

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СПЕЦІАЛЬНИХ ТА ГАЛУЗЕВИХ СОЦІОЛОГІЙ

УДК 316.422.42

DOI <https://doi.org/10.32840/2707-9147.2022.93.4>

В. В. БЕРЕЗИНЕЦЬ

кандидат філософських наук,
викладач циклової комісії суспільних дисциплін
Хмельницький торговельно-економічний коледж
Державного торговельно-економічного університету

О. С. КОВТУН

кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри психології та соціальної роботи
Хмельницький інститут соціальних технологій
Університету “Україна”

СОЦІАЛЬНІ ДИСФУНКЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

У статті висвітлено соціальні дисфункції корпоративної культури. Здійснено спробу подолати менеджеріальний редуціонізм відповідного явища, який полягає у розгляді дисфункцій корпоративної культури виключно у відношенні ринкової ефективності господарських організацій. Зазначено, що у зміст поняття корпорації входять не лише соціальні організації господарського типу, але й інші, яким притаманна спільність інтересів, цінностей, групової ідентичності та інші складові корпоративної культури. Остання також не є притаманною тільки окремим типам корпоративних утворень.

Запропоновано розглядати соціальні функції та дисфункції корпоративної культури через їх антинормативність. Такий підхід передбачає розуміння дисфункцій як протилежних до функцій за своїми наслідками для внутрішнього та зовнішнього середовища соціальної організації.

З'ясовано, що дисфункції корпоративної культури мають прояв як у внутрішньому середовищі соціальної організації (стосуються інтересів та потреб їх членів), так і у зовнішньому середовищі (полягає у співвідношенні корпоративних цілей, інтересів та цінностей із суспільними). Дисфункціональними наслідками впливу корпоративної культури на внутрішнє середовище організації може бути і дисфункціональна соціалізація, примусове та насильницьке забезпечення внутрішньої інтеграції, формування соціально-відокремлених спільнот, професійний кретинізм та ін.

Доведено, що ключовою проблемою зовнішніх дисфункцій корпоративної культури є розумовне відокремлення інтересів корпоративних утворень з інтересами

та потребами їх членів, а також суспільними інтересами і потребами. Дисфункціональність корпоративної культури для зовнішнього середовища організації може проявляти себе у негативному впливі на державні інституції, просуванні корпоративних інтересів всупереч суспільним.

Визначено перспективи подальших розробок проблематики дисфункцій корпоративної культури. Подальші дослідження повинні фокусуватися на визначенні критеріїв дисфункціональності, а також розробки системи емпіричних індикаторів. Це має значення не тільки для більш глибокого та ґрунтовного вивчення відповідного явища, а й для вдосконалення технологій соціального управління.

Ключові слова: соціальні функції, соціальні дисфункції, корпоративна культура, корпорація, корпоративізм, соціальна організація, корпоративна держава.

Постановка проблеми. У сучасній соціології тема корпоративної культури не втрачає своєї актуальності для дослідників. Частково це зумовлено зрозумілою зацікавленістю суб'єктів господарювання до неї як засобу ефективного управління людьми, кінцевою метою чого є комерційна успішність. З іншого боку, корпоративна культура цікавить соціологів в якості складової антикризових соціальних технологій. Але суттєвим недоліком усіх наукових дискусій щодо корпоративної культури є її редукція до суто менеджеріальних функцій.

В тих незначних соціологічних розвідках дисфункції корпоративної культури здебільшого розглядаються в контексті перешкоди у підвищенні ринкової ефективності господарських організацій. Сама ж дисфункціональність корпоративної культури розуміється у відношенні до інших (функціональних з точки зору ринкової ефективності) типів корпоративних культур, серед яких виокремлюють такий особливий тип, як *дисфункціональна корпоративна культура* [6, с. 47]. Але такий поширений на сьогодні суто менеджеріальний підхід, який фокусує дослідження на ринковій ефективності, на наше переконання є суттєвим спрощенням, адже випускає з поля зору наслідки дисфункцій корпоративної культури для суспільства. Це викликає потребу заповнити цю прогалину та визначити рамки цілісного соціологічного уявлення про відповідне соціальне явище.

Таким чином, **метою даної статті** є соціологічне описання соціальних дисфункцій корпоративної культури.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окремі аспекти корпоративної культури досліджувалися як зарубіжними, так вітчизняними соціологами. Зокрема, вагоме значення для осмислення соціальних механізмів формування культури соціальних спільнот мають класичні дослідження М. Вебера, Е. Дюркгайма, Г. Зіммеля, Т. Парсонса, П. Сорокіна.

Соціальна організація як культурний феномен ґрунтовно розглянута в дослідженнях Ч. Барнарда, П. Блау, Е. Гоулднера, К. Левіна, Г. Саймона, А. Файоля. Дослідженню культури як засобу

регуляції поведінки персоналу організації присвячені роботи І. Ансоффа, Т. Пітерса, Р. Уотермена. Корпоративізм як спосіб організації суспільного життя ґрунтовно розглядається у дослідженнях М. Туленкова. Частково питання дисфункціональності корпоративізму висвітлювались О. Безруковою та О. Бондаренком.

Типологічне розмаїття корпоративної культури представлено в роботах Д. Денісона, Дж. Зоннефельда, К. Камерона, Р. Куїна, Ф. Тромпенаареса, С. Ханді, Г. Харрісона, Е. Шайна та інших. Проблематика корпоративного іміджу та корпоративної репутації, як функцій корпоративної культури ґрунтовно представлена в роботах І. Соколовського.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж розглядати дисфункціональні прояви корпоративної культури необхідно означити суттєву методологічну проблему, яка полягає в тому, що корпоративна культура здебільшого розглядається відносно соціальних організацій господарського типу (ключовою функцією яких є економічна). Але корпоративна культура притаманна не тільки організаціям господарського типу. Корпоративізм, як форма організації суспільного життя передбачає залучення людей в управління суспільством через їх участь у колективних об'єднаннях (корпораціях), з метою задоволення спільних потреб та досягнення спільних інтересів, які відображаються, власне, у корпоративній культурі. Таким чином, корпоративізм передбачає наявність великого різноманіття соціальних корпорацій, які об'єднують людей з метою реалізації спільних інтересів та забезпечення спільних потреб. І якщо початково корпорації виникали на економічній основі, наприклад, наприклад, об'єднуючи ремісників або найманих працівників у профспілки, то згодом у соціальній теорії почали розглядатися й інші корпорації. Наприклад, національні корпорації, як інституціоналізовані форми політичної участі національних спільнот [3, с. 95]. Це відповідає і початковому значенню слова *корпорація*, яке перш за все вказує спільність, союз, об'єднання.

Потребує пояснення і використання нами поняття *корпоративної культури*, яке, очевидно, за своїм змістом теж суттєво ширше та охоплює велику кількість різних організаційних форм спільної діяльності людей, а не тільки відповідні господарські організації. Отже, розуміємо під *корпоративною культурою* систему корпоративних цінностей соціальної організації, що визначають корпоративну поведінку її членів, а також сприяють розв'язанню проблем зовнішньої адаптації та внутрішньої інтеграції колективних форм соціальної діяльності.

В розумінні функціональності та дисфункціональності корпоративної культури, як соціального явища виходимо із класичного визначення Р. Мертона: «Дисфункції – це ті спостережувані наслідки, які зменшують пристосування або адаптацію системи» [11]. Системою виступає як власне носій корпоративної культури – організація, так і суспільство, на яке впливає корпоративна культура.

Стосовно культури як регулятора взаємовідносин у різних сферах життєдіяльності суспільства українські науковці інколи пропонують розглядати її дисфункціональність через протилежний до функціональності результат тобто як певну протилежність. Тому дисфункціональність культури розглядається як антипод або антикультура [8, с. 8-11]. Застосування такої логічної операції, на наш погляд, у багатьох випадках є виправданим.

З приводу функцій корпоративної культури варто відзначити, що всі вони вочевидь можуть мати свої протилежності тобто дисфункції. Але на даному етапі розробки проблеми варто зосередитись на найбільш очевидних проявах дисфункціональності. Отже, до загальних функцій корпоративної культури можна віднести такі, як інтегративна функція, комунікативна, функція соціалізації, регулятивна функція, функція відтворення продуктивних зразків поведінки [9]. Розглянемо їх у відношенні до дисфункцій корпоративної культури.

Інтегративна функція, передбачає наявність певної цілісності, в основі якої лежать звичаї, соціально-психологічний клімат організації, цінності та моделі поведінки. Саме таке структурування Е. Шайн називає «суттю того, що ми називаємо культурою» [16, с. 28]. До інтегративної функції корпоративної культури відноситься також формування почуття спільної долі, що покликане задовольнити потребу у почутті належності до певної спільноти. У будь-якому разі корпоративна культура повинна виключати примусовість та будь-яке насильство. Але практика функціонування різних організацій підтверджує, що соціальна цілісність організації інколи забезпечується силою примусу. До таких прикладів можна віднести різні види тоталітарних організацій.

Комунікативна функція. Культура завдяки прийнятим цінностям та нормам поведінки забезпечує взаєморозуміння та ефективну взаємодію між членами соціальної організації. Дисфункція корпоративної культури може виявити себе у патологічній конфліктності організації або формуванні соціально-відокремлених спільнот.

Соціалізаційна функція передбачає не тільки адаптацію нового члена, але й інтеріоризацію нових цінностей, форм поведінки, притаманних даній соціальній групі. В нормальних умовах засвоєні корпоративні цінності та поведінкові моделі не повинні суперечити загальносуспільним та призводити до відмежування соціальної групи від суспільства. Але дисфункціональна соціалізація, результатом якої є розривання відносин із зовнішнім соціальним середовищем має місце в так званих тоталітарних організаціях, що практикують деструктивні культури. Тобто, засвоєння «єдиноправильної» ідеології та цінностей є факторами соціального виключення. Це стосується не тільки відверто релігійних вчень, але й псевдонаукових доктрин, які практикуються сектами саєнтологічної групи [10, с. 215];

Регулятивна функція, полягає у формуванні та регулюванні необхідних форм організаційної поведінки, відбраковуванні тих

поведінкових форм, що не відповідають змісту даної культури, її цінностям та нормам. Як складову цієї функції варто відзначити й функцію соціального контролю, яка забезпечує саморегуляцію спільноти. Історія існування корпоративної держави демонструє, що регулятивна функція також має обернене існування у формі *регулятивної дисфункції*, коли поведінка як організації, так і індивіда, як її члена є жорстко детермінованою, інколи й насильницьким способом [14].

Людинотворча (гуманістична) функція корпоративної культури полягає у розвитку потенціалу людини, її інтелектуального, професійного рівня, підвищення рівня освіченості і професіоналізму, «поліпредметного», «поліпрофесійного» мислення [17], яке дозволяє вивести вузькоспеціалізованого спеціаліста із стану «функції» на рівень більш широкого, системного знання, яке сприяє розвитку особистості в цілому. Але і у цьому контексті корпоративна культура може також спрацьовувати протилежними чином. Не рідкими є приклади організації, в яких корпоративна культура на декларативному рівні може проголошувати свободу творчості, ініціативи, але практично обмежувати можливості професійного та особистісного зростання та свободи. До таких організацій, зокрема, належать деякі приватні дитячі центри, що практикують псевдонаукові педагогічні технології. В таких умовах до декларативних цінностей корпоративної культури належать свобода творчості, але на практиці існує жорстка заборона відступати від прийнятої, наприклад, «єдиноправильної» методики навчання та виховання. Як правило, такі доктрини вступають у суперечність із офіційними педагогічними системами. Тому у таких обставинах можна говорити також і про ще один вияв соціалізаційної дисфункції, адже корпоративна культура стає фактором формування суперечливої системи цінностей [1]. Також варто говорити і про такий наслідок дисфункціональності, як професійний кретинізм.

Функція відтворення найбільш продуктивних цінностей, зразків поведінки, їх збереження та продукування. Завдяки цій функції соціальні організації зберігають, відтворюють та розвивають власний успішний досвід, цінності, які забезпечують ефективність організації. Але не завжди такий досвід є конструктивним для суспільства та його розвитку. Яскравим прикладом є відтворення певних форм корпоративної поведінки транснаціональними корпораціями, які переслідуючи власні інтереси, у приймаючих країнах часто вдаються до насадження їм ідеологій, які можуть суперечити інтересам не тільки місцевого бізнесу, а й національно-державним інтересам загалом [4]. І хоча цей приклад демонструє зовнішню спрямовану дисфункціональність, варто все ж пам'ятати, що корпоративна взаємодія із зовнішніми суб'єктами визначається внутрішнім культурним середовищем організації або її підсистем: наприклад, керівної ланки. Таким чином можна

говорити про *дисфункцію відтворення патологічних зразків корпоративної поведінки*.

Означені функції та дисфункції здебільшого стосуються внутрішнього середовища організацій. Але корпоративна культура також визначає характер і способи взаємодії організації із своїм зовнішнім середовищем. Тому, варто також розглянути й дисфункції зовнішнього контуру.

Політична дисфункція. Держава як головний управлінський соціальний інститут, що функціонує завдяки бюрократичній системі, існує не ізольовано від інших соціальних інститутів та соціальних груп, а у системі відносин із різними групами інтересів та групами тиску, до яких перш за все належать політичні групи та бізнесові кола. Вони, орієнтуючись на власні інтереси, впливають на прийняття державних рішень, що мають наслідки для суспільства загалом. Такий феномен має назву політичного неокорпоративізму, що визначається через формування специфічних альянсів між різними групами інтересів та державними установами. Такі альянси, як зазначає М. Туленков, «як правило, спрямовані проти конкуруючих і зовнішніх по відношенню до центрів влади груп інтересів і організацій, що прагнуть контролювати діяльність державної адміністрації» [15, с. 224]. Корпоративізм у політичній сфері також стає фактором соціальних нерівностей між «верхами» та «низами» суспільства [2].

У цьому контексті варто також говорити про множину способів впливу на державні структури, зокрема, через корумпування влади або реалізацію олігархічних політичних проєктів, які в разі присутності в парламенті та інших представницьких органах реалізують інтереси своїх спонсорів. У таких обставинах для груп тиску, звичайно, пріоритетними будуть власні корпоративні інтереси, а не суспільні. Таким чином, політична дисфункція виявляє себе у залежності держави від груп інтересів та тиску, які використовують її у власних інтересах. Це у свою чергу значно знижує ефективність держави, як управлінського інституту. Таким чином, політичний неокорпоративізм також варто розглядати і як спосіб соціального панування.

Соціальна дисфункція іміджу. Соціальна активність корпорацій, чия діяльність є потенційно шкідливою для суспільства (наприклад, для середовища життя) у контексті нашої проблематики також можна представити як дисфункцію корпоративної культури адже у цьому разі ми маємо справу із формуванням позитивного, соціально схвалюваного образу, до функціоналу якого належить відволікання уваги та по-суті приховування негативного впливу на суспільство в результаті діяльності організації. Тут варто відзначити, що імідж організації може бути спрямованим на зовнішнє середовище організації (наприклад, на споживачів), а також на внутрішнє середовище – членів організації. Таким чином, у внутрішній спрямованості імідж також може приховувати негативні наслідки діяльності організації або, принаймні, відволікати увагу від них.

У цьому контексті варто розрізнити поняття *іміджу* та *репутації*. Імідж хоч і є відображенням корпоративних цінностей та інтересів, все ж він є продуктом маркетингових, соціально-психологічних технологій. Тоді як репутація передбачає оцінку організації іншими соціальними суб'єктами та пов'язана із такими явищами, як довіра, повага, авторитет [13]. Таким чином, якщо імідж може бути предметом маніпуляцій, то репутація формується на основі реальних дій соціальної організації. Наприклад, російська державна корпорація «Газпром» реалізує багато іміджевих проєктів: спонсорує європейські спортивні змагання, підтримує соціальні ініціативи в самій Росії тощо. Але репутація свідчить про те, що «Газпром» є ще й інструментом політичного та енергетичного шантажу, до якого часто вдається РФ. Іншим прикладом можуть бути і великі західні нафтові корпорації, які фінансують екологічні проєкти, але чия діяльність є шкідливою для середовища проживання людей. Виходячи з того, що імідж і репутація є по-суті функціями корпоративної культури, то варто говорити і про те, що вони можуть виявляти себе і в якості її дисфункцій.

Дисфункція соціальної відповідальності. Для організацій, чия діяльність приносить шкоду все ж не «вимикається» опція декларативної соціальної відповідальності, яка є способом підвищення прибутків або легітимації своєї діяльності через формування позитивного іміджу. Але реальні результати діяльності часто є дисфункціональними та є наслідком пріоритетності корпоративних інтересів над суспільними. Це є характерним для багатьох корпорацій, в тому числі транснаціональних. На практиці це означає, що переслідуючи досягнення ключового капіталістичного принципу (принципу максимізації) організації прагнуть збільшувати прибутки та зменшувати витрати. Прикладів реалізації цієї мети досить багато. Варто також зазначити, що ця дисфункція може мати різні масштаби свого прояву. На локальному рівні вона може стосуватися окремого населеного пункту, регіону чи конкретного суспільства, виявляючись у порушенні трудового законодавства, недотриманні соціальних зобов'язань перед працівниками, використанні робочої сили мігрантів без належного оформлення трудових відносин з ними тощо.

З іншого боку, ця дисфункція може бути фактором закріплення соціальних нерівностей між країнами або в приймаючих країнах. Наприклад, корпорації можуть організовувати свої виробництва у бідних країнах, свідомо орієнтуючись на нерозвиненість трудового, соціального, екологічного законодавства та суттєво меншої вартості робочої сили [7]. В таких обставинах створюються умови для уникнення соціальної відповідальності перед працівниками, зменшення витрат на соціальні гарантії та безпечні умови праці, а також можливість суттєво зменшити витрати на оплату праці, користуючись поганим економічним становищем працівників у бідних країнах.

І хоча корпоративні інвестиції у бідні країни можуть бути фактором зростання середнього доходу місцевого населення, іншим їх результатом також є і зростання нерівності у доходах, коли багаті стають багатшими, а бідні біднішими. Крім того, навіть сприяючи підвищенню рівня життя у приймаючих країнах, корпорації можуть негативно впливати на інші показники якості життя, зокрема, екологічну безпеку [5; 12].

Означені нами дисфункції корпоративної культури, звичайно, не вичерпують усіх аспектів. Втім, головним завданням на даному етапі теоретизування є актуалізація відповідної проблематики соціологічних досліджень.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Отже, в якості висновків варто зазначити, що дослідження соціальних дисфункцій корпоративної культури сьогодні перебуває на початковому етапі. Важливою проблемою залишається подолання менеджеріального редукціонізму, який полягає у виключному розгляді дисфункціональності культури в контексті ринкової ефективності соціальних організацій. Самі ж дисфункції корпоративної культури мають внутрішній вимір та стосуються інтересів та потреб членів організаційних утворень, а також зовнішній вимір, який у свою чергу полягає у співвідношенні корпоративних цілей, інтересів та цінностей із суспільними.

В подальшому розробка проблематики дисфункцій корпоративної культури повинна стосуватись визначення критеріїв дисфункціональності, а також конкретних емпіричних індикаторів, що дасть змогу більш глибоко та ґрунтовно вивчати відповідне явище. Ключовою проблемою для практики соціального управління є узгодження інтересів корпоративних утворень з інтересами та потребами їх членів та суспільними інтересами і потребами.

Список використаної літератури

1. Баранова С., Ковтун О. Педагогічна секта як наукове поняття та соціально-психологічне явище. *Психологія XXI століття: теоретичні та практичні дослідження: зб. наукових праць*. Хмельницький: Вид-во Хмельницького інституту МАУП. 2017. С. 78-83.
2. Безрукова О., Бондаренко О. Корпоративізм та плюралізм в Україні крізь призму якісної методології. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2020, Вип. 86. С. 52-59.
3. Бойцун М. Робітничий рух і національне питання в Україні: 1880-1918. Київ: Rosa Luxemburg-Stiftung. 2020. С. 95.
4. Венгер В. Особливості формування та розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*, 2019. Том 2. № 4.
5. Дерід І. Вплив транснаціональних корпорацій на рівень життя населення приймаючої країни: досвід Китаю. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна*. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». Вип. 8, 2018. С. 126-131.

6. Дмитренко М. Підходи до класифікації типів корпоративної культури. *Вісник Черкаського університету*. 2014. № 31 (324). С. 47.
7. Захарова Л. Умовля ефективнього воздействия государства на теневую економику. Москва: «Прометей», 2011.
8. Кантор Н. Правова антикультура в суспільстві ризику. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Юриспруденція. 2021 № 50. С. 8-11.
9. Ковтун О. Корпоративна культура організації у структурно-функціональному вимірі. Ринок праці та зайнятість населення, 2013. № 4. С. 49-52.
10. Луценко І. Питання класифікації тоталітарних сект та їх значення для протидії злочинності. *Вісник кримінологічної асоціації України*. 2016. № 2 (13). С. 215.
11. Мертон Р. Явніє та латентніє функції. *Socioline*: веб-сайт. URL : <https://socioline.ru/pages/r-merton-uavnyue-i-latentnye-funktsii> (дата звернення: 12.03.2022)
12. Паренті М. Таємниця: як багатство створює бідність у світі. *Commons*: веб-сайт. URL : <https://commons.com.ua/en/tayemnitsya-yak-bagatstvo-stvoryuyue-bidnis/> (дата звернення: 12.03.2022)
13. Соколовський І. Корпоративна репутація у соціологічному вимірі. дис. к.соціол.н.: 22.00.04. / Інститут соціології НАНУ. Київ 2021. С. 75.
14. Тимошенко В.І. Корпоративна держава. *Міжнародна поліцейська енциклопедія*: У 10 т. Київ: Концерн „Видавничий Дім „Ін Юре”, 2003. Т.І. С. 313-314.
15. Туленков М. Рациональність управління в транзитному суспільстві: монографія. Київ: ІПК ДСЗУ. 2006. 305 С.
16. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 336 С.
17. Щедровицкий Г. Избранные труды. Москва: Школа культурной политики, 1995. 800 С.

Berezinets V. V., Kovtun O. S. The social dysfunctions of corporate culture: to posing the problem

The article highlights the social dysfunctions of corporate culture. An attempt has been made to overcome the managerial reductionism of the relevant phenomenon, which consists in considering the dysfunctions of corporate culture exclusively in relation to the market efficiency of economic organizations. It is noted that the concept of corporation includes not only social organizations of economic type, but also others, which are characterized by common interests, values, group identity and other components of corporate culture. The latter is also not unique to certain types of corporate entities.

It is proposed to consider the social functions and dysfunctions of corporate culture due to their antinomy. This approach involves understanding dysfunctions as opposite to the functions in their consequences for the internal and external environment of the social organization.

It was found that the dysfunctions of corporate culture are manifested both in the internal environment of the social organization (related to the interests and needs of their members) and in the external environment (is the relationship of corporate goals, interests and values with public). Dysfunctional consequences of the influence of corporate culture on the internal environment of the organization can be dysfunctional socialization, forced and forcible provision of internal integration, the formation of socially separated communities, professional cretinism and others.

It is proved that the key problem of external dysfunctions of corporate culture is to reconcile the interests of corporate entities with the interests and needs of their members, as well as public interests and needs. Dysfunctionality of corporate culture for the external environment of the organization can manifest itself in a negative impact on government institutions, the promotion of corporate interests against the public.

Prospects for further development of the problems of corporate culture dysfunctions are determined. Further research should focus on defining criteria for dysfunction, as well as developing a system of empirical indicators. This is important not only for a deeper and more thorough study of the phenomenon, but also for the improvement of social management technologies.

Key words: *social functions, social dysfunctions, corporate culture, corporation, corporatism, social organization, corporate state.*