

## **Влияние национальной культуры на формирование корпоративной культуры.**

*Евченко Ольга Сергеевна*

*аспирант*

*Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, философский факультет, Москва, Россия.*

*E-mail: evchenko75@mail.ru*

В современной науке и практике феномен «корпоративной культуры» трактуется по-разному. Некоторые исследователи выделяют и описывают культурную составляющую этого понятия, находя основания корпоративной культуры в национальных особенностях менталитета и характера. Так появляются описания национальных типов управления, на основе которых несложно представить особенности корпоративной культуры в той или иной стране.

Большой популярностью в изучении влияния национальных особенностей на формирование корпоративной культуры пользуется подход, разработанный Гиртом Хофстедом. Его идеи первоначально основывались на большом исследовательском проекте, изучавшем особенности национальных культур в подразделениях многонациональной корпорации (IBM) в 64 странах. Наиболее известны две работы Хофстеда: «Последствия культуры» (Culture's Consequences, 1980) и «Измерения национальных культур в пятидесяти странах и трех регионах» (Dimensions of national cultures in fifty countries and three regions, 1983). На основе результатов исследования Хофстеде определил набор структур, понятий и представлений, отношение к которым носит ярко выраженную культурную окраску и, в свой черед, формирует особенности корпоративной культуры как элемента культуры национальной. Ученый выделил пять «континуумов культурной изменчивости», так называемых измерений Хофстеда.

Первый элемент – дистанция власти – понимается как степень неравенства между людьми, которую население данной страны считает допустимой или нормальной. При этом низкая степень характеризуется относительным равенством в обществе, а высокая – наоборот. Например, спецификой культуры с большой дистанцией власти можно считать вредные для здоровья условия труда, на которые часть людей соглашается, надеясь заработать чуть больше, чем другие, а также принимая советы вышестоящих начальников как безусловные приказы. Индексы дистанции власти высоки для латинских, африканских и азиатских стран и меньше для германских стран.

Второй элемент – индивидуализм, или степень, с которой люди данной страны предпочитают действовать как индивиды, а не как члены какой-то группы. Высокая степень этого элемента указывает на то, что человек, находясь в условиях свободных социальных и экономических связей в обществе, сам заботится о себе и своих близких, равно как несет ответственность за все свои действия. Этот же элемент характеризуется как коллективизм, поскольку в коллективистских обществах людям с детства прививают уважение к группам, к которым они принадлежат. Важнейшее открытие Хофстеда заключалось в том, что так называемый рейтинг индивидуализма в стране напрямую связан с уровнем благосостояния населения в этой стране. Это означало, что богатые страны, согласно Хофстеду, богаты потому, что имеют индивидуалистическую культуру.

Например, славянские культуры, а значит и культура России, исторически складывались как коллективистские культуры. Идеей коллективизма проникнута жизнь русских с древнейших времен. Коллективизм в славянском мире, сформированный в крестьянских общинах, является фактором, определяющим благополучие страны и ее граждан даже сегодня. Индивидуализм превалирует в развитых и западных странах, в то время как коллективизм более распространен в менее развитых и восточных странах; Япония по этому измерению занимает среднюю позицию.

Третий элемент - мужественность и женственность. Эти два полюса отражают то, как общество относится к таким ценностям, как самоуверенность, успех, конкуренция, которые ассоциируются с ролью мужчины в обществе. Данные ценности отличаются от преимущественно «женских» ценностей – желание комфорта, забота о слабых, солидарность. Общества с жестким социальным разделением ролей между полами названы Хофстедом «мужественными», а общества со слабым разделением ролей – «женственными». Мужественность выше в Японии, в некоторых европейских странах, как Германия, Австрия и Швейцария, умеренно высока в англоязычных странах; этот показатель низок в северных странах и в Нидерландах и умеренно низок в некоторых латинских и азиатских странах (Франция, Испания и Таиланд).

Четвертый элемент получил название «стремление избежать неопределенности» - это степень, с которой люди данной страны оказывают предпочтение ситуациям с ясными и четкими правилами, определяющими нормы поведения перед рискованными неопределенными изменениями. Эти правила могут быть формальными, а могут поддерживаться традициями. В странах с высокой степенью стремления избегать неопределенности люди имеют склонность проявлять заметное беспокойство и волнение, лихорадочность в работе. В противоположном случае люди ведут себя и работают более спокойно и систематично. Сильное неприятие неопределенности одна из причин боязни перемен. Люди боятся сменить работу, даже если не устраивают зарплата и условия труда, социальная защищенность – мечта многих людей, не привыкших к риску. Индекс избегания неопределенности выше в латинских странах, в Японии, и немецкоговорящих странах, ниже в англоговорящих, северных странах и странах китайской культуры.

Пятый элемент – это долгосрочная или краткосрочная ориентации в поведении членов общества. Это измерение было предложено Г. Хофстедом в исследовании, проведенном в сотрудничестве с Майклом Бондом в 1980-е годы. Согласно этому исследованию менеджеры в одних странах, например в Японии, ориентированы на долгосрочное видение будущего и в соответствии с этим строят свой бизнес, в других странах бизнес строится на основе краткосрочного видения будущего. Долгосрочная ориентация в основном свойственна восточноазиатским странам (в особенности Китаю, Гонконгу, Тайваню, Японии и Южной Корее).

Надо сказать, что в СССР методика Хофштеда не применялась. В современной России последнее исследование, занявшее два года, было закончено в 2003 году. Оказалось, что по модели трудовых отношений наша страна близка вовсе не к Востоку, а к Германии, Израилю и Финляндии.

Таким образом, можно сказать, что корпоративная культура подвержена значительному влиянию со стороны национальной культуры, присущей определенной стране, которая, в свою очередь, зависит от целого ряда факторов.

### Литература

1. Грушевицкая Т.Г. Категоризация культуры по Г. Хофстеде: концепция ментальных программ //Основы межкультурной коммуникации. - М., 2003. С. 243-250.
2. Матяш О.И. «Дистанция власти» и внутриорганизационная коммуникация. //Персонал МИКС, 2005, № 4-5.).
3. Наумов А.И. Хофстидово измерение России (влияние национальной культуры на управление бизнесом) //Менеджмент, 1996, № 3. С. 71—95.
4. [feweb.uvt.nl/center/hofstede/index.htm](http://feweb.uvt.nl/center/hofstede/index.htm) (персональный сайт Г. Хофстеде).