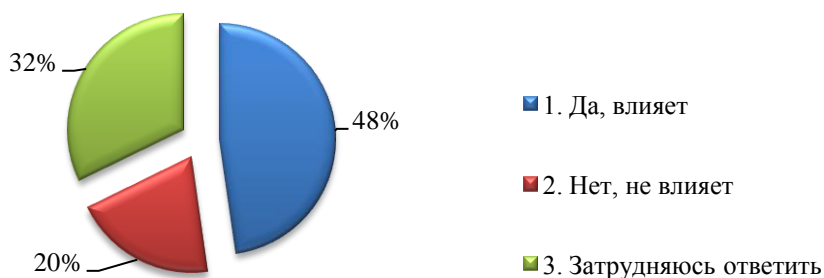


Рисунок 1 – Влияние корпоративной культуры на признание сотрудников в коллективе
Следующий вопрос анкеты позволяет узнать, как выражается признание сотрудников

в организации. Ответы респондентов распределились следующим образом: у 29% - признание выражается в культуре взаимодействия в коллективе; 26% - затруднились ответить на поставленный вопрос; 20% отметили, что признание в организации выражается морально, а у 15% респондентов - материально; у 10% признание выражается в искренности отношений (рис. 2).

Как выражается Ваше признание в организации?



Рисунок 2 – Результаты ответов на вопрос «Как выражается Ваше признание в организации?»

Следующий вопрос анкеты позволяет оценить атмосферу, существующую в трудовых коллективах обследуемых организаций на территории Брянской области.

Почти в равных долях респонденты выбрали следующие варианты ответов: в коллективе преобладает атмосфера взаимопомощи, взаимного уважения и профессионализма – так считают 43% респондентов; в коллективе сформирована атмосфера доверия, открытость в процессе коммуникации и чувство защищенности – у 42% респондентов.

Атмосферу недоверия друг к другу и отсутствие взаимопомощи отметили 14% представителей обследуемых организаций. Вариант ответа «Атмосфера высокой напряженности и конфликтности» выбрал 1% респондентов. Вариант ответа «Нездоровая, нетоварищеская атмосфера» остался без внимания (рис. 3).

Представленные фрагменты исследования фиксируют позитивные процессы формирования социального статуса и позиционирования сотрудников в организации, где ведущим фактором формирования выступает корпоративная культура. Взаимосвязь между корпоративной культурой и статусными ценностями персонала прямо пропорциональна и обосновывается трансляцией собственного статусного позиционирования сотрудников с помощью сформированных моделей трудового поведения, направленных на признание членов группы.

Сокращение в статусном позиционировании руководства и персонала компаний побуждает субъектов к достижению личных целей и целей организации, а также к оценке факторов влияния удовлетворяющих достижение собственных потребностей в ходе трудовой деятельности.

«Рассматривая социальный статус сотрудников в организации, отметим изменения транзакций на уровне коллективов» [4, с. 12]. Здесь интерес смещается на изучение корпоративной культуры в самой организации, которая определяет социальный статус субъекта трудового коллектива.

Корпоративная культура организации имеет большое значение для формирования статусной определенности персонала. Что влияет на сохранение положительной групповой идентичности и увеличению сплоченности группы, а также развитие внутригруппового сотрудничества. Корпоративная культура выступает своеобразным ценностным «полем»,

которое задает систему ценностных координат для сотрудников.

Какая атмосфера обычно преобладает в Вашем коллективе?

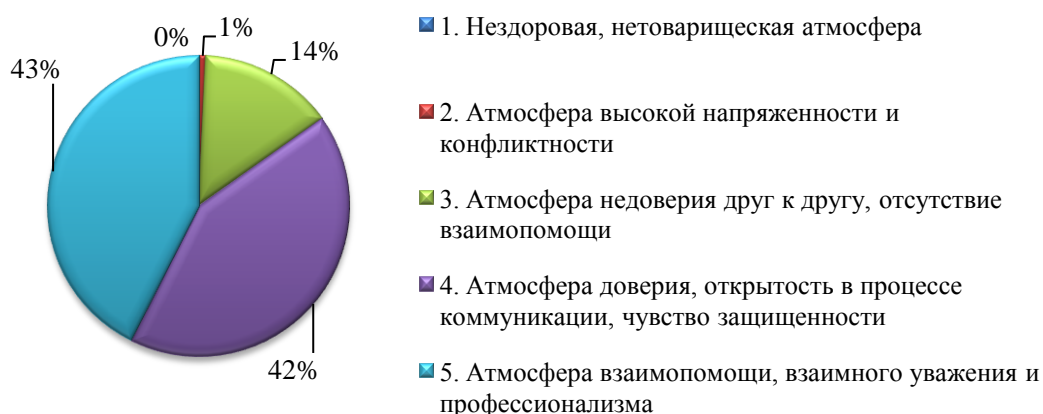


Рисунок 3 – Атмосфера в трудовом коллективе

Таким образом, «корпоративная культура организации выступает ключевым элементом, мотивирующим идентификацию сотрудников с организацией, а также отражая статусные ценности персонала. Персонал добровольно соблюдает и следует установленным нормам и правилам компании, осознает свою ответственность в процессе трудовой деятельности. При этом ценностные ориентиры организации становятся индивидуальными ценностями сотрудника и мотивом повышения производительности труда» [3, с. 55].

Список использованных источников

1. Вебер, М. Основные понятия стратификации / Перевод с англ. изд. А.И. Кравченко // СОЦИС. – 1994. – № 5. – 148 с. – URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/20789000/> (Дата обращения: 16.05.2022)
2. Галинская, И. Л. Р. Линтон. Культурные основания личности // Вестник культурологии. 2013. №4 (67). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/r-linton-kulturnye-osnovaniya-lichnosti> (Дата обращения: 16.05.2022).
3. Гостенина, В. И. Корпоративная культура как управленческая технология формирования идентичности персонала / В. И. Гостенина, Ж. А. Казорина, А. С. Новиков // Среднерусский вестник общественных наук. – 2021. – Т. 16. – № 4. – С. 42-57.
4. Гостенина, В. И. Управление субъектной статусностью как социальным капиталом в условиях риска пандемии коронавируса / В. И. Гостенина, С. Л. Мельников, Ж. А. Казорина // Russian Economic Bulletin. – 2022. – Т. 5. – № 1. – С. 11-17.
5. Кунилова, К. Социальный статус работников // Образовательный портал «Справочник». – URL: https://spravochnick.ru/sociologiya/ponyatie_socialnogo_statusa/socialnyy_status_rabotnikov/ (Дата обращения: 16.05.2022).
6. Мертон, Р. Социальная теория и социальная структура / Роберт Мертон. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ. – 2006. – 873 с. – URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/socialnaja_filosofija/robert_merton_socialnaja_teoriya_i_socialnaja_struktura/24-1-0-210 (Дата обращения: 16.05.2022)
7. Сорокин, П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. И предисл. А.Ю. Согамонов: Пер. с англ. – М.: Политиздат. – 1992. – 543 с. – URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/sociologija/sorokin_p_a_chelovek_civilizacija_obshhestv_o/25-1-0-2103 (Дата обращения 16.05.2022)

Сведения об авторах

Казорина Жанна Александровна – аспирант 1 курса направления подготовки 39.06.01 «Социологические науки», кафедра социологии и социальной работы ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»; e-mail: zhanna.kazorina@mail.ru Адрес: 241036, Россия, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14

UDK 316.35

CORPORATE CULTURE: REFLECTION OF THE STATUS VALUES OF THE ORGANIZATION'S STAFF

Kazorina Zh. A.

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University, Bryansk

The study of corporate culture as a kind of value "field", which sets a system of value coordinates for employees, traces the relationship between culture and the status values of personnel. The field of corporate culture also includes technologies for the formation of status and rank differences of the organization's personnel, which ensure the consolidation and motivation of employees. In this approach, corporate culture is comparable to the topographic sociology of P. Bourdieu.

Keywords: corporate culture, status, values, personnel, organization.

References

1. Weber, M. Basic concepts of stratification / Translated from the English edition by A.I. Kravchenko // SOCIS. – 1994. – № 5. – 148 С. – URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/20789000/> (Accessed: 05/16/2022)
2. Galinskaya, I. L. R. Linton. Cultural foundations of personality // Bulletin of Cultural Studies. 2013. No.4 (67). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/r-linton-kulturnye-osnovaniya-lichnosti> (Accessed: 05/16/2022).
3. Gostenina, V. I. Corporate culture as a managerial technology of personnel identity formation / V. I. Gostenina, Zh. A. Kazorina, A. S. Novikov // Central Russian Bulletin of Social Sciences. – 2021. – Vol. 16. – No. 4. – pp. 42-57.
4. Gostenina, V. I. Management of subject status as social capital at risk of a coronavirus pandemic / V. I. Gostenina, S. L. Melnikov, Zh. A. Kazorina // Russian Economic Bulletin. – 2022. – Vol. 5. – No. 1. – pp. 11-17.
5. Kuniлова, K. Social status of employees // Educational portal "Directory". – URL: https://spravochnick.ru/sociologiya/ponyatie_socialnogo_statusa/socialnyy_status_rabotnikov/ (Accessed: 05/16/2022).
6. Merton, R. Social theory and social structure / Robert Merton. – M.: ACT: ACT MOSCOW: GUARDIAN. – 2006. – 873 p. – URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/socialnaja_filosofija/robert_merton_socialnaja_teorija_i_socialnaja_struktura/24-1-0-210 (Accessed: 05/16/2022)
7. Sorokin, P.A. Man. Civilization. Society / General ed., comp. And preface by A.Y. Sogomonov: Translated from English – M.: Politizdat. – 1992. – 543 p. – URL: https://platona.net/load/knigi_po_filosofii/sociologija/sorokin_p_a_chelovek_civilizacija_obshestvo/25-1-0-2103 (Accessed 16.05.2022)

Author`s information

Kazorina Zhanna Alexandrovna - postgraduate of the 1st year of the direction of training 39.06.01 "Sociological Sciences", Department of Sociology and Social Work of the Bryansk State University named after academician I.G. Petrovsky; e-mail: zhanna.kazorina@mail.ru