

На правах рукописи

Озаркив Оксана Мирославовна

**ТРАНСФОРМАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
МОРЯКОВ В УСЛОВИЯХ ВКЛЮЧЕННОСТИ В
ПОЛИКУЛЬТУРНЫЕ КОНТЕКСТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

5.4.6 – социология культуры

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Майкоп – 2022

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет»

Научный руководитель: **Яковенко Марина Леонидовна**,
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты: **Максимова Лариса Николаевна**,
доктор социологических наук, профессор кафедры социальных коммуникаций Поволжского института управления имени П.А. Столыпина – филиал РАНХиГС, г. Саратов

Истомина Анна Петровна, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», г. Ставрополь

Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», г. Севастополь

Защита состоится 13 мая 2022 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.267.01 при Адыгейском государственном университете по адресу: 385000, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Адыгейского государственного университета. Текст автореферата размещен на сайтах Адыгейского государственного университета www.adynet.ru и Высшей аттестационной комиссии при Министерстве образования и науки Российской Федерации www.vak.ed.gov.ru

Автореферат разослан « ____ » 2022 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета

Е.С. Куква

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Морская отрасль – значимый элемент народнохозяйственного комплекса России. Современное её состояние определяется Концепцией федеральной целевой программы "Мировой океан" до 2030 года ¹, предполагающей эффективное развитие отрасли внутри страны и влиятельное её вхождение в международное мореплавание. Современные морские корпорации образуют конструктивную среду для утверждения новых отраслевых стандартов, установления инновационных направлений деятельности отрасли, оценивания и апробации жизнеспособности новой стратегии ее развития. Устойчивость развития отрасли в области транспортной и рыбопромысловой деятельности во многом обеспечивается профессиональной подготовкой лиц морских профессий и культурным кодом, транслируемым морской корпоративной культурой, поскольку одна из ключевых функций морских корпораций – функция сохранения культурных паттернов, обеспечение преемственности наработанного корпорацией интеллектуального и культурного опыта.

Корпоративная культура, являясь эффективным механизмом регулирования отрасли, в своих основных показателях определяет степень ее адаптации к изменяющимся условиям, вызванным общими социально-цивилизационными преобразованиями. Назначение её – формировать и сохранять систему базовых ценностей корпорации и обусловленных ими моделей поведения, которые консолидируют усилия всех членов корпорации в стремлении к единой цели, определяя также самоидентификацию каждого из них.

Гражданская корпорация российских моряков имеет богатую историю развития, обусловленную историей развития советского судоходства, когда отечественный флот ходил под своим государственным флагом, а экипажи судов преимущественно комплектовались отечественными морскими специалистами, и наработанными в этот период механизмами управления предприятиями морской торговой и рыбопромышленной отраслей. Данные условия явились основными структурообразующими факторами формирования традиционной национальной концепции корпоративной культуры моряков, которую можно рассматривать как ценный культурный ресурс.

Государственные преобразования 1990-х годов привели к изменениям в российском морехозяйственном комплексе, выразившихся в глобальной диверсификации морской отрасли. Расширились возможности профессиональной самореализации моряков. Значительное их число включено в постоянную или фрагментарную профессиональную деятельность в мультикультурных экипажах не только внутрироссийского, но и международного судоходства.

¹ Концепция федеральной целевой программы "Мировой океан" на 2016 – 2031 годы / [Электронный ресурс]; – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/cuB6yCz4NuetBWLj8EdiqPeUXY2cGuQo.pdf>

Морской рынок труда сегодня представляется как глобализированное поликультурное рабочее пространство, характеризующееся разветвленной системой международных связей, призванных соединить судовладельцев, агентства по найму, работников – претендентов на ту или иную вакансию, и учебные заведения, выпускающие морских специалистов. В новых условиях, когда в морском корпоративном секторе складываются мотивации, поведенческие образцы и нормы, отличные от исторически устоявшихся национальных, российские моряки сталкиваются с недоступными и неизвестными им ранее формами работы и взаимодействия, обусловленными насущными потребностями судоходной индустрии. Адаптация традиционных форм морской деятельности к новым условиям интегрированного международного экономического пространства, отражающая качественные изменения социокультурных процессов, повлекла за собой трансформации в современной российской морской корпоративной культуре.

Изменившиеся контексты профессиональной деятельности моряков являются сегодня отправными условиями развития российской морской корпорации, преобразованием ее устоявшихся норм и правил, которые, однако, не подвергаются предметному изучению. В то же время, данная трансформационная обусловленность актуализирует внедрение новых отраслевых стандартов культуры морской профессии, выдвижение новых требований морского ведомства к культуре профессионального общения, качества исполнения профессиональных обязанностей, общекультурных навыков, составляющих атрибуты квалифицированных морских специалистов.

Актуальность данного исследования определяется необходимостью изучения феномена морской корпоративной культуры, механизмов ее трансформации, происходящей в контексте интеграции морской и рыбопромышленной отрасли России в мировую экономику.

Недостаточная изученность особенностей корпоративной культуры моряков в рамках отечественных и западных организационных теорий, а также недостаточная научная разработанность проблемы взаимодействия духовно-культурных традиций морской корпоративной среды и экономических основ ее существования в условиях поликультурного пространства делает своевременным исследование новейших тенденций формирования корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков. Существует необходимость в теоретическом осмыслении и обобщении механизмов передачи культурно-символического кода в морской профессиональной среде, принятия гражданским сообществом российских моряков новой системы ценностей, традиций и установок, норм социального взаимодействия, транслируемых международной корпоративной культурой. Предметного анализа требует также проявление встречного этнонационального влияния, производимого в

контексте включенности корпорации российских моряков в поликультурное пространство международной профессиональной деятельности.

Актуальность заявленной темы исследования определяется также запросом общества и государства в деле подготовки морских кадров. Оптимизация корпоративных устоев воспитательной работы в профессионально ориентированных вузах делает возможным действенное присвоение студентами и курсантами базовых ценностей, убеждений и профессиональной атрибуции. Постигание ими современной морской корпоративной культуры предполагает успешную профессиональную реализацию морских специалистов в морской транспортной и рыбопромышленной отрасли.

Степень научной разработанности темы. Научное знание располагает значительными теоретическими и практическими наработками, отражающими многогранность направлений изучения феномена корпоративной культуры. Теоретическому обоснованию данного понятия, анализу его сущностных аспектов и проявлений, выявлению специфических черт, типов и моделей в различные периоды развития организационных структур послужили работы зарубежных (К. Камерон, Р. Куинн, Э. Мартин, Р. Моран, У. Оучи, Т. Питерс, Р. Уотермен, Г. Хофстеде, Ф. Харрис, М. Шульц) и отечественных (О.С. Виханский, Э.А. Капитонов, В.Д. Козлов, А.И. Кравченко, А.И. Наумов, В.К. Потемкин, Н.Н. Покровская, И.И. Прокопенко, П.В. Романов, В.А. Спивак) ученых.

Специалисты в области корпоративной культуры изучают данный феномен, применяя различные подходы. В рамках рационально-прагматического подхода, представленного в трудах И. Ансоффа, М. Армстронга, Д. Джаффи, А.И. Наумова, Т. Питерса, А.И. Пригожина, В.В. Томилова, Р. Уотермена, Э. Шейна, А. Фурнхама, М. Элвессона, культура, формирующаяся в корпорации, рассматривается как один из управляемых элементов ее организационной структуры. В русле интерпретативного подхода корпоративную культуру исследуют К. Гирц, Э. Глендон, Г. Джонсон, М. Луи, Д. Мартин, Д. Мейерсон, С. Мишон, Г. Морган, М.Х. Пакановский, А. Петтигрю, С. Роббинс, В. Сате, Л. Смирсич, Н. Стентон, Н. Х.Тружиллио, С.В. Щербина, К. Шольц, П. Штерн, которая в их работах трактуется как самостоятельное устойчивое явление, опосредованное процессами восприятия и интерпретации ситуации. В основе структурно-функционального подхода к изучению культуры организации, в рамках которого работали Р. Дафт, Э. Уоринг, Ч. Хэнди и др., лежит доминирование идеи о том, что организации характеризуются стабильными, функционально обусловленными культурами, способствующими созданию единства внутри организации, необходимого для достижения общих организационных целей. В исследованиях корпоративной культуры, основанных на семиотическом подходе, представленных работами С. Барли, А. Ван Манена, М. Розена, Э. Уилкинза, последняя рассматривается посредством выявления внешних атрибутивных качеств организации.

Установлением определяющих характеристик и уровней проявления корпоративных и организационных культур, эволюцией их форм, вопросами типологизации и классификации с 80-х годов прошлого века занимаются такие зарубежные исследователи как Т. Дил, Р. Дишпанд, М. Джевиден, К. Камерон, А. Кеннеди, Г. Морган, Р. Рюттингер, Л. Смирчич, Х. Трайс, И. Уоллах, Д. Фарли, С. Фриман, Р. Харизало, Ф. Харрис, Ч. Хэнди Р. Хаус, Э. Шейн, С. Шварц и др.

Работы таких авторов как Р. Гестеленд, У. Оучи, Ф. Тромпенарс, Ч. Хэмпдэн-Тернер, И. Холл, Г. Хофстеде, П. Уильямс посвящены аспектам влияния национальных культурных сообществ на организационное поведение.

В связи с преобразованием российской экономики в последние два десятилетия наблюдается усиление интереса к вопросам культуры труда, что вызвало к жизни значительное увеличение числа публикаций данной тематики, а изучение корпоративной культуры стало динамично развивающейся отраслью современной отечественной социогуманитарной науки.

Исследованиям проблем формирования и трансформации корпоративной культуры, выявлению ее типов посвящены работы Э.А. Капитонова, В.М. Львова, М.И. Магуры, М.А. Макеева, Т.О. Соломандиной, В.А. Спивака, В.В. Томилова, Ж.Т. Тощенко, Е.В. Чернец, Е.А. Черных и др.

Научные разработки И.В. Грошева, О.Ю. Исопескуль, В.Д. Козлова, Р.Т. Кричевского, Т.Н. Персиковой, В.А. Погребняка, В.А. Спивака, А.В. Шакуровой посвящены анализу определений корпоративной культуры.

В качестве инструмента управления персоналом корпоративная и организационная культура рассматриваются Т.Ю. Базаровым, А.О. Блиновым, О.В. Василевской, О.С. Виханским, Г.Н. Гайдуковой, М.А. Ганулич, М.Е. Ивановой, О.С. Ильиной, Н.Н. Калмыковым, А.Д. Леонард, М.А. Макаренченко, А.И. Наумовым, О.В. Петровой, В.И. Подлесных, Т.О. Соломандиной, В.В. Томиловым.

Работы Е.А. Бекелевой, К.Ю. Битулиной, А.М. Логвинова, Д.Д. Невирко, В.Г. Немировского, С.С. Фролова, Д.Б. Шевченко направлены на выявление потенциала корпоративной культуры в процессах становления организации как единого культурного пространства.

Научный интерес А.И. Агеева, М.А. Грачева, С.В. Щербины направлен на изучение взаимовлияния организационной культуры и социокультурных факторов предпринимательства. Е.Ю. Бикметов, Г.Ф. Кунгурцева изучают коммуникативные модели организации в контексте управленческой деятельности.

Значимыми представляются научные труды по изучению корпоративной культуры на основе профессиональной коммуникации (И.С. Антоновой, Е.В. Вагановой, Е.И. Голованова, М.А. Грачева, А.А. Елистратова, Г.В. Кубиц, Е.В. Лукашевич, И.Ю. Марковиной,

А.А. Селютина, Е.В. Харченко, Е.В. Чернец, Л.А. Шкатовой); работы отечественных лингвистов по проблемам профессионального социолекта (Е.Н. Гуц, А.А. Елистратова, Т.И. Ерофеевой, В.П. Коровушкина).

Корпоративная культура в аспекте принадлежности к определенной профессиональной среде изучается в трудах Е.В. Вилисовой, Т.Н. Герасимовой, Т.В. Зверевой, В.С. Елистратова, Л.П. Иноземцевой, Н.Н. Калмыкова, И.М. Модель, А.А. Селютина, Н.С. Субочева, А.С. Франца, А.П. Ханевич, В.В. Царицынского.

Корпоративная культура моряков, как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях является малоизученной областью научного знания, не получившей на сегодняшний день целостного и системного анализа. В отечественных изысканиях данное направление представлено отдельными публикациями. Так, проблемы совершенствования культуры безопасности мореплавания, повышения уровня профессионализма морских кадров поднимаются в научных трудах С.О. Барышникова, Н.Н. Григорьева, И.А. Костыря, Д.Б. Сигаева, А.Л. Степанова; вопросы постижения корпоративной культуры моряков в процессе профессиональной деятельности исследуются в работах М.Л. Яковенко; аспекты интеграции морехозяйственной и территориально-хозяйственной деятельности в систему «Берег-Море» проанализированы в научных статьях М.В. Драчевой, В.А. Чигрина; процессы корпоративной интеграции в морской отрасли изучаются Г.А. Чилимовой, Л.Г. Татьяниной). Выявлению социально-психологических особенностей морских экипажей посвящены работы О.А. Истоминой, проблемы социальной адаптации в условиях работы в море освещаются В.Б. Шарлай. Вопросам исследования лексики военных моряков посвящены работы А.П. Аверина В.В. Богородского, В.В. Введенского, Н.А. Каланова, В.П. Коровушкина, М.И. Орловой, М.И. Солнышкиной.

Приоритетными для большинства западных исследований являются вопросы безопасности профессиональной деятельности моряков и некоторые аспекты взаимодействия в мультикультурных экипажах. В данных работах основное внимание уделяется следующим темам: формированию стандартов культуры безопасности международного мореплавания (Д. Лаппалайнен, М. Пруголаки, К. Сальми, Х. Ханнинен и др.), влиянию национальных культур на общую морскую корпоративную культуру (А. Ала-Пёллянен, С. Лу, Т. Ченг); проблемам коммуникации и языковых навыков, необходимости в обучении моряков культурным различиям (А. Семпсон, Я. Хок, М. Чжао) дискриминации и расизму, специфике управления экипажем (Ф. Кнудсен, Л. Фогальд, М. Мануэль, М. Пруголаки, И. Теотокас).

Узконаправленность и несистематичность вышеперечисленных исследований свидетельствуют о том, что интерес ученых касается лишь отдельных аспектов становления и функционирования корпоративной культуры моряков, в то время как целостный образ морской корпоративной культуры, формирующийся в условиях изменения социокультурных контекстов, остается малоизученным.

Объектом настоящего исследования является морская корпоративная культура.

Предметом исследования – современные трансформации корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков.

Цель диссертационного исследования – выявить специфику становления современной корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков в условиях включенности в поликультурные контексты профессиональной деятельности.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1. Проанализировать концепции корпоративной культуры, представленные в теоретических разработках отечественных и зарубежных авторов.

2. Рассмотреть направления исследования морской корпоративной культуры в современных теоретико-прикладных изысканиях.

3. Типологизировать факторы, определяющие формирование и развитие корпоративной культуры моряков.

4. Осуществить диагностику морской корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков посредством методологии качественных исследований.

5. Проанализировать структурные элементы морской корпоративной культуры и выявить сущностные черты, репродуцирующие образ трансформирующейся корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков в современных социокультурных реалиях.

6. Определить специфику трансляции морской корпоративной культуры в профессионально ориентированном вузе.

Выдвигаются следующие **гипотезы исследования**:

Корпоративная культура моряков в современном российском обществе претерпевает ряд трансформаций, обусловленных изменением экономической и политической структуры государства, активным вхождением российского рыболовецкого и торгового флотов в международное профессиональное пространство. Сохраняя единство и целостность профессионального сообщества, она является механизмом воспроизведения социального опыта, способствующим адаптации российских моряков в поликультурной социальной среде отечественного и международного мореплавания.

Доминирующими элементами, определяющими формирование корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков в сложившихся социокультурных условиях, являются система ценностных ориентаций лиц морских профессий, знаково-символьная составляющая культурного кода морской профессии, особенности межкультурной и внутринациональной коммуникации, в том числе использование социолекта.

Вместе с тем, можно предположить, что в гражданском сообществе российских моряков происходит размывание понятия «морская

корпоративная культура», обусловленное вовлеченностью российских морских специалистов в международные рабочие практики, осуществляемые в неоднородной поликультурной среде.

Профессионально ориентированные вузы осуществляют трансляцию морской корпоративной культуры и формирование новой идентичности гражданского сообщества российских моряков внутри собственной корпорации, поскольку современный вуз вследствие ослабления института наставничества в морской профессии является институциональной системой передачи и принятия культурного контента.

Научная новизна результатов исследования состоит в следующем:

1. Осуществлен анализ отечественных и зарубежных концепций корпоративной культуры, демонстрирующий перманентные преобразования рассматриваемого социального явления, отсутствие его теоретической определенности, в связи с чем уточнено содержание понятия «корпоративная культура»; автором представлено рабочее определение данного понятия.

2. Рассмотрены направления исследований морской корпоративной культуры в современных теоретико-прикладных изысканиях, определена степень научной изученности морской корпоративной культуры. Автором концептуализировано, дефиницировано и впервые введено в научный оборот понятие «корпоративная культура моряков». Сообразуясь с научно-практическим использованием, предложено рассматривать как однопорядковые понятия «корпоративная культура моряков», «морская корпоративная культура», «корпоративная культура лиц морских профессий».

3. Подвержены анализу, типологизированы и рассмотрены комплексно факторы, определяющие формирование корпоративной культуры морской гражданской службы. К экзогенным факторам отнесены социальные условия, политико-правовой и экономический контекст осуществления морской деятельности Российской Федерации. В числе выделенных эндогенных факторов – кадровая политика, конструирование морской корпоративной идентичности, тип культуры, тип управления, образцы поведения персонала.

4. Своеобразие феномена корпоративной культуры моряков предопределило использование качественной методологии ее исследования. На основании корректно идентифицированных сущностных характеристик морской корпоративной культуры средствами комплекса качественных методов получены эмпирические данные, позволившие воссоздать образ трансформирующейся морской корпоративной культуры. Применена авторская методика визуализации данных, полученных посредством качественной методологии.

5. Выявлены структурные элементы морской корпоративной культуры, являющиеся механизмом взаимодействия ментальных, атрибутивных и профессиональных характеристик, имеющих тенденцию к устойчивости и универсальности. Выделены сущностные черты трансформирующейся морской корпоративной культуры гражданского сообщества российских

моряков, к которым отнесены социальные нормы, установки, ценности, традиции, атрибуты, процессы интеракций и стереотипы социального поведения, поддерживаемые и воспроизводимые каждым моряком внутри и вне корпорации.

6. Определена специфика процессов передачи морской корпоративной культуры в вузах профессионально ориентированной направленности. Выявлено, что трансляция образцов корпоративной культуры в данных вузах является естественным процессом, поскольку определяется внутренней культурой учебного заведения, аккумулирующей культурное наследие морской корпорации.

Теоретическая значимость диссертации состоит в получении новых и приращении имеющихся знаний в тех разделах социологической науки, которые связаны с изучением феномена корпоративной культуры, морской корпоративной культуры, а также с изучением профессионального сообщества моряков, пребывающем в динамично изменяющемся социокультурном пространстве. Предложенный в исследовании понятийный аппарат научного анализа корпоративной культуры моряков охватывает широкий спектр междисциплинарных зон и позволяет использовать его для анализа предметного поля корпоративной культуры в социогуманитарных науках.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования состоит в возможности использования полученных результатов и выводов: 1) в дальнейшей разработке направления исследования морской корпоративной культуры и корпоративной культуры иных профессиональных сообществ; 2) в проектной деятельности при разработке перспективных государственных и региональных программ социально-экономического развития; 3) в образовательной деятельности: в содержании курсов «Социология профессий», «Социология морских профессий», «Социология моря», «Социальная работа в морской и рыбохозяйственной отраслях», «История мореплавания» и др.; 4) в практической деятельности профессионально ориентированных вузов для выработки профессиональных знаний и навыков обучающихся и приобщении их к идее корпоративного взаимодействия.

Соответствие темы диссертации требованиям паспорта специальностей ВАК РФ. Соответствует паспорту специальностей ВАК РФ 22.00.06 – социология культуры п. 6. Социальная динамика культуры. Социальные механизмы преемственности и инноваций в культуре, п. 11. Культурная коммуникация, п. 17. Образование и процесс культурного воспроизводства, п. 23. Культура организации и культурный менеджмент.

Методология и методы исследования.

Теоретико-методологические основания исследования определены проблемным полем изучения трансформации морской корпоративной культуры в современных социокультурных контекстах. Особенностью исследования является принцип методологического плюрализма, объединяющий ряд теоретико-методологических подходов, в числе которых

рационально-прагматический, структурно-функциональный, дискурсивный интерпретативный и аксиологический. Данный методологический комплекс обеспечивает целостность осмысления морской корпоративной культуры как полиаспектного явления.

Автор опирается на концептуальные разработки Э.А. Капитонова, Д. Маколи, Г. Моргана, У. Оучи, Л. Смирнич и др., рассматривающих корпоративную культуру в пределах исторически обусловленных парадигмальных полей. В основу изучения корпоративной культуры положены: теория культурных измерений Г. Хофстеде; типология моделей организационных культур Э. Шейна; интерпретативная теория культур К. Гирца; методология исследования корпоративной культуры Н.Н. Покровской, В.К. Потемкина, В.А. Спивака, исследование профессиональной культуры Л.Н. Максимовой, В.А. Мансурова, И.М. Моделя.

Существенное значение для создания методологической базы обоснованного в диссертационном исследовании комплекса подходов к изучению специфических черт корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков представляют научные труды отечественных исследователей (К.В. Битюцких, А.А. Елистратова, Е.В. Чернец, Е.В. Харченко). В работе также используются труды лингвистов, посвященные проблемам лингвокультурных образов (Ю.Н. Караулова, В.А. Масловой), социолекта (Д.С. Лихачева), межкультурной коммуникации (Т.Н. Персиковой).

В работе применяется ряд общенаучных методов, среди которых ключевое значение имеют: анализ и синтез, индукция и дедукция, компаративный, типологический.

Эмпирическую базу диссертационного исследования составили результаты социологических изысканий, проведенных автором в период 2015–2019 годов, а также материалы вторичного анализа результатов прикладных исследований отечественных и зарубежных ученых, отраженные в материалах научно-практических конференций, монографиях, статьях и публикациях, других документах и материалах, связанных с проблемой исследования.

В работе использован комплекс качественных методов (полуструктурированное интервью, биографический, экспертный опрос, фокусированное интервью, включенное наблюдение), которые позволили выявить специфику становления современной корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков.

В частности, были проведены следующие социологические исследования:

1. «Корпоративная культура гражданского сообщества российских моряков: своеобразие формирования» (О.М. Озаркив, лично, 2016 – 2019 гг.). Применены автобиографический метод и метод полуструктурированного интервью (N = 34 чел.).

2. «Специфика формирования профессиональной корпорации российских моряков» (О.М. Озаркив, лично, 2017 г.) Применен метод группового фокусированного интервью (6 фокус-групп, N = 49 чел.).

3. «Становление корпоративной культуры курсантов 4-5 курсов ФГБОУ ВО «КГМТУ»», проведенное в ФГБОУ ВО «КГМТУ» в ноябре 2016 г. (руков. М.Л. Яковенко, О.М. Озаркив). Применен метод группового фокусированного интервью (6 фокус-групп, N = 71 чел.).

4. «Актуальные проблемы повышения уровня профессионализма морских кадров», (О.М. Озаркив, лично, 2016 г.). Использован метод экспертного интервью. Опрошено 7 экспертов – представителей административного корпуса ФГБОУ ВО «КГМТУ».

5. Включенное наблюдение исследователя в процесс усвоения курсантами корпоративной культуры моряков в контексте образовательно-воспитательной деятельности профессионально ориентированного вуза (2016–2021 гг.)

Источниковую базу диссертационного исследования составляют соответствующие положения международных договоров РФ, внутренних нормативных правовых актов РФ: Концепция развития рыбного хозяйства Российской Федерации на период до 2020 г., Концепция федеральной целевой программы «Мировой океан» на 2016 – 2031 гг., Морская доктрина Российской Федерации на период до 2020 г., Федеральная целевая программа «Мировой океан», поправки к Федеральному Закону «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов» от 03.07.2016 г. В работе используются отечественные и зарубежные статистические данные по проблеме исследования, материалы научно-практических конференций, публикации в СМИ, проблематика которых связана с феноменом морской корпоративной культуры. Вышеперечисленные материалы исследованы методами контент-анализа научных текстов, анализа статистических данных и вторичного анализа результатов исследования.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. В современных научных исследованиях отечественных и западных специалистов широко представлено, но не унифицировано понятие «корпоративная культура», которое часто соотносится и используется как взаимозаменяемое с понятием «организационная культура». На основании интегративного подхода, предложенного автором, уточнено содержание понятия «корпоративная культура», которое рассматривается как более широкое, определяющее по отношению к сопряженным с ним понятиям «организационная культура» и «профессиональная культура», на базе чего сформулировано его рабочее определение. Под корпоративной культурой нами понимается сложившийся в процессе жизнедеятельности корпорации механизм взаимодействия ментальных, атрибутивных и профессиональных характеристик, имеющих тенденцию к устойчивости и универсализации. Данная дефиниция является основанием изучения понятия «корпоративная

культура» в аспекте профессиональной деятельности лиц морских профессий.

2. Направления изучения корпоративной культуры моряков в современных научных изысканиях представлены рядом несистематичных исследований прикладного характера, преобладающими среди которых являются исследования в области непосредственной профессиональной деятельности (культура безопасности, проблемы профессионализма и профессиональной реализации морских кадров). В контексте изучения морской корпоративной культуры западных специалистов актуализированы парадигмы мультикультурализма и социокультурной адаптации. Отечественные исследования сфокусированы преимущественно в области правового регулирования трудовых отношений моряков, социально-психологических особенностей морских экипажей, профессионального языка моряков и формирования профессиональных навыков моряков. Узкая направленность данных исследований и наличие в теоретико-прикладном использовании тождественных по смыслу понятий, таких как «морская корпоративная культура», «корпоративная культура лиц морских профессий» вызвали необходимость концептуализации и дефиницирования понятия «корпоративная культура моряков». Автор определяет морскую корпоративную культуру как совокупность разделяемых и поддерживаемых каждым моряком как внутри, так и вне корпорации социальных ценностей, норм, традиций, атрибутов, процессов интеракций и стереотипов социального поведения.

3. Динамичность развития морской корпоративной культуры и ее социокультурная полиаспектность предполагает комплексное рассмотрение данного феномена, с учетом факторов внешнего и внутреннего порядка. Так, экзогенные факторы (политическая и экономическая ситуация, законодательные акты, государственные установки, конкуренция на рынке, социальные связи) определяют процессы адаптации морской корпорации в контексте трансформирующейся внешней среды. Совокупностью эндогенных факторов опосредованы интегративные процессы в организационной структуре морской корпорации. Выявлено, что внутренняя жизнедеятельность морской корпорации определяется кадровой политикой, процессами идентификации и самоидентификации, интегрированной моделью управления командного состава и стереотипами поведения персонала, обусловленными традициями патриархальной подчиненности и иерархии.

4. Эволюция корпоративной культуры моряков предполагает использование комплекса методов качественной методологии, способствующих глубинному изучению данного феномена. Избранные методы дополняют друг друга в аспекте выявления содержания компонентов морской корпоративной культуры. Формат полуструктурированного интервью способствует повышению достоверности хода исследования, охватывая весь спектр характеристик состояния морской корпоративной

культуры, как-то: дистантность власти, формальная и неформальная внутрикорпоративная коммуникация, увеличение количества контролирующих организаций, вопросы преемственности и др. Применение метода фокусированного интервью инициирует коллективное мышление респондентов в аспекте воспроизведения их индивидуального опыта для выявления актуальных ценностных ориентаций в современной морской профессиональной среде. Метод автобиографии позволяет проследить эволюцию отечественной морской корпоративной культуры на современном этапе ее исторического развития. Методом экспертного интервью уточняются механизмы передачи образцов морской корпоративной культуры в вузе профессионально ориентированной направленности. Методом включенного наблюдения осуществляется идентификация моряков как представителей профессиональной субкультуры. Авторская методика визуализации данных была предложена для систематизации и конкретизации эмпирического материала, полученного в ходе исследования, выполненного качественными методами.

5. Корпоративная культура гражданского сообщества российских моряков представляет собой систему взаимосвязанных элементов, проявляющихся в моделях ценностных ориентаций, норм поведения, стереотипах восприятия профессиональной группы. Внешний пласт морской корпоративной культуры образует знаково-символьная составляющая, включающая артефакты, морскую профессиональную символику, ритуальные и церемониальные действия, морские традиции, коммуникативные акты, а также систему языковых знаков, посредством которых осуществляется экспликация специфических черт морской корпоративной культуры.

Характер конгруэнтности корпоративных и личных ценностей продемонстрировал, что представления гражданских моряков о корпоративной культуре соотносятся с системой корпоративных ценностей, традиций и регламентаций, сложившейся в процессе культурно-исторического развития морской профессии. Определяющее значение имеют не формальные правила и нормы, а чувство коллегиальной ответственности за конечный результат деятельности. Парадигма ценностей морской профессии сконцентрирована в идее командного духа, морского братства, которая представляется объединяющим началом. Доминирующими ценностями в морской профессии являются дисциплина, профессионализм, ответственность, умение работать в команде, строгий организационный порядок, надежность и доверие.

Современная корпоративная культура моряков идентифицируется как культура гибридного типа, сочетающая признаки иерархического и кланового типа культуры. Выявлено, что доминирование черт иерархического типа, проявляющееся в увеличении уровня бюрократизма в современных организационных морских практиках, не соответствует исторически

обусловленным патриархально-клановым традициям морской корпоративной культуры.

Происходит размывание понятия «корпоративное сообщество моряков», обусловленное вовлеченностью российских морских специалистов в международные рабочие практики, предполагающие многонациональную культурную среду.

Профессиональная идентичность гражданского сообщества российских моряков в поликультурных контекстах конструируется под влиянием национальной культуры, особенности которой определяют характер их профессиональной самоидентификации. Вместе с тем, инкорпорирование национальных ценностей российских моряков в систему общих ценностей международного мореплавания обуславливает формирование новой коллективной профессиональной идентичности моряков и преобразование международной морской корпорации.

Анализ морской корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков в актуальных условиях бытования позволяет рассматривать ее как интегративную, объединяющую международные и национальные традиции, с выраженным доминированием формальных институтов над неформальными.

Трансформационные тенденции, вызванные включенностью российского морского сообщества в международные поликультурные контексты, обнаруживается в следующих чертах: а) нарастании дистантности иерархических структур; б) преобладании формальной внутрикорпоративной коммуникации; в) эволюции типа лидерства; г) обогащение этнокультурного многообразия ценностных систем; д) деструкции традиционных механизмов преемственности; е) формализация морских традиций, обычаев, символично-ритуальных практик; рутинизации их этико-эмоциональной значимости; ж) уменьшении частотности использования морского социолекта; з) культивирование корпоративного духа во внутрироссийском и ослабление в международном мореплавании.

6. Процессы трансляции морской корпоративной культуры в профессионально ориентированном вузе опосредованы его собственной корпоративной культурой. Постигание курсантами ее основ рассматривается как процесс аккультурации новых членов корпорации. Это выражается в осознании будущими моряками корпоративной идеологии морского ведомства, принятии корпоративных интересов и стандартов поведения в повседневной деятельности, идентификации себя в качестве носителей корпоративных ценностей.

Основы межкультурного взаимодействия курсантов закладываются в процессе обучения в поликультурной среде академической группы. Эффективным инструментарием передачи знаний, навыков, культурных установок морского профессионального сообщества является практическая подготовка курсантов, осуществляемая на борту учебных парусных судов. На поддержание визуальной корпоративной идентичности, обеспечивающей

узнаваемость бренда, направлена педагогическая стратегия, заложенная в концепции воспитательной работы вуза. Морские атрибуты, знаки и символы как элементы визуализации морской корпоративной культуры формируют у курсантов определенные нормы, ценности, установки, востребованные в морской профессии.

Степень достоверности и апробация результатов исследования.

Отдельные выводы и положения диссертации обсуждались на методологическом семинаре кафедры общественных наук и социальной работы ФГБОУ ВО «КГМТУ», научно-практических конференциях Международного, Всероссийского и межвузовского уровней (III, IV Международных научно-практических конференциях «Морская отрасль в контексте социальных процессов: технологии, риски, ценности» (29 – 30 мая 2015 г., 18 апреля 2018 г. Керчь); Всероссийской научной конференции Фонда науки и образования «Юг России: проблемы формирования общероссийской идентичности и национальной политики» (октябрь – ноябрь 2016 г. Ростов/н/Дону); Региональной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и сотрудников КГМТУ «Морские технологии: проблемы решения – 2017» (26 апреля 2017 г. Керчь); Региональной конференции «Практическая подготовка в морском образовании» (16 – 17 ноября 2017 г. Керчь); Национальной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и сотрудников КГМТУ «Морские технологии: проблемы решения – 2018» (16-27 апреля 2018 г. Керчь); Первом Крымском социологическом форуме «Состояние и проблемы социокультурной интеграции Крыма в Россию» (27 – 29 мая 2018 г. Симферополь); XXII Международной конференции «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», посвящённая памяти профессора Л.Н. Когана (21 – 23 марта 2019 г. Екатеринбург). Департамент политологии и социологии Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина; Международной научно-практической конференции «Позитивный потенциал ислама как фактор этносоциальной консолидации России» в рамках гранта НШ-6738.2018.6. (23 – 25 мая 2019 г. Майкоп); II Национальной научно-практической конференции «Актуальные проблемы социально-экономического развития общества» (20 февраля 2020 г. Феодосия), II Национальной научно-практической конференции «Современные тенденции практической подготовки в морском образовании» (20-21 ноября 2020 г. Керчь), Национальной научно-практической конференции «Морские технологии: проблемы и решения – 2021», 20 апреля 2021 г., Керчь, а также отражены в пяти публикациях в журналах, относящихся к рекомендованным Высшей аттестационной комиссией (ВАК), в научном издании, входящем в реферативную базу Scopus.

Материалы эмпирических исследований, проведенных в рамках данной работы, использовались автором в коллективной монографии

«Морская и рыбохозяйственная отрасли: от выбора профессии до профессиональной реализации»; ФГБОУ ВО «КГМТУ», Керчь, 2018 г.

Результаты исследования были положены в основу концепции воспитательной работы курсантов ФГБОУ ВО «КГМТУ».

Диссертационная работа обсуждена и рекомендована к защите на расширенном заседании кафедры общественных наук и социальной работы ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет».

Структура диссертации. В соответствии с последовательностью решения поставленных задач работа состоит введения, двух глав, включающих семь параграфов, заключения, списка литературы, а также приложений (стенограмм полуструктурированных, фокусированных, экспертных интервью). Список использованных источников включает 314 наименований, из которых 198 – зарубежные источники.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, даётся характеристика состояния научной разработанности темы, определяется объект и предмет исследования, цель и задачи, раскрываются теоретико-методологические основы и определяются положения, выносимые на защиту, формулируется научная новизна, освещается теоретическая и практическая значимость исследования.

Первая глава «Теоретико-методологические основания исследования феномена морской корпоративной культуры» посвящена рассмотрению основных подходов к изучению феномена корпоративной культуры в целом и корпоративной культуры моряков в частности. Проанализированы базовые категории и понятия исследования, а также их соотношения и проблемные зоны, позволяющие концептуализировать и дефиницировать понятие «морская корпоративная культура», даны уточнения и авторские определения операциональных понятий исследования.

В первом параграфе первой главы «Основные теоретические подходы к изучению феномена корпоративной культуры» рассматриваются наиболее востребованные в междисциплинарном знании теоретико-методологические подходы к изучению корпоративной культуры: прагматический (рационально-прагматический), интерпретативный, структурно-функциональный, дискурсивный. Автор анализирует исследования отечественных и зарубежных специалистов в области корпоративной культуры, придерживаясь гносеологического плюрализма, подразумевающего разнообразие методологических подходов и открытость новым методам во взглядах на изучение данного феномена.

В этой связи актуализируется применение комплекса наиболее востребованных подходов, включающего в себя широкий спектр инструментов диагностики и описания корпоративной культуры.

Прагматический (рационально-прагматический), сущностью которого является ориентация на управление культурой, используется, в большей степени, в западных исследованиях корпоративной культуры (И. Ансофф, М. Армстронг, Э. Браун, Б. Гунтер, Т. Питерс, Э. Шейн, К. Шольц, А. Фурнхам). В рамках данного подхода культура корпорации рассматривается как экономико-управленческий ресурс, подверженный манипулированию. В научных изысканиях отечественных ученых (И. Воронин, М. Козлов, Э. Капитонов, М. Макаренко, Н. Покровская) обнаруживается значительное влияние идей западных авторов. Вместе с тем, выделяется специфика формирования культуры российских корпораций и организаций как модели культуры труда.

Интерпретативный подход основывается на утверждении о том, что культура любой компании – это уникальное явление, возникающее естественным путем и способное к саморегуляции. Такой подход можно обнаружить в работах Э. Глендон, Г. Джонсон, Л. Смирчич, Н. Стентон, А. Петтигрю, М. Луи, С. Роббинса, К. Шольца и др. Авторы, приверженцы данной парадигмы, исходят из идеи о том, что корпоративная культура служит тем контекстом, в котором члены корпорации «интерпретируют свою коллективную идентичность, убеждения и поведение» (Э. Глендон)².

Заслуживает внимание точка зрения отечественного исследователя С. Щербины, рассматривающего феномен культуры как совокупность индивидуальных интерпретаций и осознаний. В его классификации такой подход выделяется как феноменологический.

Посредством структурно-функционального подхода к изучению культуры организации утверждается идея о том, что организации характеризуются стабильными, функционально обусловленными, ясными для осознания культурами, способствующими созданию единства внутри организации, необходимого для достижения общих организационных целей (Р. Дафт, К. Хомбург, М. Хэтч, Ч. Хэнди, К. Пфлессер, Э. Уоринг и др.). Данный подход фокусируется на взаимосвязи концепции корпоративной культуры с другими составляющими теории организаций, такими как организационная структура, идеология, политика организации. Культура организации, согласно теории структурного функционализма, «встроена в организацию как подсистема» (Д. Маккой)³, и ее целью является развитие организационных целей и ценностей, определяемых руководством.

Как перспективное направление в исследовании корпоративной культуры предложено рассматривать дискурсивный подход, применение которого позволяет изучить культуру труда с позиции внутрикорпоративных коммуникаций и тем самым привнести новые аспекты в теорию и практику корпоративной культуры. Истоки дискурсивного подхода следует искать в

² Glendon, A. Perspectives on safety culture. / A. Glendon, N. Stanton // Safety Science. – 2000. – Vol. 34. – P. 194.

³ McAuley, J. Organization Theory: Challenges and Perspectives / J. McAuley, J. Duberley, P. Johnson. – England: Pearson Education Ltd, 2007. – P. 92.

работах в зарубежных (Н.О. Доннел-Тружиллио, Г. Моргана У. Оучи, Л. Смирсич (Л. Смирсич), и отечественных (А. Блинова, О. Василевской, М. Пакиновского) исследователей, трактующих корпоративную культуру как «смысловую систему», состоящую из специфических знаков и символов, в том числе и языковых.

Данные парадигмы представлены определяющими в контексте выявления основных признаков той или иной корпоративной культуры, потенциала оценивания корпоративной культуры с помощью определенного инструментария, возможности изменения ее качества в целях повышения эффективности работы организации.

Таким образом, автор заключает, что в современном социологическом знании отсутствует единый теоретико-методологический подход к исследованию феномена корпоративной культуры. Отмечается, что изучение сложного и многоаспектного явления корпоративной культуры в пределах одной парадигмы обнаруживает некоторую методологическую ограниченность, поскольку в фокусе внимания исследователей находятся лишь отдельные аспекты данного феномена.

Во втором параграфе первой главы «Формирование содержания понятия «корпоративная культура» в контексте современных исследований» прослеживается процесс формирования содержания понятия «корпоративная культура» в контексте современных теоретико-прикладных исследований. Рассматриваются междисциплинарные аспекты концептуализации понятия «корпоративная культура», освещаются вопросы изучения типов и моделей корпоративной культуры в зарубежных научных исследованиях.

Автор обращает внимание на то, что теоретические основы понятия «корпоративная культура» начали разрабатываться одновременно с накоплением эмпирического материала. Исследователи-практики (У. Уайт, Т. Ролен, А. Ван Манен, Э. Уилкинз, Н. Трайс и И. Бийер, С. Барли и др.), описывая историю успешных организаций и корпораций, подчеркивали важность общих ценностей и убеждений и их влияние на поведение членов организации. В их работах прослеживается заинтересованность в управлении корпоративной культурой, стремление найти способы коррекции и изменения ее элементов с целью удовлетворения потребностей организаций и корпораций.

Академические исследования корпоративной культуры Ч. Барнарда, Т. Дила, К. Камерона, Р. Куинна, А. Кеннеди, Д. Мартина, У. Оучи, Л. Смирсич, Э. Шейна и др. ориентированы на понимание феномена культуры и характеризуются стремлением концептуализировать и структурировать устойчивые наборы базовых смыслов и значений, проявляющихся в организациях и корпорациях.

Автор анализирует концепции корпоративной культуры, ставшей в современной социологической теории дискуссионным понятием, которое рассматривается исследователями как совокупность интересов, ценностей,

убеждений, норм, «общего понимания идентичности и миссии организации» (Д. Маккой)⁴.

Утверждается, что, несмотря на множественность толкований понятия «корпоративная культура» и подходов к ее теоретическому осмыслению, в науке выработан ряд положений, раскрывающих главные особенности данного явления. Исследователи корпоративной культуры (М. Джелинек, Т. Дил, Э. Кеннеди, П. Кроуди, К. Кунда, С. Линстид, Д. Мартин, У. Оучи, Л. Смирчич, М. Паркер, Т. Питерс, Р. Хирш, Г. Хофстеде, М. Элвессон, П. Энтони, Р. Уотермен) предлагают многоуровневую структуру постижения сущности культуры корпораций: уровень проявленных атрибутивных качеств (модели поведения, физическая и социальная среда, письменная и разговорная форма бытования языка, используемого профессиональной группой) и глубинный уровень скрытой от внешнего восприятия сложной композиции базовых предположений (представлений и ценностей), не подлежащих формулировке.

Анализируя процессы генезиса категории «организационная культура» в контексте западных исследований, автор приходит к выводу, что в многочисленных работах по данной проблематике термины «корпоративная культура» и «организационная культура» используются как взаимозаменяемые. В диссертации отмечается, что ряд отечественных исследователей (О.С. Виханский, Л.В. Иванова, Л.В. Карташова, Р.А. Кричевский, Л.В. Карташова, Е.Д. Малинин, О.Г. Тихомирова, В.В. Томилов, Е.В. Чернец), согласно западной традиции, определяют корпоративную и организационную культуры как тождественные понятия. В то же время, ряд исследователей предлагают критерии, на основании которых производится разграничение данных понятий (Ж.Г. Тощенко, Н.Н. Могутнова, И.Н. Воронин, М.Ю. Козлов, Ю.Д. Красовский, Э.А. Капитонов, И.В. Грошев и др.).

В отдельных случаях корпоративная культура рассматривается как профессиональная (А.А. Анплеев, Н. Ашканзи, Е.В. Вилисова, Т.Н. Герасимова, Т.В. Зверева, В.С. Елистратов, Л.П. Иноземцева, Е.В. Чернец, Е.В. Харченко).

Позиция автора заключается в том, что корпоративная культура является родовым понятием, объединяющим организационную и профессиональную культуры. С точки зрения соотношения этих понятий в представленной работе корпоративная культура рассматривается как продукт конструктивного взаимодействия различных типов культур: корпоративной культуры организации (организационной культуры) и корпоративной культуры профессионала (профессиональной культуры).

В работе рассматривается ряд типологий корпоративных культур, представленных в исследованиях И. Уоллаха, Дж. Мартина, Д. Фарли и Ф. Вебстера, Р. Дишпанди. Акцентируется внимание на базовой для данного

⁴ McAuley, J. Organization Theory: Challenges and Perspectives / J. McAuley, J. Duberley, P. Johnson. – England: Pearson Education Ltd, 2007. – P. 92.

исследования типологии К. Камерона и С. Фримана, которые выделили клановый, адхократический, иерархический и рыночный типы культур. В фокусе внимания автора также изучение существующих моделей корпоративных культур (М. Джевиден, Т. Дил, Э. Кеннеди, К. Камерон, Р. Куинн, Р. Хаус, П. Хендж, Э. Шейн). Модель Э. Шейна описывает многоуровневую природу организационно-корпоративной культуры, имеющей явные и скрытые проявления, отсюда путь исследования организационной культуры, по Э. Шейну – это путь от неявного (уровень базовых представлений и доминирующих ценностей) к явному (уровень артефактов). Рассматриваются модели влияния национальной культуры на организационно-корпоративную культуру, представленные авторами: Г. Хофстеде, Р. Гестеленда, Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпдэн-Тернера, Р. Хауса, П. Хенджа, М. Джевидена.

В заключение данного параграфа автор делает вывод о том, что синтез накопленного ведущими учеными исследовательского материала позволяет выделить четыре общепринятых атрибута корпоративной культуры: коллективная природа, универсальность, относительная устойчивость проявлений во времени, имплицитность. На этом основании автор предлагает рассматривать корпоративную культуру как сложившийся в процессе жизнедеятельности корпорации механизм взаимодействия ментальных, атрибутивных и профессиональных характеристик, имеющих тенденцию к устойчивости и универсализации.

В третьем параграфе первой главы «Специфика исследований корпоративной культуры моряков» рассмотрены современные научные изыскания корпоративной культуры моряков, представленные прикладными исследованиями в области профессиональной деятельности, дано авторское определение понятию морская корпоративная культура.

Отмечается, что корпоративная культура моряков как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях не получила на сегодняшний день глубокого и системного анализа.

Отечественные исследования сфокусированы преимущественно в области правового регулирования трудовых отношений моряков (А.С. Кокин., Е.Н. Номоконова), социально-психологических особенностей морских экипажей (О.А. Истомина, Л.Г. Татьяна, В.А. Чигер), профессионального языка моряков (В.П. Коровушкин, М.И. Орлова, М.И. Солнышкина). Проблемы повышения уровня профессионализма морских кадров поднимаются в научных трудах С.О. Барышникова, Н.Н. Григорьева, И.А. Костыря, А.И. Фисенко и др.

Доминирующим направлением изысканий западных ученых (Дж. Родригес, К. Грейем, Х. Ханнинен, Ф. Кнудсен, Д. Лаппалайнен, Д. Нельсен, К. Сальми, Я. Шейа, Р. Прасад, М. Пруголаки, М. Эков Мануэль, Н. Берг и др.) является изучение отдельных элементов морской корпоративной культуры во взаимосвязи с идеей создания единой базы социально востребованных ценностей, призванных координировать и

нормировать поведение и поступки представителей морских профессий в соответствии с принятыми стандартами, какими являются в мировом судоходстве стандарты безопасности в области охраны труда и мировых катастроф.

Подчеркивается, что авторы трудов о корпоративной культуре безопасности как об одном из проявлений организационной стратегии в области охраны труда (К. Грейем, Р. Прасад) считают культуру безопасности ответом организации на риски. Анализируются труды ведущих исследователей морских катастроф (Х. Ханнинен, Ф. Кнудсен, М. Мартинсен), которые выделяют два вектора организационной политики судоходных компаний, призванных снизить уровень риска в морской профессии: введение системы наказаний и санкций и внедрение правил и норм, закрепляющих желаемые образцы поведения.

Актуальной темой в области морской корпоративной культуры безопасности является обращение к вопросам комплектования экипажей современного мирового судоходства, обусловленное практикой этнокультурного многообразия команд современных судов-и потенциальные проблемы разных национальностей на борту (Н. Берг, Т. Лейн, Р. Пайн, Т. Кестер). Ряд исследователей считают, что мультикультурализм также является проблемной зоной в области управления и безопасности. В этих исследованиях основное внимание уделяется следующим темам: влиянию национальных культур на общую морскую корпоративную культуру (А. Ала-Пёллянен, С. Лу, Т. Ченг); проблемам коммуникации и языковых навыков, потребности в обучении моряков культурным различиям (Я. Хок), дискриминации и расизму, специфике управления экипажем (Ф. Кнудсен, Л. Фогальд, М. Мануэль, М. Пруголаки, И. Теотокас). При этом ряд исследований утверждают, что работа в смешанных экипажах может не только порождать спектр сложно разрешаемых проблем, но и давать некоторые преимущества, обогащая морскую корпорацию новыми возможностями (И. Кахвечи, Э. Семпсон, Я. Хок). Существуют также отдельные работы, в которых рассматриваются корпоративно приемлемые гендерные отношения и вопросы здравоохранения в этнокультурной среде (Я. Хок).

Указывается, что современные зарубежные исследования в области морских профессий представляют собой ряд разрозненных прикладных изысканий, преимущественно основанных на секторальном анализе локальных культурных процессов в конкретной судоходной компании. Тематикой большинства из них являются вопросы безопасности и коммуникации экипажей судов. Данная направленность научного поиска объясняется интернациональным характером современного мореплавания, который определяется преобладающим влиянием интеграционных процессов мировой экономики и изменившимся рынком трудовых ресурсов в мировом судоходстве. Подчеркивается, что осуществленная эмпирическая работа в области морских исследований, несмотря на ее несистемный характер,

является важным этапом в процессе постижения сущности современной морской корпоративной культуры, ее взаимосвязи с национальной культурой, организационными практиками и поведением членов экипажа. В работе также обращается внимание на тот факт, что использование термина «морская корпоративная культура» применительно к профессии «морское дело» и морским организациям не встречается в научных трудах отечественных и западных ученых.

Автор отмечает, что своеобразие культуры, сложившейся в рассматриваемой профессиональной группе моряков, предопределяет специфику ее трактовки и дефинизацию термина «морская корпоративная культура». В данном исследовании понятие «корпоративная культура» в аспекте морского профессионального сообщества определяется синкретическим сочетанием различных типов культуры – морской корпоративной культуры, организационной культуры и профессиональной культуры моряков. В соответствии с данной логикой морская корпоративная культура автором определяется как исторически сложившийся комплекс поддерживаемых и воспроизводимых каждым моряком как внутри, так и вне корпорации социальных норм, установок, ценностей, традиций, атрибутов, процессов интеракций и стереотипов социального поведения.

Во второй главе «Морская корпоративная культура гражданского сообщества российских моряков в актуальных условиях бытования» представлены авторская методика и результаты эмпирического исследования корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков, осуществлены анализ и интерпретация полученных данных, корпоративная культура моряков концептуализирована как сложное многоаспектное явление, пребывающее в состоянии перманентной трансформации. В главе также рассмотрен процесс аккультурации новых членов корпорации, опосредованный подготовкой в профессионально ориентированных вузах.

В первом параграфе второй главы «Методика исследования морской корпоративной культуры» описывается авторская методика комплексного исследования морской корпоративной культуры на основании ряда методов качественной методологии.

Профессиональное сообщество гражданских моряков, в силу происходящих в нем интегративных кросс-культурных процессов, представляет категорию профессиональных групп, изучение корпоративной культуры которых обнаруживает перспективу проведения исследований трансформации корпоративной культуры.

Рассматривая принадлежность гражданских моряков к определенному виду специализации в морской отрасли в качестве критерия классификации, автор структурирует морскую корпоративную культуру следующим образом:

- корпоративная культура моряков рыболовецкого и рыбообрабатывающего флота;
- корпоративная культура моряков транспортного торгового флота;
- корпоративная культура моряков пассажирского флота.

Выделение данных типов морской корпоративной культуры обусловлено, с одной стороны, особенностями профессиональных знаний и умений, характером и содержанием выполняемых функций, особенностями профессиональной деятельности, с другой стороны – более глубокими различиями в осознании профессиональных ценностей и в отношении к профессиональной деятельности. При этом автор считает, что, несмотря на специфику профессиональной культуры тех или иных видов морских специалистов, можно говорить о существовании единой морской корпоративной культуры и о ее субъектах как о единой социально-профессиональной группе.

В ходе диссертационного исследования автор руководствовался идеей создания корректно идентифицированной, эмпирически верифицированной многомерной модели морской корпоративной культуры, презентующей социокультурную динамику морской профессии. В качестве исследовательской стратегии была разработана специальная междисциплинарная методика диагностики морской корпоративной культуры, представляющая широкий диапазон методов качественной методологии. Диапазон социологических методов расширяется привлечением метода лингвистических исследований.

Автор, ссылаясь на Э.Шейна, выделяет качественные методы исследования как наиболее достоверные и информативные, аргументируя тем, что данные методы предполагают значительный уровень погружения исследователя в корпоративные процессы (Э. Шейн)⁵.

К методам с качественными характеристиками, используемым диссертантом в процессе исследования, было отнесено глубинное интервью, метод биографии, метод фокусированного интервью, метод экспертного интервью, включенного наблюдения, контент-анализ (качественно-количественный), которые предусматривают изучение стереотипов, обычаев, традиций, ритуалов, церемоний, исторически сложившихся в корпорации моряков. По мнению автора, методики качественных исследований дают возможность выявить глубинные культурные смыслы, часто неосознаваемые самими интервьюируемыми, и из них репродуцировать целостный образ морской корпоративной культуры.

Дискурсивный анализ позволяет изучить характерные для морской среды языковые ресурсы в разрезе стратификационной дифференциации, отражающей речевое поведение и специфику коммуникации лиц морских профессий.

Качественная оценка корпоративной культуры моряков в представленной работе осуществляется в несколько этапов. На первом этапе исследования произведен анализ внешних (институциональных) факторов и факторов внутренней среды корпорации, влияющих на корпоративную

⁵ Schein, E. H. Organisational Culture and Leadership / E. H. Schein. – 2nd edition. Joss -BasS, San Francisco, 1992. – 418 p.

культуру моряков. На втором этапе исследуется аксиолого-коммуникативная составляющая морской корпоративной культуры.

Таким образом, в выборе наиболее оптимальных методов и инструментов исследования корпоративной культуры моряков автор опирается на устойчивое убеждение, выработанное в научных кругах, о том, что исследования корпоративной культуры предпочтительно осуществлять посредством качественных методов, в то время как корпоративный климат традиционно изучается количественными методами. При этом рассмотрение языка как основополагающего элемента культуры предполагает применение метода лингвистических исследований.

Во втором параграфе второй главы «Типологизация факторов, влияющих на формирование корпоративной культуры российских моряков» осуществляется систематизация и структурирование внутренних и внешних факторов, оказывающих воздействие на процесс формирования и трансформирования корпоративной культуры российских моряков в течение трех последних десятилетий.

В ходе исследования выявлено, что на формирование и трансформирование морской корпоративной культуры влияет ряд экзогенных и эндогенных факторов. К экзогенным факторам влияния автором отнесены внекорпорационные аспекты: политическая и экономическая ситуация, действующие законодательные акты, государственные установки, конкуренция на рынке, социальный контекст становления морской корпоративной культуры. При этом отмечается, что в числе внешних факторов доминирующие позиции занимает международная морская нормативно-правовая система, обеспечивающая универсальный характер современного судоходства, и мультикультуризм как его неотъемлемый атрибут. Так, поликультурный состав экипажей современных судов является следствием процессов глобализации морского рынка труда и ряда финансовых ограничений для судовладельцев, повлиявших на изменение рыночных условий. Вышеуказанные тенденции отразились на содержании и условиях труда моряков, неоднозначно воздействуя на профессиональное сообщество гражданских моряков в целом.

Эндогенные факторы рассматриваются в работе как факторы внутреннего воздействия, осуществляемого посредством корпоративной культуры. Данную группу факторов в представленном исследовании составили: кадровая политика в морской отрасли, конструирование морской корпоративной идентичности, образцы поведения персонала и преобладающий стиль управления командного состава судна. Автором выделен блок факторов организационно-управленческого (внутреннего) характера как наиболее интенсивно влияющих на формирование современной корпоративной культуры российских моряков, как-то: контроль ее состояния и изменений со стороны системы управления, формирование у работников необходимых компетенций, отбор среди имеющегося кадрового потенциала работников, отвечающих установкам данной культуры. Важной

функцией организационно-управленческой системы морской корпорации является также сохранение и широкое использование морской символики, традиций и ритуальных действий в целях поддержания морской корпоративной идентичности.

Влияние эндогенных факторов проявляется в изменении форм кадрового обеспечения отрасли (переход на крьюинговую систему найма), организационной структуры и организационных практик судоходных компаний (сокращение численности экипажей, интенсификация труда моряков, комплектование смешанных команд, повышение уровня бюрократизма, усиление контроля со стороны офисов на берегу). Данные факторы являются отправными условиями таких трансформационных процессов морской корпоративной культуры как видоизменение системы наставничества и корпоративного образования, трансформации механизмов формирования корпоративной идентичности моряков, эволюции стиля руководства и типа лидерства в морских корпорациях, дегармонизации корпоративных ценностных систем.

Руководствуясь необходимостью построения модели современной корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков, автор выделил ее сущностные черты, проявленные через соотношение формальных и неформальных структур морской корпорации. Полученная комбинация признаков формализованных, иерархических организационных структур и элементов коллегиального стиля работы позволила автору обосновать концепт о смешанном типе морской корпоративной культуры. Доминирование иерархического типа подкрепляется идеологией командного и контрольного управления, заявляющей о себе в ориентации на должности и закрепленные за ними полномочия, использование официальных приказов, централизованном принятии решений. Вывод о наличии элементов кланового типа корпоративной культуры обусловлен существованием в морской профессиональной среде ценности коллегиальной работы, институализированной в актуальных формах социально значимых норм и стереотипов поведения.

Таким образом, социальные преобразования, произошедшие в России за последние тридцать лет, в значительной степени повлияли на формирование новой морской социальной реальности, характеризующейся динамичными процессами адаптации моряков к меняющимся условиям и предлагающей обновленные образцы морской корпоративной культуры. Под влиянием внешних факторов и факторов, порожденных самой морской корпорацией как внутренней системой, культура морской корпорации нарабатывает механизмы сохранения и воспроизводства своих базовых значений, рождая при этом новые смыслы и сущностные характеристики, отражающие современные тенденции развития профессиональных сообществ морской отрасли.

В третьем параграфе второй главы «Анализ структурных элементов морской корпоративной культуры» представлены результаты

исследования системы ценностных ориентаций и знаково-символической составляющей морской корпоративной культуры в сопоставлении исследуемых элементов в советский и российский периоды ее существования.

Инструмент выявления ценностей корпоративной культуры российских моряков, применяемый в данной работе, разработан с опорой на положения Г. Хофстеде: система ценностных ориентаций организации является продуктом реализации трех важнейших потребностей ее представителей: потребности в безопасности, в централизованной работе, в авторитетном лидере (Г. Хофстеде, Б.Ньюджен, Д.Охайа, Д.Сандес)⁶. Учитывая специфику морской профессии, автор выделяет несколько ценностных маркеров, связанных с фактором безопасности работы в море: корпоративный профессионализм, командный дух, надежность и доверие.

Установлено, что высокий уровень профессионализма, коллективизм, надежность и доверие являются актуальными ценностными установками для современной корпорации российских моряков. При этом отмечается, что наличие данных ценностей в морской корпоративной среде является функционально обусловленным, так как напрямую связано с удовлетворением потребности моряков в безопасности, с вопросами выживания, сохранения здоровья в условиях потенциальных рисков. Высокая степень взаимозависимости членов экипажа, детерминированная политикой эффективности и безопасности рейса, является причиной того, что нереализованными остаются потребности моряков в приватности и проявлениях индивидуальности.

Следующий блок ценностных маркеров, введенных в исследование, ориентирует на реализацию потребностей моряков как профессиональной группы в централизованной организации труда и в наличии авторитетного лидера. В ходе исследования выявлено, что современная профессиональная корпорация моряков обнаруживает выраженную потребность в авторитетном руководстве и в четкой организации труда, реализующуюся в таких ценностях и нормах как устоявшийся организационный порядок, трудовая дисциплина, стабильность норм и правил, следование традиции.

Автор отмечает, что семейные ценности входят в парадигму ядерных ценностей морской корпорации. Однако в процессе анализа выявлены различные интерпретации семейных связей и различная степень зависимости моряков от их влияния. Это демонстрирует, что профессиональная группа моряков внутренне неоднородна: одни ее представители воспринимают свою профессию как ценность, другие же рассматривают работу в море преимущественно как средство поддержки семейного благополучия и возможность обретения стабильного материального достатка.

⁶ Hofstede, G. Measuring organizational cultures: A qualitative and quantitative study across twenty cases / G. Hofstede, B. Neuijen, D. Ohayv, D. Sanders // Administrative Science Quarterly. – 1990. – Vol 35(2). – P. 286–316.

Данная часть эмпирического исследования показала, что в современной морской корпоративной культуре доминирующими ценностями являются: профессионализм (81,2%), ответственность (76,4%), командная работа (98,3%), надежность (70,5%), устоявшийся организационный порядок (93,5,0%), трудовая дисциплина (88,6%), стабильность норм и правил (64,0%), исполнительность (72,0%), преемственность (54,0%), приверженность профессии (48,0%), семейные ценности (59,1%), следование традиции (50,4%), наставничество (42,6%).

Установлено, что значительные трансформации в смешанных этнонациональных экипажах претерпевают такие корпоративные ценности как приверженность профессии, корпоративный дух, доверие, преемственность корпоративных традиций, наставничество. Данные процессы являются следствием социокультурных различий в отношении статусных позиций и специфики восприятия языкового контекста в мультикультурной профессиональной среде, что в равной мере можно отнести к преобразованиям в национальной и международной морской корпоративной культуре.

Выявлено, что мало подвержены трансформации функционально обусловленные корпоративные ценности моряков: устоявшийся организационный порядок, командная работа, трудовая дисциплина, стабильность норм и правил, следование должностным инструкциям.

Оценивая состояние современной морской корпоративной культуры, автор связывает ее устойчивость с уровнем конгруэнтности входящих в нее ценностных систем. Наблюдаемое в морской культуре противоречие между личными ценностями ее непосредственных носителей и ценностями, декларируемыми организацией, вызывает необходимость выравнивания данных ценностных систем. Делается вывод о необходимости институционализации ожидаемых корпоративных ценностей в формах, соответствующих нормам и правилам поведения.

Следующий шаг эмпирического исследования касался выявления и анализа знаково-символической составляющей морской корпоративной культуры. Опираясь на интерпретационную теорию К. Гирца⁷, в основе которой лежит представление о культуре как о знаково-символическом контексте, автор продемонстрировал, как культурообразующие концепты моря, морской воды, их символические и ритуальные репрезентации генерируют карту реальности, формируя мировоззрение, верования и систему ценностей профессионального сообщества моряков. В то же время морскую мифологию необходимо интерпретировать как семиотическую систему коммуникации, являющуюся одним из регуляторов современной морской реальности. В работе утверждается, что атрибутивность в контексте культуры морской корпорации выступает как исторически обусловленный

⁷ Geertz. C. The interpretation of cultures / C. Geertz. – New York : Basic Books, 1973. – 470 p.

артефакт, элемент социокультурного наследия, и в настоящее время поддерживается лишь частично. Установлено, что атрибутивно-символический уровень является формой влияния корпоративной культуры на эффективность морской отрасли и по своему содержанию является материальным выражением ценностно-коммуникативной составляющей морской культуры.

Автор показывает, что жизнедеятельность моряка протекает в двух формах – одна на уровне официальных отношений (формальной группы), другая – без контроля со стороны вышестоящих по должности и в неслужебное время (неформальной группы). Формальная коммуникация осуществляется посредством общепринятого кодифицированного языка и использования профессиональной терминологии. В условиях неформальной обстановки наблюдается переход на живой разговорный язык. Язык профессиональной группы моряков (социолект) характеризуется отличительной морской лексикой, особым морфосинтаксисом и специфической фонологией, что в совокупности определяет уникальную манеру моряков выражать себя. Социолект, являясь внешним атрибутом корпорации, рассматривается в представленной работе как механизм первичной передачи корпоративной культуры моряков, играя значительную роль в ее формировании. При этом отмечается его способность выполнять идентифицирующие функции корпоративной культуры в контексте конкретной национальной культуры.

Стереотипы речевого поведения этнонациональной группы российских моряков в мультикультурной профессиональной среде обусловлены влиянием социокультурных кодов, укоренившихся в российской морской традиции. Открытость коммуникации, лояльность, способность к эмпатии, приверженность традиции смеховой культуры составляют основу социокультурных характеристик обобщенного портрета российского моряка. Однако в условиях международных рейсов происходит трансформация речевых практик отечественных моряков, объясняющаяся слабыми социальными контактами и минимальным взаимодействием между моряками из разных национальных, культурных и этнических групп. Наблюдается сужение сферы применения социолекта как устоявшегося элемента морской корпоративной культуры российских моряков. Коммуникативная компетенция, понимаемая как способность российских моряков осуществлять эффективную коммуникацию при решении профессиональных задач посредством специального морского языка (английского), находится в стадии формирования. Исследование показало недостаточную готовность российских моряков свободно постигать скрытые смыслы неродного для них языкового контекста, ориентироваться в различных ситуациях общения, свободно переходить с одного регистра языка на другой.

Таким образом, символическая репрезентация ритуалов, обычаев, верований, метафорических идиоматических выражений, артефактов, униформы, аутентичных графических изображений осуществляет

своеобразную культурную трансмиссию, обеспечивающую непрерывность и универсальность морской корпоративной культуры. Богатейший морской фольклор, представленный многочисленными мифами и легендами, морскими верованиями и суевериями, отражает ценностно-коммуникативную составляющую морской корпоративной культуры. Сила обрядовых и ритуальных действий, имеющих место в морских практиках и в наши дни, состоит в их эмоционально-психологическом воздействии на членов команды, будь то «новички» или опытные моряки, основанном на переживании ими чувства сопричастности. Специфику коммуникации моряков в поликультурном пространстве предопределяет осознание общности условий труда, обязательности выполнения определенной совместной деятельности.

В четвертом параграфе второй главы «Трансляция морской корпоративной культуры в профессионально ориентированном вузе» рассматривается корпоративная культура курсантов, которая является отправной точкой в формировании морской корпоративной культуры. Рассмотрен процесс постижения курсантами основ морской корпоративной культуры как процесс аккультурации новых членов корпорации. Проведена диагностика корпоративной культуры курсантов на базе ФГБОУ ВО «КГМТУ».

Отмечено, что вузы специализированной направленности в большей степени аккумулируют культурное наследие корпорации, так как их собственная корпоративная культура опосредована субкультурой корпорации. Установлено, что корпоративная культура курсантов морского вуза формируется преимущественно под влиянием двух сфер деятельности: образовательно-педагогической и профессионально-педагогической и в структурном отношении согласуется как с корпоративной культурой, сложившейся в вузе, так и с морской корпоративной культурой. Структуру ее образует взаимосвязь внешних атрибутивных признаков корпоративной культуры и внутренних ее составляющих. Первое ознакомление курсантов с морской субкультурой происходит на поверхностном уровне внешних проявлений культуры, к которым автор относит такие атрибуты морского вуза как герб, эмблема, флаг, гимн, интерьер с применением морской символики, веб-сайт, стиль общения работников вуза. Важным фактором приобщения курсантов к морской корпоративной культуре является введение обязательного ношения морской формы. В данном случае форма служит средством психолого-педагогического воздействия, применяемого в целях воспитания в будущих моряках чувства ответственности, дисциплинированности, уважения к профессии.

На глубинном уровне автор дифференцирует такие составляющие культуры, как правила и нормы поведения, традиции, систему мотиваций, базовые ценности корпорации. В морских специализированных вузах наблюдается строгая регламентация внутреннего порядка и, как следствие этого, полная коррекция поведения курсантов в соответствии с принятыми

нормами. При этом мотивацией для подчинения норме у первокурсников служит страх санкций; на старших же курсах кодекс курсанта соблюдается на сознательном уровне, так как приходит понимание, что вопросы дисциплины в морской профессии являются приоритетными.

Этап прохождения практики рассматривается вузом как эффективный инструментальный культурного наследования в процессе адаптации курсантов к культуре морской корпорации. Исследования показали, что опыт пребывания на парусном судне укрепляет характер будущего моряка, положительно влияет на его эмоциональную стабильность, уравновешенность, способность переносить жесткий распорядок дня на судне, специфику быта. Постигая азы профессии, «новички» впервые осознанно приобщаются к идее корпоративной чести, исключительности морского братства, которая основана на стереотипном представлении об определенном складе характера и стойкости духа моряков.

Кроме того, в процессе практической подготовки у курсантов формируется одно из самых ценных профессиональных качеств моряка – умение работать в команде, корпоративная ответственность. Курсанты идентифицируют практику как свою первую работу в море, начало их морской карьеры. По результатам исследования большинство опрошенных курсантов ФГБОУ ВО «КГМТУ» (66,7%), прошедших практику на учебном парусном судне, довольны ее результатами и рассматривают ее как необходимый опыт постижения основ профессии. Однако, значительное число курсантов (30%) столкнулись в учебном рейсе с рядом трудностей, одной из которых стало для них отсутствие коммуникации с семьей и друзьями, эмоциональная изоляция (50%). Не все курсанты оказались готовы к изменению образа жизни, ужесточению дисциплины, к тяжелым физическим нагрузкам. Как сопряженные с трудностями охарактеризовали эти элементы плавательной практики более трети (32,6%) курсантов.

Изучение проблем взаимовлияния морской корпоративной культуры и национальных культур как одна из форм системы обучения курсантов призвано восполнить недостающие знания в вопросах межкультурного взаимодействия как на ранних этапах морской практики, так и в дальнейшей профессиональной деятельности моряков.

Таким образом, морская корпоративная культура, присваиваемая курсантами в профессионально ориентированных вузах, является базовым элементом их профессиональной реализации. Диагностика корпоративной культуры курсантов профессионально ориентированного вуза показала, что усвоение ценностей морской корпорации начинает осуществляться еще в период обучения в морском вузе и опосредуется всеми формами корпоративного поведения, включая правила, нормы, ритуалы, традиции. В условиях, когда процесс преемственности поколений в морской профессии значительно осложняется, морские вузы призваны взять на себя выполнение функции наставничества, организовывая свою учебную и воспитательную деятельность с целью трансляции молодым специалистам первичных знаний

о культуре, сложившейся в профессиональном сообществе российских моряков.

В заключении обобщаются результаты проведенного исследования корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков, демонстрирующие достижение цели диссертационной работы и подтверждение выдвигаемых гипотез исследования.

В ходе проведения диссертационного исследования был обоснован гносеологический плюрализм в изучении корпоративной культуры. В качестве взаимодополняющих использованы рациональный, интерпретативный, структурно-функциональный и дискурсивный подходы. В рамках интеграции данных подходов корпоративная культура представлена как сложное многоуровневое, полиаспектное явление, детерминированное нормативно-ценностной системой, обеспечивающей устойчивость и перспективу развития профессионального сообщества.

Для достижения максимальных результатов исследования была использована качественная методология, включающая такие методы как полуструктурированное интервью, биографический, экспертный опрос, фокусированное групповое интервью, включенное наблюдение, анализ документов. Данный комплекс методов позволяет идентифицировать уникальные проявления морской корпоративной культуры (глубинные культурные смыслы) посредством интерпретации социокультурного и профессионального опыта ее носителей.

Было определено, что современная морская корпорация является отдельным поликультурным образованием со сложившейся системой ценностей, шаблонов поведения, морских самобытных традиций, обычаев и верований, отраженных в морском фольклоре, с ярко выраженным чувством корпоративизма.

Социологическое исследование демонстрирует, что корпоративная культура моряков в современном российском обществе претерпевает ряд трансформаций, обусловленных влиянием экзогенных факторов. Коренные преобразования в экономике и политике, произошедшие в России за последние тридцать лет, повлияли на формирование новой морской социальной реальности, характеризующейся динамичными процессами адаптации моряков к условиям работы в контексте международного мореплавания.

Влияние эндогенных факторов проявляется в изменении форм кадрового обеспечения отрасли, организационной структуры и организационных практик судоходных компаний. Данные факторы являются отправными условиями таких трансформационных процессов морской корпоративной культуры как видоизменение системы наставничества и корпоративного образования, трансформация механизмов формирования корпоративной идентичности моряков, эволюция стиля руководства и типа лидерства в морских корпорациях, дегармонизация корпоративных ценностных систем.

Доминирующими элементами, определяющими формирование корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков в сложившихся социокультурных условиях, являются система ценностных ориентаций лиц морских профессий, знаково-символьная составляющая культурного кода морской профессии, особенности межкультурной и внутринациональной коммуникации, в том числе использование социолекта.

Процесс включения российских моряков в поликультурные контексты международного мореплавания инициирует трансформацию ценностных систем морской корпорации:

- значительные трансформации в смешанных этнонациональных экипажах претерпевают такие корпоративные ценности как приверженность профессии, корпоративный дух, доверие, преемственность корпоративных традиций, наставничество. Это возникает вследствие социокультурных различий в отношении статусных позиций и специфики восприятия языкового контекста профессиональной деятельности, что в равной мере относится к преобразованиям в национальной и международной морской корпоративной культуре;

- менее всего подверглись изменениям функционально маркированные ценности моряков: устоявшийся организационный порядок, командная работа, трудовая дисциплина, стабильность норм и правил, следование должностным инструкциям, обусловленные потребностью в безопасности профессиональной деятельности, сохранении жизни и здоровья в условиях профессиональных рисков. Современная корпорация моряков обнаруживает потребность в авторитетном лидерстве и четкой организации труда.

Знаково-символическая составляющая морской корпоративной культуры выступает формой ее актуализации и устойчивости. Установлено, что атрибутивность в контексте культуры морской корпорации проявляется как исторически обусловленный артефакт, элемент социокультурного наследия, и в настоящее время поддерживается лишь частично.

Наблюдается трансформация ряда морских традиций, обеднение их культурных смыслов. Актуальными в современной морской культуре остаются элементы визуальной атрибутики, такие как логотипы, морская символика, форменная одежда.

Морской профессиональный диалект (социолект) осуществляет важную функцию генерационной и этнонациональной трансляции морской корпоративной культуры. В современных многонациональных экипажах международного мореплавания отсутствуют условия межпоколенческой преемственности данного варианта профессионального языка, при этом нарастают возможности обогащения этнонациональных морских социолектов включениями из разных языков. В пределах морской корпорации гражданского сообщества российских моряков социолект поддерживается преимущественно в культурной среде национального сообщества, но в значительной степени утрачивается в каждом последующем поколении моряков.

Диагностика корпоративной культуры курсантов профессионально ориентированного вуза, выполняющего миссию передачи культурного контента, показала, что усвоение ценностей морской корпорации начинает осуществляться в период обучения в морском вузе и опосредуется формами корпоративного поведения и профессиональными атрибутами. Морской язык является значимым элементом присвоения корпоративной культуры будущими моряками. В системе обучения и воспитания курсантов реализуется специфика постижения международной морской корпоративной культуры и национальной морской корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

По теме диссертации автором опубликовано 16 работ общим объемом 6,3 печатных листа.

Статьи в журналах, индексируемых в международных наукометрических базах данных Web of Science и Scopus:

1. O. M. Ozarkiv and M. L. Yakovenko. Safety strategy as an actual resource for forming modern marine corporate culture in marine education standards / [IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, Vol. 918, VIII International Scientific Conference Transport of Siberia – 2020 22-27 May 2020, Novosibirsk, Russia](#). –7 p.

Статьи в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК:

1. Озаркив О. М. Специфика коммуникации лиц морских профессий (социолингвистический аспект) // Ученые записки Крымского Федерального Университета имени В.И. Вернадского. Серия: Социология. Педагогика. Психология. – 2015. – Том 1 (67) № 4. – С. 64 – 72 (в соавторстве).

2. Озаркив О. М. Своеобразие формирования корпоративной культуры моряков (прикладной аспект) // Ученые записки Крымского Федерального Университета имени В. И. Вернадского. Серия: Социология. Педагогика. Психология. – 2018. – №1, Том 4 (70), № 1. – С. 64-73.

3. Озаркив О. М. Методы формирования и поддержки установок морской корпоративной культуры // Ученые записки Крымского Федерального Университета имени В. И. Вернадского. Серия: Социология. Педагогика. Психология. – 2018. – Том 4 (70), № 2. – С. 64-72.

4. Озаркив О. М. Изучение корпоративной культуры: теоретико-методологические основания // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2019. – №3, Том 44. – С. 525-533.

5. Озаркив О. М. Межкультурное взаимодействие в профессиональной среде моряков // Вестник Адыгейского университета. Серия Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2020. – №4(269). – С. 198-207 (в соавторстве).

Монографии:

1. Озаркив О. М. Морская корпоративная культура: специфика формирования // Морская и рыбохозяйственная отрасли: от выбора профессии до профессиональной реализации; науч.ред. М.Л. Яковенко. – Керчь: ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2018. – С. 83-103 (в соавторстве). Режим доступа: <https://www.kgmtu.ru/wp-content/uploads/2019/01/Monografiya-25.09.2018.pdf> (дата обращения: 02.03.2021).

Статьи в других изданиях:

1. Озаркив О. М. Речевые особенности коммуникации лиц морских профессий // Материалы III Международной научно-практической конференции: «Морская отрасль в контексте социальных процессов: технологии, риски, ценности», 29-30 мая 2015г., Керчь. Изд-во ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2015. – С. 61-64.

2. Озаркив О. М. Формирование профессионального сообщества моряков в контексте общероссийской идентичности // Материалы Всероссийской научной конференция: «Юг России: проблемы формирования общероссийской идентичности и национальной политики». 10-11 октября 2016 г., Ростов/н/Дону : Фонд науки и образования, 2016. – С. 104-109.

3. Озаркив О. М. Особенности современного развития морской и рыбохозяйственной отрасли // Духовная ситуация времени. Россия XXI век: Электронный научно-теоретический гуманитарный журнал. – 2016. – №4(9). – С. 36-40 (в соавторстве).

4. Озаркив О. М. Формирование корпоративной культуры курсантов морских специальностей // Сб. трудов Региональной научно-практической конференции: «Практическая подготовка в морском образовании», 16 – 17 ноября 2017 г., Керчь. Изд-во ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2017. – С. 72-77 (в соавторстве).

5. Озаркив О. М. Формирование корпоративной идентичности моряков в контексте морской корпоративной культуры // Материалы XXII Международной конференции: «Культура, личность, общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования», 21-23 марта 2019 г., Екатеринбург. Изд-во Урфу, 2019. – С. 356-365.

6. Озаркив О. М. Ценностная составляющая ислама в формировании корпоративных качеств представителей профессий с повышенным индексом риска // Материалы Международной научно-практической конференции «Позитивный потенциал ислама как фактор этносоциальной консолидации России», 23-25 мая 2019 г., Майкоп : АГУ, 2019 г. – С. 164-169.

7. Озаркив О. М. Формирование новой концепции корпоративной культуры безопасности как актуальный ресурс современного морского

образования // Сб. трудов по материалам II Национальной научно-практической конференции: «Актуальные проблемы социально-экономического развития общества», 20 февраля 2020 г., Феодосия. Изд-во ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2020 г. – С. 219-222.

8. Озаркив О. М. Специфика формирования навыков организации командной работы на борту у курсантов морских вузов // Материалы II Национальной научно-практической конференции «Современные тенденции практической подготовки в морском образовании», 20 ноября 2020 г., Керчь. Изд-во ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2020 г. – С. 334-338.

9. Озаркив О. М. Коммуникативная компетенция российских моряков как профессиональный стандарт современного морского образования (прикладной аспект). Материалы Национальной научно-практической конференции «Морские технологии: проблемы и решения – 2021», 20 апреля 2021 г., Керчь. Изд-во ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2021 г. – С. 157-160.

Керченский государственный морской технологический университет

298309, г. Керчь, ул. Орджоникидзе, 82

ООО «Керченская городская типография». Тираж 100 экз. П. л. 1,8