

Федеральное агентство по образованию

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

# ВЕСТНИК

# НИЖЕГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА им. Н. И. ЛОБАЧЕВСКОГО

Серия  
СОЦИАЛЬНЫЕ НАУКИ

№ 2 (14)

Нижний Новгород

Издательство Нижегородского госуниверситета

2009

ББК Ч 484И-53  
УДК 378И-53  
В 38

журналы  
от издательства Нижегородского Университета им. Н.И. Лобачевского

В 38 Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского: Серия Социальные науки.  
№ 2 (14). – Н. Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2009. – 146 с.

Выходит 4 раза в год

Главный редактор  
Р.Г. Стронгин

*Редакционная коллегия:*

Е.В. Чупрунов (зам. главного редактора), С.Н. Гурбатов (зам. главного редактора),  
Е.В. Сулейманов (отв. секретарь), В.Г. Баженов, Б.И. Бедный, В.А. Блонин, А.П. Веселов,  
С.В. Гапонов, В.П. Гергель, О.Н. Горшков, А.О. Грудзинский, А.В. Гущин, Д.Ф. Гришин,  
Г.А. Домрачев, О.А. Колобов, А.Г. Литvak, А.К. Любимов, Е.А. Молев, А.В. Петров, Л.И. Ручина,  
Ю.В. Трифонов, М.Ф. Чурбанов, В.И. Швецов, А.В. Якимов

*Редакционная коллегия серии:*

В.А. Блонин (отв. редактор), З.Х. Саралиева (зам. отв. редактора),  
А.М. Дорожкин (зам. отв. редактора), Г.С. Шляхтин (зам. отв. редактора),  
Л.Н. Захарова, А.А. Иудин, О.Л. Краева, А.М. Бекарев

ББК Ч 484И-53

Электронная версия журнала:  
[http://www.unn.ru/?file=vestniki\\_journals](http://www.unn.ru/?file=vestniki_journals)

## СОДЕРЖАНИЕ

### *Социология и социальная работа*

<i>и Novgorod:</i>	
<b>Белая А.В.</b> Профессия как социологическая категория: основные подходы к определению .....	7
<b>Душин А.В.</b> Конструирование образа русского национализма в печатных СМИ федерального и регионального уровней .....	14
<b>Зернов Д.В.</b> Сексуальность и система семейных ценностей девушек .....	21
<b>Зуева Е.Н.</b> Отношение к смерти и жизненные стратегии представителей опасных профессий .....	28
<b>Иконникова Н.К.</b> Организации: культуры и сообщества .....	35
<b>Иудин А.А., Шпилев Д.А.</b> Социология России и Германии о ценностях рынка в трансформирующемся обществе .....	41
<b>Казачков М.Ю.</b> Выбор способа социального поведения человека: апробация модели эмпирического исследования проблемы .....	49
<b>Лещенко Е.С., Казакова В.И.</b> «Владение» и «собственность» в традициях немецкой социологической мысли XIX–XX веков .....	55
<b>Перминова Е.Н.</b> Основные тенденции функционирования кадровых служб в современных компаниях (на примере предприятий г. Кирова) .....	60
<b>Подкар С.Б.</b> Построение концепции деятельности музея, ориентированной на бренд .....	67
<b>Таниева Г.М.</b> Социокультурный анализ формирования и развития музыкальных молодежных субкультур .....	73
<b>Томилов А.Б.</b> Эволюция концепций социальных структур общества потребления .....	80
<b>Фатенкова Т.А.</b> Семейная идентификация и самоидентификация (по материалам опроса населения Нижегородской области) .....	87
<b>Шляпин А.Ф.</b> Русская православная церковь как субъект социальной защиты детей-сирот .....	94

### *Философия. Культурология*

<b>Дагаева Е.А.</b> Ритуал как способ развития и поддержания корпоративной идентичности вузовского сообщества .....	99
<b>Зырянов М.Ю.</b> Социально-философский анализ правосознания (некоторые аспекты).....	104
<b>Каржина Г.А.</b> О возможности доказательств первичности духовного.....	109
<b>Платонова Ю.А.</b> Проблема веры в философии первой половины XX века.....	113
<b>Попова В.В.</b> Синтез науки и религии в философии В.Ф. Войно-Ясенецкого.....	117
<b>Рукавишникова М.В.</b> Совесть как многогранный феномен. Этимологический и лексический анализ ....	121
<b>Статкевич И.А.</b> Произведение искусства как манифестация интериорного измерения .....	127
<b>Фролов И.В.</b> Ценностный подход в изучении истории.....	133
<b>Щербакова Е.В.</b> Основные направления влияния эстетики Ницше на мировую музыкальную культуру XX века .....	138
<b>Авторы</b> .....	145

УДК 316.75

## ОРГАНИЗАЦИИ: КУЛЬТУРЫ И СООБЩЕСТВА

© 2009 г.

*H.K. Иконникова*

Государственный университет – Высшая школа экономики

n.k.ikonnikova@gmail.com

*Поступила в редакцию 15.04.2009*

Рассматривается неоднородность и структурированность культуры организации, способы ее воспроизведения участниками организации как членами некоторого «сообщества» или производственной единицы. Используются термины и подходы современных социокультурных концепций.

*Ключевые слова:* культура организации, сообщество, производственная единица.

Одну из главных тенденций развития социальных исследований, реализуемых социальной антропологией и культурно-ориентированной социологией с 80-х годов XX века, журнал «Бизнес Уик» афористично охарактеризовал как «исследование местных жителей в торговом зале» [1, р. 48–49]. Предметом изучения стали особенности поведения определенных этнических групп на рабочих местах и за их пределами, особенности профессиональных, бытовых, потребительских ценностных ориентаций. Это новый этап развития «индустриальной антропологии», метод которой, по словам К. Клакхона, состоял в том, чтобы «отбросить все предрасудки, разделяемые теориями менеджмента, организационной психологией и здравым смыслом, относительно того, почему люди хорошо работают, почему им удается или нет поладить друг с другом», действовать так, как будто речь идет о совершенно ином мире [2, с. 222]. Культурно-ориентированный взгляд позволяет связать техники и технологии с социальными отношениями, с разделяемыми ценностями и нормами – апеллируя к понятию культуры и учитывая то, как его разделяют, интерпретируют, воспроизводят участники данной культурной группы, образуя одновременно и некоторое сообщество.

Важным аспектом существования культуры является ее практическо-действенная форма, форма событий и процессов, в которых проявляются установки и ориентации субъектов (прямых и косвенных участников) коммуникации, то есть индивидов, а также различных групп и слоев. Результатом этого становится дифференцированность культуры даже в рамках одного общества, наличие в нем не только этнических и религиозных, но и социальных и профессиональных субкультур и сложной системы взаимодействий между ними и

и другими культурами, в которой неустойчивое равновесие сменяется разной остроты и масштабов конфликтами.

Понятие организационной культуры можно детализировать, выделив основные элементы, доступные наблюдению, измерению и анализу существующими методиками. Это отношения (обусловливаемые системой ценностных ориентаций и мировоззрения общества), социальное восприятие (включая установки и стереотипы), атрибутивные свойства (такие как активность, пассивность, связанные с социальной ролью), формы поведения индивидов и групп, способы аргументации и законы риторики, определяющие функционирование дискурса<sup>1</sup>.

Поскольку функционирование языковых и внеязыковых знаковых форм неразрывно связано с ситуативным контекстом их употребления, то коммуникацию можно эмпирически описать как *поведение*. То есть подобно тому, как позитивистская лингвистическая философия исследует язык в плане речи (по Л. Витгенштейну), так мы изучаем межкультурную коммуникацию в плане поведения. Сущностные характеристики культуры и её взаимодействия с другой культурой являются предметом изучения, но доступны лишь теоретическому анализу, герменевтической интерпретации и другим формам «мысленного взора», а их функциональные аспекты эмпирически наблюдаются и фиксируются исследователем с помощью известного социологии, социальной и культурной антропологии арсенала методик и процедур.

Следовательно, организация как социокультурное явление – это нечто большее, чем средство для производства товаров и услуг. Организации образуют среду, в которой большинство из нас проводит свою жизнь. С точки зрения некоторых исследователей, «каждая организация сама по себе уникальна, обладает собствен-

ной индивидуальностью, которая проявляется в ее культуре, развивающейся и изменяющейся с течением времени под воздействием приобретаемого опыта и влияний» [8, с. 19]. Не забудем, что и каждого человека можно рассматривать как представляющего особую культуру, и любое общение двух людей оказывается взаимодействием этих культур.

Организационная культура – это сложная символическая система ценностей, норм поведения, определяющих управляемость организацией, скорость и качество ее реакции на вызовы внешней среды. С нашей точки зрения, эта система состоит из нескольких относительно автономных структур – это: а) технологические и организационные знания, принципы, ценности, разделяемые и транслируемые руководителями организации; б) способы деятельности, разделяемые неформальными лидерами организации; в) экстремальные, маргинальные, запретные модели поведения и ценности; г) многообразные формы индивидуального поведения, привносимые в организацию персоналом. При этом любая из первых трех названных структур (или их совокупность) может отражать доминирующий социокультурный контекст, в котором существует организация, либо отличаться от него.

Структура «а» отвечает тому, что обычно обозначается как корпоративная культура, т.е. культура, специально формируемая первыми лицами в организации, которая призвана объединять все культурные стили данной организации. Это совокупность подходов организации (в лице ее руководителей и большинства лояльных сотрудников) к различным действиям, мероприятиям, оценкам и мнениям, выражавшим ми́ровоззрение и «дух» компании. Корпоративная культура находит отражение в том, какого человека организация «официально» (во всяком случае, публично) признает «героем», каковы ее традиции, связанные с принятием на работу и увольнением, нормами ежедневного взаимодействия персонала (приветствия, празднования, обращения и проч.), какими символами власти и собственной идентичности она обладает (см., например: [9]).

Однако вряд ли можно согласиться с точкой зрения, что, в отличие от корпоративной культуры, организационная культура образуется исключительно спонтанно через взаимодействие ценностей самих работников (см.: [10]). Даже если понимать под организационной культурой только описанные выше структуры «г» или «б» и «г», нельзя не признать, что привносимые в организацию модели поведения

и ценности успешно (хотя в разной степени осознанно) отбираются уже на этапе подбора персонала, изначально направляя их «спонтанность» иногда в довольно узкое русло. Заметим, что большинство HR-практиков, профессионально занимающихся формированием и поддержанием организационной культуры, используют понятия организационной и корпоративной культуры как синонимы, не различая их [11, с. 35–38; 12, с. 3].

Целостность, задаваемая любым контекстом, имеет относительный характер. За пределами контекста оказываются «зоны маргинальности» и способы перехода, пересечения границ контекста. Как видим, следуя ранее сформированному представлению о строении организационной культуры, ее можно рассматривать как совокупность упорядочения определенного корпоративного и внекорпоративного опыта, располагая структуры от «а» до «г» как удаляющиеся от «центра» или «ядра» к периферии.

Рациональный труд и рациональная организация, соответствующая метафоре «машины», уходит в прошлое вместе с индустриальным обществом. В чем смысл труда для человека современного (или постсовременного, постиндустриального, информационного и проч.) общества? В возможности самореализовываться и самосовершенствовать, творить и играть, проявлять свою индивидуальность и неповторимость и при этом ощущать включенность в сложную сеть человеческих коллективов от интимных и локальных до глобального. «Разница, – приводит Э. Тоффлер слова Дональда Коновера, генерального менеджера корпоративного образования для «Вестерн электрик», – такая же, как между классическими музыкантами, которые играют каждую ноту, написанную в партитуре, и джазовыми, которые, решив, какую мелодию исполнять, подхватывают сигналы друг друга и свободно импровизируют» [13, с. 607]. На первый план в процессе и результатах труда выходит стиль (стиль работы, руководства, «стильные штучки» и пр.), привлекательность (рабочего места, цены), красивые решения, «упакованность» и прочие признаки заботы о дизайне снаружи и внутри.

Учитывая (и эстетизируя, комбинируя стилистически) весь прошлый опыт, мы рационально конструируем мифы, превращаем технические действия в символические ритуалы (складывая весьма характерные для времени магические заклинания вроде «нажми на кнопку – получишь результат»). По-новому мы и учимся получившему новый смысл труду: на смену штудированию учебников и конспектированию

лекций все больше, особенно в качестве образования для профессионалов, т.е. уже почувствовавших специфику труда сегодня, приходят тренинги и деловые игры, программы личностного роста и другие «активные методы». И вряд ли можно сомневаться в том, что культура труда, которая смогла превратить хороводы вокруг камиша в хоровое пение сотрудников организации в начале работы и общинную круговую полуку в «кружок качества», не найдет вариантов включения письменных средств в красивую трудовую игру. Подобные организационные техники активно используются при работе с коллективами, где культурные различия участников трудно игнорировать, и в организациях, учитывающих особенности функционирования в разнородной культурной среде и по возможности использующих культурное многообразие участников и среды как ресурс адаптации (см., например: [14; 15]).

Типология организационных культур может быть сформулирована по нескольким основаниям. Напомним, мы констатировали, что в организационной культуре можно выделить ряд составляющих ее структур. Структуру «а» составляют технологические и организационные знания, принципы, ценности, разделяемые и транслируемые руководителями организации (корпоративная культура), структуру «б» – способы деятельности, разделяемые неформальными лидерами организации, структуру «в» – экстремальные, маргинальные, запретные модели поведения и ценности, и, наконец, структуры «г» – многообразные формы индивидуального поведения, привносимые в организацию персоналом. По сути, для каждой из обозначенных структур в организационной культуре существует своя типология. С другой стороны, в зависимости от статуса, развитости той или иной структуры «а» – «в» и их соотношения с внешним социокультурным контекстом, можно выделять типологические характеристики, распределение которых между структурами «а» – «в» будет описывать организационную культуру в целом.

Первая такая важная с точки зрения изучения внутриорганизационной коммуникации классификация связана с выделением профессиональной (специализированной) и бытовой (повседневной) культуры. «Живя» в организации, и руководители, и сотрудники используют ее для решения личных задач, вступают не только в деловые, но дружеские, любовные, семейные отношения, а зачастую вообще «работают» только ради возможности такого внеделового общения.

И в том, и другом культурном порядке можно различить элементы того, что относят обычно к «высокой» культуре, и то, что пока считается «низким».

Важнейшее отличие данной классификации от типологии сфер культуры по признаку «высокая – низкая», «этническая – национальная – цивилизационная – глобальная» в том, что субъектами обеих сфер оказываются одни и те же индивиды; и профессиональная, и бытовая культура генетически восходят ко всему указанным типам культур и представляют собой результат исторического процесса их объединения и специализации [16, с. 133–134]. Следует отметить, что взаимодействие культур в профессиональной и бытовой сферах имеет свои особенности, как с точки зрения интенсивности и интимности общения, так и с точки зрения значения его эффективности для общества и для отдельного человека.

В высокой культуре при этом главным является ее искусственность, наличие замысла (или целерационального, или художественного), в низкой – спонтанность, повседневность (в частности, см.: [17]). Высокая культура может быть присуща не только корпоративной культуре, но и маргинальной – когда находятся достаточно коммуникативно компетентные, преследующие собственные цели неформальные лидеры.

Кроме того, можно выделить актуально разделяемое и неактуальное наследие, события и героев истории организации. К актуальному мы относим достижения культуры – художественной, духовной, технической, – воспринимаемые как значимые для сегодняшнего дня, играющие роль (как позитивную, так иногда и негативную) в формировании культуры организации, представлений о ее месте в мире, в истории, обосновании притязаний и целей ее развития. Другой пласт истории организации составляют феномены, концептуализируемые обычно как «памятники», даже «крайности», «пережитки». Здесь лицем разрыв преемственности, отстраненное отношение к ценностям, идеям, артефактам, которые хотя и являются частью прошлого, но либо не могут быть отнесены к общему прошлому, либо расцениваются как несущественные, второстепенные с точки зрения современного момента.

Можно выделить мифические и реальные элементы организационной культуры. Практически любые опросы и анализ документов демонстрируют существенное расхождение между тем, что представляется должным, декларируется, и тем, что практикуется изо дня в день.

Не будем останавливаться на часто излагаемом сюжете о типах корпоративной культуры, определяемых типом лидерства (культуры власти, паутины, ролей, храма, достижений, доверия и сотрудничества и т.п.) (см.: [18]).

Существенные отличия в типах организационной культуры связаны с их технологическими характеристиками (например, организационные культуры машиностроительных или авиационных предприятий будут отличать и между собой, и от культуры предприятий торговых и дизайнерских), основными целями и доминирующим отношением к внешней среде и субъектам, представляющим последнюю (тогда можно говорить о технических, потребительских, клиентоориентированных, административных, маркетинговых, финансовых и других структурах). Немаловажны также размер и этап развития, переживаемый организацией, что обуславливает соотношение формальных и неформальных групп, команд и их культуры. На первых этапах развития руководство организации, пока еще небольшой, может представлять собой неформальную команду единомышленников и их сторонников, на поздних этапах развития, при разрастании организации, ее культура становится все более дифференцированной, в ней возникают более-менее масштабные и влиятельные формальные иерархичные административные структуры<sup>2</sup>.

С учетом достоинств и недостатков изложенных выше типологий, в качестве оснований для выделения типов организационных культур предлагается использовать комбинации признаков: личное/безличное, непосредственное/опосредованное; традиционалистское, консервативное/модернистское – инновационное; автохтонное/зимствованное. Эти категории могут быть использованы для каждой из структур «а» – «в». Они будут обобщенно характеризовать степень ответственности, свободы и независимости, которой обладает человек в организации, готовность работника пойти на риск, направленность действий относительно декларируемых целей организации, согласованность поведения и правил, обеспечение свободного взаимодействия, помощи, поддержки работников со стороны управленческих служб, соблюдение правил и инструкций, применяемых для контроля за поведением работников, отождествление каждого работника с организацией, его лояльность и удовлетворенность трудом и личными возможностями, учет исполнения работ и соответствующих поощрений, готовность работника открыто выражать свое мнение несмотря на возможное возникновение конфлик-

та, взаимодействие внутри организации в соответствии с должностной иерархией, требования к внешним проявлениям организационных культур.

Естественно, что далеко не все теоретически возможные типы культур распространены. Наиболее часто встречающимися являются «квази-западные» и «ложно-коллективистские» (патерналистские) типы организационной культуры.

Первые демонстрируют «западный» стиль и модернизм, могут быть дифференцированы на безличные (формальные) – опосредованные и личные («самореализующие») – непосредственные (командные). К ним в полной мере относится оценка Ю.М. Лотмана: «Весь сложившийся опыт был отвергнут как «неправильный» и заменен «правильным» – европейским. Фактически речь шла не о реальном Западе, а о некоторой ценностной характеристике внутри русской культуры. (Всякая культура моделирует свою высшую ценностную ступень как ей внеположенную.)» [20, с. 444]. Такие культуры в организации могут присутствовать одновременно в структурах «а» и «б». За внешним демократизмом будет скрываться жесточайшая дисциплина и строгая иерархия управленческих звеньев. В зоне «в» окажется в этом случае либо квази-коллективистская, либо сугубо эгоистичная организационная культура.

Патернализм в организационной культуре советского типа предполагает ценность личных отношений, постоянную напряженность формальности – неформальности, высокую (до кровенного лицемерия) степень опосредования организационных отношений, консерватизм и автохтонность. Психологи отмечают свойственный этому типу организационной культуры перенос ответственности из сферы личного опыта вовне. Абсолютное большинство в такой организации будет считать, что их личное благосостояние зависит от того, как развивается общество в целом, какие усилия предпринимают «верхи» и «отцы-основатели». Для ее описания встречается определение «колхоз». В стране, где коллективизм в разных формах культивировался столетиями, а индивидуализм рассматривался как одно из самых непростительных качеств человека, не может быстро и безболезненно привиться устойчивая позитивная индивидуальная мотивация, приоритет личной инициативы и активности. При этом полностью отсутствует «культура работы по правилам». Мы имеем дело с работниками, которые (как свидетельствует корпоративный электронный юмор) «всегда имеют при себе свое резюме на

дискете, чей начальник не умеет делать их работу, считают себя организованными людьми, поскольку весь монитор у них оклеен стикерами, с интересом что-то обсуждают на форуме с жителем Йемена (в рабочее время), но не всегда здороваются с соседями по лестничной клетке, стесняются на собеседовании спросить о зарплатной плате...», либо считают, что им не нужны туалет и душ в доме, не стремятся иметь легковой автомобиль (который по местным грязям не проедет), не стали бы расширять свое личное подсобное хозяйство, даже если бы представилась такая возможность, не считают воровство зазорным и больше всего переживают, что о них подумает «сосед Вася».

Еще один важный аспект связан с учетом того, какого рода коллектив или «сообщество» образуют участники организации. На наш взгляд, для его описания можно использовать принятый в социальной антропологии термин «производственная единица (или группа)» (*unit of production*). Этот термин традиционно используется этнологами для описания первично-го производственного звена, расходующего факторы производства (труд, различные сырьевые и культурные ресурсы) для получения оцениваемого как полезный продукта. Данное понятие описывает и домохозяйство неиндустриальных обществ, и «современную» (т.е. относящуюся к модерному и уже постмодерному обществу) фирму. Целый ряд реминисценций понятия неиндустриальной производственной единицы, таких как значимость личных отношений и реципрокность, внеэкономический характер целей и т.п., проявляются в современных теориях организации и организационной культуры сетевого общества. Различие производственной единицы-домохозяйства и производственной единицы-фирмы состоит в соотношении таких черт, как неформальность/формальность отношений, внеэкономические/экономические конечные цели, тотальная/частичная вовлеченность, интегральность/секционность.

Первые два противопоставления вряд ли нуждаются в подробном комментарии. Отметим лишь, что неформальность/формальность отношений рассматривается нами в логике трактовки М. Вебером бюрократии как способа социальной организации и социальных последствий этого различия, рассмотренных Ф. Теннисоном, а также особенностей городской организации у Р. Вирта. Идея внеэкономических целей «экономической» (во всяком случае, связанной с производством, распределением и потреблением) деятельности хорошо разработана в экономической антропологии, достаточно сослать-

ся на работы Б. Малиновского, М. Мосса, М. Саллинза и других «субстантивистов». Понятия тотальной или частичной вовлеченности описывают соотношение деятельности и целей внутри и вне группы. Домохозяйство как производственная единица неиндустриальных обществ вовлекает всех своих членов totally, являясь центром не только трудовых и экономических практик, но и религиозных, семейных, коммуникативных, потестарных, художественных и др. Ни трудовой коллектив, ни семья индустриального общества такой totallyностью не отличались. Те процессы квази-ретрибализации, которые сейчас описывают, также не являются преодолением частичной вовлеченности индивида в производственную единицу и другие социальные связи. Скорее следует говорить о новом способе его структурного соединения (термин Н. Лумана) с социальными системами, основанном на усложнении уровней самонаблюдения и манипулятивного контроля, формировании новых типов личной и коллективной идентичности. Понятия интегральность/секционность фиксируют уже не индивидуальную, а групповую включенность в социальную систему и были предложены для антропологического описания сообщества Р. Фиртом (Фёрсом). Секционное сообщество – это представитель, локальное подразделение более крупной социальной единицы, в то время как интегральное – является самодостаточным, автономным (хотя вряд ли его при этом можно характеризовать как «закрытое»).

У неиндустриальных производственных единиц-домохозяйств, как правило, в большей степени присутствуют первые из указанных в противопоставлениях признаков, у «фирм» (того, что еще у Гегеля называлось «корпорацией» в отличие от «семьи») – вторые.

Данные противопоставления выявляют характеристики отношений в контексте противопоставления формализованности-манипулятивности *versus* личностности-творческости.

Воспроизведение неоднородности культуры организации как и любой другой культурный механизм демонстрирует существенные свойства культуры: создавать условия и ресурсы для адаптации (в данном случае – организации в социальной среде), порождая многообразие способов действия и символически закрепляя следование некоторым из них. При этом участники организационной культуры образуют специфическое по свойствам сообщество – производственную единицу, обладающую как чертами «сообщества» в «этнографическом» смысле, так и особыми свойствами, обусловленными собст-

венно организационными рамками. Мобильность между позициями внутри сообщества и «миграция» между центром и периферией культуры организации, ее различными фрагментами, определяют возможности членов организации конструировать собственные уникальные наборы социальных связей и культурных репрезентаций.

#### Примечания

1. Истоки такого рода позиции мы находим уже у в работах: [3–4]. Затем характерные примеры операционализации понятия культуры давали: [5, р. 71; 6, р. 44; 7, р. 18].
2. В качестве примера исследования этих проблем см.: [19].

#### Список литературы

1. Garza C.E. Studying the Natives on the Shop Floor // Business Week. 1991, September 30.
2. Клакхон К. Зеркало для человека. Введение в антропологию. СПб., 1998.
3. Malinovski B. The Dynamics of Culture Change. New Haven, 1944.
4. Malinovski B. Scientific Theory of Culture. New Haven, 1945.
5. Condon J.C., Yousef F.S. An Introduction to Intercultural communication. Indianapolis N.Y., 1975.
6. Cross-Cultural and Cross-Ethnic Issues // International Journal of Group Tensions. N.Y., 1981. Vol. 11. № 1–4.
7. Berry J.W. Acculturation as Varieties of Adaptation // В кн.: Padilla A.M. (ed.) Acculturation: Theory, Models, and Some New Findings. Praeger, 1980.
8. Дейл М. Самообучающиеся организации // В кн.: Управление развитием и изменением. Хрестоматия управления обучением. ЛИНК, 1996.
9. Крылова Н. Корпоративная культура и кадровый отдел // Кадры предприятия. 2002. № 3.
10. Михельсон-Ткач В.Л., Скляр Е.Н. Процесс согласования ценностей: проблемы и оценка // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 1.
11. Козлов В.В., Козлова А.А. Корпоративная культура: «костюм» успешного бизнеса // Управление персоналом. 2000. № 1 (53).
12. Соколова Н. Развитие компании и корпоративная культура // The Career Forum. 2003. № 21.
13. Тоффлер Э. Третья волна. М., 1999.
14. Brett J., Behfar K., Kern M. Managing Multicultural Teams // Harvard Business Review. 2006. Vol. 84. № 11. P. 84–91.
15. Klidas A.K. The cultural relativity of employee empowerment // В кн.: Comparing cultures: dimensions of culture in a comparative perspective / H. Vinken, J. Soeters, P. Ester (eds.). Leiden, Boston: Brill, 2004. P. 232–250.
16. Арутюнов С.А. Народы и культуры: развитие и взаимодействие. М., 1989.
17. Yamazaki Y. Learning styles and typologies of cultural differences: A theoretical and empirical comparison // International Journal of Intercultural Relations. 2005. Vol. 29. P. 521–548.
18. Культура организации. Эффективный менеджер. ЛИНК, 1994.
19. Chen Yi-feng, Tjosvold D., Su S.F. Goal interdependence for working across cultural boundaries: Chinese employees with foreign managers // International Journal of Intercultural Relations. 2005. Vol. 29. P. 429–447.
20. Лотман Ю.М., Успенский Б.А. К семиотической типологии русской культуры XVIII века // В кн.: Из истории русской культуры XVIII века. М., 1996.

#### ORGANIZATIONS: CULTURES AND COMMUNITIES

N.K. Ikonnikova

The article considers the granularity and structuredness of the culture of organization. The author describes the means of its re-producing by the members of organization as members of some unit of production. She has used recent sociocultural approaches there in the article.

*Keywords:* culture of organization, community, unit of production.