

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КЕРЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МОРСКОЙ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Озаркив Оксана Мирославовна

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

Специальность

5.4.6 – социология культуры

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель:
доктор философских наук,
профессор Яковенко Марина Леонидовна

Керчь 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА МОРСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ	23
1.1. Основные теоретические подходы к изучению феномена корпоративной культуры.....	23
1.2. Формирование содержания понятия «корпоративная культура» в контексте современных исследований.....	33
1.3. Специфика исследований корпоративной культуры моряков	59
Выводы по первой главе.....	81
ГЛАВА 2. МОРСКАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ГРАЖДАНСКОГО СООБЩЕСТВА РОССИЙСКИХ МОРЯКОВ В АКТУАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ БЫТОВАНИЯ	84
2.1. Методика исследования морской корпоративной культуры.....	84
2.2. Типологизация факторов, влияющих на формирование корпоративной культуры российских моряков.....	94
2.3. Анализ структурных элементов морской корпоративной культуры.....	140
2.4. Трансляция морской корпоративной культуры в профессионально ориентированном вузе	176
Выводы по второй главе	185
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	188
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	197
ПРИЛОЖЕНИЕ	227

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Морская отрасль – значимый элемент народнохозяйственного комплекса России. Современное её состояние определяется Концепцией федеральной целевой программы «Мировой океан» до 2030 года [311], 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.

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. Постижение 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. Дила, Д. Джаффи, А. Кеннеди, А.И. Наумова, Т. Питерса, А.И. Пригожина, В.В. Томилова, Р. Уотермена, Э. Шейна, А. Фурнхама, М. Элвессона и др., 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. Смирнич, 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, К. Пфлессер К. Хомбург, М. Хэтч, Ч. Хэнди, Э. Уоринг 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 [142; 146; 137; 138; 238; 82; 285; 289; 295; 137; 178; 175; 170; 197; 280; 283] и др.

Работы таких авторов как Р. Гестеленд, У. Оучи, Ф. Тромпенарс, Ч. Хэмпдэн-Тернер, И. Холл, Г. Хофстеде, П. Уильямс [164; 246; 290; 291; 169; 184] 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 [40; 61; 63; 65; 89; 90; 95; 96; 103; 104].

Научные разработки И.В. Грошева, Р.Т. Кричевского, Т.Н. Персиковой, В.А. Погребняка, В.А. Спивака [28; 54; 74; 76; 90] 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. Соломанидиной, В.В. Томиловым [7; 14; 16; 19; 21; 22; 34; 35; 39; 57; 64; 75; 78; 89; 96].

Работы Е.А. Бекелевой, К.Ю. Битулиной, А.М. Логвинова, В.Г. Немировского, С.С. Фролова, Д.Б. Шевченко [9; 11; 60; 72; 100; 105] 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 [2; 26; 107] направлен на изучение взаимовлияния организационной культуры и социокультурных факторов предпринимательства. Е.Ю. Бикметов, Г.Ф. Кунгурцева [10] 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 [3; 15; 25; 26; 32; 56; 62; 67; 84; 101; 103]); работы отечественных лингвистов по проблемам профессионального социолекта (Е.Н. Гуц, А.А. Елистратова, Т.И. Ерофеевой, В.П. Коровушкина [29; 32; 33; 48]).

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 [18; 23; 31; 32; 36; 39; 71; 84; 91; 99; 102; 103].

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, [8; 27; 51]; вопросы постижения корпоративной культуры моряков в процессе профессиональной деятельности исследуются в работах М.Л. Яковенко [110]; аспекты интеграции морехозяйственной и территориально-хозяйственной деятельности в систему «Берег-Море» проанализированы в научных статьях М.В. Драчевой, В.А. Чигрина [30]; процессы корпоративной интеграции в морской отрасли изучаются Г.А. Чилимовой [105]. Выявлению социально-психологических особенностей морских экипажей посвящены работы О.А. Истоминой [37], проблемы социальной адаптации в условиях работы в море освещаются В.Б. Шарлай [104]. Вопросам исследования лексики военных моряков посвящены работы А.П. Аверина, В.В. Богородского, В.В. Введенского, Н.А. Каланова, В.П. Коровушкина, М.И. Солнышкиной [1; 12; 17; 38; 49; 87].

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, Р. Прасад, М. Пруголаки, К. Сальми, Х. Ханнинен, Я. Шейа [215; 255; 216; 256; 172; 279]), влиянию национальных культур на общую морскую корпоративную культуру (С. Лу, Т. Ченг [224]); проблемам коммуникации и языковых навыков, необходимости в обучении моряков культурным различиям (А. Семпсон, Я. Хок, М. Чжао [275; 191;]) дискриминации и расизму, специфике управления экипажем (Ф. Кнудсен, Л. Фогальд, М. Мануэль, М. Пруголаки, И. Теотокас [210; 159; 227; 288]).

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 – выявление специфики 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 контролируемых 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) обогащении 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) культивировании корпоративного духа во внутрироссийском и ослаблении 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 «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/на/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 четырех публикациях в журналах, относящихся к рекомендованным Высшей аттестационной комиссией (ВАК), в научных изданиях, входящих 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».

Основное содержание научно-квалификационной работы. Работа состоит из введения, двух глав, включающих семь параграфов, заключения, списка литературы, а также приложений (стенограмм полуструктурированных, фокусированных, экспертных интервью). Список использованных источников состоит из 314 наименований, из которых 198 – зарубежные источники.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА МОРСКОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

1.1. Основные теоретические подходы к изучению феномена корпоративной культуры

Исследование корпоративной культуры представляет собой длительный период научных изысканий. Основные концептуальные положения корпоративной культуры рассмотрены в работах экономистов, политологов, социологов, культурологов и представителей других направлений науки. Однако современные тенденции в развитии корпораций и организаций позволяют расширить диапазон исследований, способствуют появлению новых подходов к пониманию сущности корпоративной культуры и оценке ее влияния на деятельность организации.

Как правило, интерес к исследованию культуры корпорации детерминирован запросами в сфере экономики и связан с решением управленческих задач. Однако проблематика корпоративной культуры уже давно вышла за рамки исходной для нее управленческой науки, где рассматриваются отдельные аспекты данного феномена. Данные исследования ориентированы преимущественно на рационально-прагматический подход. Корпоративная культура в рамках этого подхода понимается как мощное средство рационализации производства, критерии ее оценивания носят условный характер (устойчивая-неустойчивая, явная-скрытая и т.д.). При этом, сама корпоративная культура рассматривается не как феномен, а как функция. В таком представлении значение человека как носителя культуры ничтожно, он выступает лишь как дополнение к определенным производственным задачам.

Прагматический подход более всего характерен для западных исследователей корпоративной культуры (И. Ансофф, М. Армстронг, М. Элвессон, Э. Браун, Б. Гунтер, Т. Питерс, К. Шольц, А. Фурнхам). В научных

изысканиях отечественных ученых (И. Воронин, М. Козлов, Э. Капитонов, М. Макаренко, Н. Покровская) обнаруживается значительное влияние идей западных авторов. Вместе с тем наблюдается стремление выделить специфику формирования культуры российских корпораций и организаций, предложить новые методы исследования, так как модели культуры труда с развитой экономикой не совпадают с культурными типами, которые возникают в развивающейся отечественной экономике.

Оценивая степень влияния прагматического подхода на динамику научных изысканий по проблематике корпоративной культуры, можно утверждать, что данный подход является доминирующим, так как абсолютное большинство исследователей, так или иначе, работают в его рамках. Не ломая общей концепции, некоторые авторы демонстрируют различные интерпретации данного подхода. Так, например, Э. Джакус, П. Добсон, Р. Килманн, А. Кромби, А. Мак-Линн, Г. Морган, М. Сакстон, В. Сате, А. Уилсон, М. Уолтерс, Э. Шейн, Л. Элридж, П.В. Журавлев, Ю.Г. Одегов, Н.В. Тесакова, В.В. Томилов связывают корпоративную культуру с оптимальной системой ценностей и убеждений, выработанной корпорацией для внешней адаптации к постоянно изменяющемуся социальному пространству. Представления о ценностях организации здесь являются базовыми, на их основе строятся представления о нормах, которые, в свою очередь, формируют поведенческие установки.

Наиболее ярким проявлением рационально-прагматического подхода являются научные изыскания Э. Шейна, который создал модель, состоящую из трех различных по значимости и сложности уровней познания феномена корпоративной культуры.

Первый уровень – это уровень так называемых артефактов, к которым Шейн причисляет внешнюю атрибутику корпорации (одежду сотрудников, распорядок дня, знаки отличия, модели поведения и эмоциональный контакт между сотрудниками). На этом уровне находится и язык как средство внутрикорпоративного общения. Индикаторы культуры на первом уровне хорошо проявлены вследствие их визуализации. Однако для интерпретации их значений

необходимо использовать следующий, более сложный уровень проявления корпоративной культуры, который составляют ценности, убеждения, являющиеся продуктом коллективного сознания.

В рамках своей модели на третий уровень Э. Шейн помещает базовые представления. По Э. Шейну, «сущность культуры группы можно установить лишь на уровне базовых представлений, лежащих в основе ее деятельности. Установив их, мы сможем понять смысл более поверхностных проявлений данной культуры и дать им соответствующую оценку» [106, с. 43]. Вскрыть природу коллективных представлений социальной группы весьма сложно, так как их истоки формируются в сфере подсознания. Э. Шейн убежден, что именно базовые представления являются решающими при оценивании корпоративной культуры [Там же].

Такое объяснение природы базовых представлений имеет вполне рациональную цель, что не позволяет Э. Шейну выйти за рамки прагматизма. То, как Э. Шейн определяет сущность корпоративной культуры как явления, подтверждает это: «Культура группы может быть определена как паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [106, с. 31].

Несмотря на абстрагированность и упрощенную схематичность, модель корпоративной культуры, предложенная Э. Шейном, представляет собой методологическую матрицу и может быть применена как инструмент оценивания корпоративной культуры. В модели представлены наиболее типичные действия по оцениванию корпоративной культуры, характерные большинству организаций. Она включает последовательность следующих этапов:

1. Установление типа корпоративной культуры, ее доминантных характеристик, отличающих ее от других корпоративных культур;

2. Определение стиля лидерства;
3. Определение стиля управления наемными рабочими, характеристика условий труда и образцов поведения;
4. Определение интегрирующей цели организации;

Ключом к оценке корпоративной культуры, однако, является идентификация признаков организации, которые отражают базовые культурные смыслы организации, лежащие в глубинных слоях подсознания. Тем не менее, остаются неясны способы интерпретации скрытых от восприятия глубинных предположений и механизмы их трансформации в материально выраженные знаки и символы. Обращая внимание на данную методологическую трудность, Де Йонге предположил, что диагностика этих атрибутов корпоративной культуры не может быть достигнута только средствами опроса респондентов; в этих целях необходимо применять более сложные методики, например, серии повторяющихся бесед, напоминающих беседы с психологом [143].

Ряд авторов (Д. Дреннан, Б. Карлофф, С. Мишон, П. Штерн, А.В. Карпов, Р.А. Кричевский), оставаясь в рамках рационально-прагматического подхода, отождествляют корпоративную культуру с культурой этикета, ориентируясь на внутреннюю среду (климат) организации. Культура организации здесь понимается как регулятор отношений в коллективе, норм поведения членов организации. То есть культура – это средство влияния на целедостижение организации. Однако в работе К. Камерона и Э. Куинна подчеркивается, что концепция организационной (корпоративной) культуры отличается от концепции организационного климата, которому свойственны менее длительные временные рамки отношений, чувств и восприятий индивидов. Культура – это относительно стабильный определитель организации; климат формируется под влиянием межличностных отношений, следовательно, характеризуется неустойчивостью и быстрой изменчивостью [138].

Внутренней составляющей рассматриваемого рационально-прагматического подхода является социальный аспект (культура возникает из коллективного поведения). В основе второго подхода к изучению корпоративной

культуры, определяемого исследователями как интерпретативный, лежит антропологический аспект (культура состоит из индивидуальных интерпретаций и осознаний). В классификации С. Щербины этот подход получает название феноменологический [107].

Первостепенные различия в двух подходах – это различия в понимании культуры как формируемого атрибута организации и культуры, определяемой как символическая составляющая организации.

В рамках первого из названных подходов у исследователей есть весь инструментарий для того, чтобы четко выявлять различия между корпоративными культурами, следить за изменениями, происходящими в культуре, измерять культуру, используя эмпирические приемы. Для измерения культуры и дальнейшего ее анализа на организационном уровне разработаны три стратегии с учетом следующих методов:

1. Холистические, в контексте которых исследователь погружается в культуру и действует, как глубоко сопричастный наблюдатель, пытается стать «аборигеном» организации;

2. Метафорические, или языковые – исследователь использует образцы языка документов, отчетности, бытующих рассказов и бесед, стремясь обнаружить отпечатки культуры;

3. Количественные – исследователь пользуется вопросниками или проводит собеседования для оценки конкретных проявлений культуры. Количественный подход допускает множество точек зрения, каждую из которых нужно учитывать при оценке атрибутов культуры организации [138].

Интерпретативный подход предполагает, что в центре внимания исследователей оказывается корпоративная культура, понимаемая как ядро организации, как то, что изначально существует в организации. При таком рассмотрении культура корпорации представляется глубинным явлением, отражающим коллективное сознание членов корпорации, и лишь отчасти является экономическим рычагом влияния. Понимание сущности организационной

культуры и все внутренние изменения в ней основываются на осмыслении и интерпретации ее индивидами.

В интерпретативном подходе предполагается, что в организациях нет ничего, кроме культуры, поэтому соприкосновение с любой организацией приводит к столкновению именно с культурой какой-либо организации.

Здесь ставится под сомнение возможность целенаправленного воздействия на процессы формирования и изменения корпоративной культуры. Напротив, корпоративная культура сама приобретает свойство влиять на внутренние и внешние процессы в организации.

О взаимосвязи культуры организации и сознания входящих в нее индивидов пишет К. Шольц: «Организационная культура представляет собой неявное, невидимое и неформальное сознание организации, которое управляет сознанием людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведения» [108, с. 111].

Западные исследователи, придерживающиеся интерпретативного подхода (Г. Джонсон, Л. Смирнич, А. Петтигрю, М. Луи, С. Роббинс, К. Шольц и др.), в большей мере акцентируют свое внимание на том, что является общим в организации и каким образом необходимо решать общие проблемы: «Благодаря разработке общих значений событий, объектов, слов и людей члены организации достигают чувство общности опыта, которое облегчает их скоординированное действие» [285, с. 55]. «Грубо говоря, культуру можно понимать как набор решений, разработанных группой людей для решения конкретных проблем, возникающих в типичных ситуациях» [294, с. 33].

В интерпретативном подходе понятия корпоративная культура и организационная культура максимально близки, почти тождественны. Здесь не акцентируется внимание на разнице между терминами «организация» и «корпорация», так как и то и другое понимается какместилище культуры, как некая среда, где культура существует. Такое понимание создает некоторую проблему, заявляющую о себе при попытке дать толкование дефиниции «корпоративная культура».

В основе структурно-функционального подхода к изучению культуры организации лежит доминирование идеи о том, что организации характеризуются стабильными, функционально обусловленными, ясными для осознания культурами, способствующими созданию единства внутри организации, необходимого для достижения общих организационных целей.

Структурные подходы (Р. Дафт, К. Хомбург, М. Хэтч, Ч. Хэнди, К. Пфлессер, Э. Уоринг и др.) фокусируются на связывании концепции корпоративной культуры с другими составляющими организаций, такими как организационная структура, идеология, политика организации. Культура организации, согласно теории структурного функционализма, «встроена в организацию как подсистема», и ее целью является развитие организационных целей и ценностей, определяемых руководством [240]. Идея взаимосвязанности всех характеристик организации, отличающая данный подход, позволяет рассматривать его в качестве методологической базы для междисциплинарных исследований корпоративной культуры.

По убеждению Э. Уоринга, функционалистский подход предполагает, что организационная культура существует как некая гармоничная желаемая модель, к подобию которой организации должны стремиться, и которой необходимо манипулировать в целях обслуживания корпоративных интересов [297]. Взгляд на корпоративную культуру с точки зрения функционализма – это всегда взгляд «сверху вниз» в том смысле, что она служит стратегическому императиву руководящего звена.

В рамках данного подхода корпоративная культура понимается и эксплуатируется как некий продукт организационной инженерии, предельно рациональная структура, состоящая из правил, норм, обязанностей, определяющих диапазоны, внутри которых человек может функционировать.

Анализ теоретико-методологических подходов позволяет сделать вывод о том, что в вопросах изучения корпоративной культуры преобладают макросоциологические подходы, такие как рационально-прагматический, феноменологический, структурно-функциональный. В пределах данных парадигм

можно выявить основные признаки той или иной корпоративной культуры, оценить корпоративную культуру с помощью определенного инструментария, изменить ее качества в целях повышения эффективности работы организации. Однако последнее десятилетие характеризуется интересом к новым подходам в области изучаемого вопроса, где индивид как носитель корпоративной культуры становится главным объектом исследования.

Появление данной тенденции вполне закономерно, так как «в начале XXI века в социологии возрастает интерес к тому, насколько человек может проявить свою индивидуальность в социальных структурах», и исследователи «пытаются распознать и понять смысл тех неформальных отношений и культурных практик, что скрыты от посторонних [13, с. 147]. Вживаясь в формальную систему, индивид подчиняется системе, а, становясь частью неформальной системы, он приобщается к культуре. Если формальную систему разрабатывают и искусственным образом внедряют, преодолевая сопротивление человека и приспособлявая его индивидуальность под готовую матрицу, то неформальную систему создает сам человек посредством коммуникации, вербальной и невербальной. Язык, мифы, легенды, обычаи, ритуалы являются здесь определяющими признаками при попытке описать и оценить ту или иную корпоративную культуру.

Таким образом, возникает потребность исследования корпоративной культуры на междисциплинарном уровне. При таком подходе корпоративная культура становится объектом изучения смежных дисциплин – когнитивной лингвистики, социолингвистики и др. Некоторые авторы (К.В. Ахраменко, Е.В. Харченко, Л.А. Шкатова, и др.) констатируют появление нового направления в науке – организационной лингвистики, призванной изучать организацию с точки зрения языковой коммуникации. Так, при неизменном объекте исследования (корпоративная культура) предметом исследования становится дискурс организации [101, с. 92].

Истоки дискурсивного подхода следует искать в работах Н.О. Доннел-Тружиллио, Г. Моргана У. Оучи, Л. Смирнич, А.О. Блинова, О.В. Василевской,

М. Пакиновского, определяющих корпоративную культуру как «смысловую систему», состоящую из специфических знаков и символов, в том числе и языковых [284]. Данная концепция, не являясь доминирующей, тем не менее, дала толчок возникновению базовых понятий когнитивной лингвистики – концепт, языковое сознание, когнитивная карта мира.

В лингвистических изысканиях последних лет прослеживается тенденция отхода от описательной лингвистики. Язык все больше интересует ученых не с точки зрения его внутренней структуры, а как некая коммуникативная модель, то есть с точки зрения его функционирования в контексте.

В фокусе внимания лингвистов находится речевое поведение членов корпорации, система коммуникации в организации. Изучение терминов, жаргона и других артефактов, бытующих в среде профессионалов, проводится в рамках когнитивной лингвистики, социологии, лингвокультурологии. Исследованиями подтверждается, что о сложившейся группе людей в рамках профессии можно говорить лишь тогда, когда выработан свой специфический язык (социолект), отражающий концептуальное ядро данной группы. Участники группы для успешного взаимодействия должны находиться в одной системе координат, языковой и ментальной.

О такой комбинации признаков группы, как о необходимой, писал Э. Шейн в своем фундаментальном исследовании организационной культуры: «Наличие общеупотребительного языка и концептуальных понятий группы является необходимым условием для достижения консенсуса и для обеспечения надлежащей внутригрупповой коммуникации» [106, с. 83].

Таким образом, язык становится неким устойчивым механизмом приобщения индивидов к той или иной корпоративной культуре. Язык регулирует и нормирует поведение индивида в профессиональной группе, формируют его мировоззрение. Вместе с тем, он является коммуникативным барьером на пути успешного общения для тех, кто незнаком с культурным пространством корпорации или по какой-то причине не принимает его законы. То есть, корпоративный язык помогает провести дифференциацию «свой – чужой».

Несомненным является также эксплицитное свойство языка: посредством языковых средств материализуется стереотипное восприятие мира, представление о нормах и ценностях, свойственное той или иной профессии.

Анализ приведенных источников позволяет утверждать, что в исследованиях корпоративной культуры отечественные и зарубежные ученые, в основном, опираются на три теоретико-методологических подхода: рационально-прагматический (культура корпорации рассматривается как экономический ресурс), интерпретативный (феноменологический), позволяющий изучить культуру любой компании как уникальное явление, возникающее естественным путем и способное к саморегуляции; структурно-функциональный, в основе которого – идея о том, что организации способны создавать и развивать только им свойственную культуру, являющуюся гарантом их успеха. Эти концепции, несмотря на свою влиятельность, обнаруживают некоторую ограниченность, так как при исследовании применяется методология отдельной науки (экономики, культурологи и др.)

Изучение корпоративной культуры на пересечении разных отраслей научного знания детерминировано сложностью и многогранностью данного феномена. В данном исследовании мы придерживаемся гносеологического плюрализма во взглядах на изучение феномена корпоративной культуры, подразумевающего разнообразие методологических подходов и открытость новым методам.

В этой связи актуальным представляется применение комплекса наиболее влиятельных подходов, включающих в себя широкий спектр инструментов диагностики и описания корпоративной культуры. Перспективным направлением в исследовании корпоративной культуры является применение дискурсивного подхода, позволяющего изучить культуру труда с позиции внутрикорпоративных коммуникаций и тем самым привнести новые аспекты в теорию и практику корпоративной культуры.

1.2. Формирование содержания понятия «корпоративная культура» в контексте современных исследований

Междисциплинарные аспекты концептуализации понятия «корпоративная культура».

Многообразие собственно теоретических исследований в социологии организаций, связанных с корпоративной культурой, относится к сути того, что представляет собой концепция культуры. Эта важная тема в теории организации стала дискуссионной, поскольку исследователи из разных сфер науки различными способами описывают природу корпоративной культуры, предлагают различные ее модели и методы оценивания.

Концепция культуры, проистекающая из изучения этнических и национальных различий, обеспечивает систему отсчета для интерпретации индивидуальных опытов и установления норм при определении того, что в организации считается законным и желательным.

Значительная часть исследователей, изучающих различные концепции понимания феномена культуры профессиональных сообществ, сходятся во мнении, что в современном обществе по-прежнему существует дихотомия «доминирующая культура – субкультура». Так, по мнению Т.Н. Персиковой, корпоративная культура любой организации сочетает в себе черты доминирующей культуры и субкультуры: «Если бы организации не имели доминирующей культуры и состояли только из множества субкультур, значимость корпоративной культуры как независимой составляющей организации была бы значительно меньше, потому что не было бы единого представления о поведенческой норме» [74, с. 6].

При этом доминирующая культура является выразителем базовых ценностей, принятых в обществе, и включает в себя глобальные компоненты восприятия корпоративной культуры, которые отличают одну организацию от другой [Там же]. В рамках определенной корпоративной культуры формируется

несколько отличная от других система духовных и материальных ценностей, и это позволяет говорить о корпоративном сознании конкретной социальной группы.

Анализируя влияние определенной культуры на индивидуума, О.А. Леонтович отмечает, что «ни один представитель культуры не знает всех ее деталей. Есть определенная часть культуры, которая должна быть известна всем ее носителям, часть, отбираемая на альтернативной основе в зависимости от потребностей коммуниканта, и, наконец, часть, которая используется ограниченно и очерчивается социальной ролью индивидуума в данном обществе» [58, с. 3]. Эту же мысль высказывает Е.Г. Фалькова: «Национальная культура – высший уровень; способ реализации соответствующих оценок и восприятий в конкретной организации – это корпоративная культура [98, с. 10].

Интересна и иная точка зрения. Например, известный американский социолог и футуролог Э. Тоффлер убежден, что структура постиндустриального общества исказилась настолько, что единой культуры с ее общими социетальными ценностями уже не существует, но есть множество субкультур [94, с. 9]. Ученый называет эти процессы децентрализацией и деконцентрацией, имея в виду возникшую в позднем современном обществе тенденцию отхода от какого-то ни было стандарта в поведении, идеологии, языке. Определение «массовое» применительно к культуре, сознанию приобретает все более формальный характер, а субкультуры все более диктуют стиль жизни. В контексте самих субкультур также происходят интересные изменения. Профессиональные корпорации все более закрываются, сознательно ограничиваются только им присущими знаниями и умениями. Требования внутри корпорации становятся все более жесткими: каждый ее представитель должен отдавать все больше времени и жизненных сил, повышая престиж профессии.

Н.Н. Сашенкова, исследовавшая феномен корпоративной культуры, считает, что «одна из главных причин существующего плюрализма во взглядах на корпоративную культуру состоит в том, что разные ученые, говоря о культуре, имеют в виду различные ее аспекты. Наверное, бессмысленно спорить о том, какой из подходов является единственно правильным. Ведь у культуры нет какой-

то универсальной «формулы», которую нужно «открыть». Каждый взгляд имеет право на существование и зависит от того, что конкретно интересует того или иного исследователя» [83, с. 8].

Теоретическое осмысление обозначенной проблемы затрудняет тот факт, что в вопросе определения корпоративной культуры не выработано единого методологического подхода и единой терминологической базы.

Л. Смирнич утверждает, что в социальных науках нет консенсуса относительно значения термина «корпоративная культура» [284; 285].

Д. Маколи, Д. Дюберли, П. Джонсон связывают неоднозначность толкования с тем, что корпоративная культура представляет «обширную и сложную область с множеством подходов, выдвигаемых различными теоретиками организации, пытающимися понять природу возникающей в ней культуры» [240].

Г. Хофстеде в своих более поздних публикациях утверждает, ссылаясь на абсолютное большинство авторов, что «культура – это нечто целостное, исторически определенное, связанное с явлениями, изучаемыми антропологами, но при этом социально сконструированное; гибкое, но, вместе с тем, трудно меняющееся» [190, с. 68]

Д. Бревиз, с другой стороны, заявляет, что «корпоративная культура рассматривается как представляющая некую общую приверженность конкретным видам отношений к организации, руководству, коллегам и статусным ролям» [134, с. 344]. Л. Смирнич в своих рассуждениях о феномене корпоративной культуры подтверждает эту мысль: «Когда теоретики организации развивают культурную аналогию, они, как правило, разрабатывают взгляд на культуру с точки зрения когнитивной антропологии, символической антропологии или, в гораздо меньшей степени, структурной антропологии и психодинамики» [284, с. 348].

Центральная роль организационной/корпоративной культуры в литературе по управлению объясняется тем, что эта социальная характеристика может быть основным фактором, определяющим организационное, групповое и индивидуальное поведение [179; 241; 7; 14; 16; 19].

Институциональная школа (как классические, так и новые ее варианты) неявно или явно адресует к таким элементам корпоративной культуры, как символы, миф и церемонии [234]. Такая трактовка восходит к трудам Э. Дюркгейма, научный вклад в теорию организации которого определяется его отношением к роли обряда и церемонии в создании и поддержании культуры сообщества. Речь идет об известном постулате организационной жизни, когда формальные структуры и процессы быстро приобретают церемониальное значение. Фундаментальным является вывод Э. Дюркгейма о том, что церемониальная деятельность способна, путем укрепления сообщества, активизировать членство, сделать организацию более эффективной и, как следствие, конкурентноспособной в рыночных условиях [151, с. 40].

Корпоративная культура – сложное явление, которое формирует повседневную жизнь корпораций и организаций и имеет множество различных определений, не лишенных, однако, некоторой односторонности [127]. В семантическом исследовании организационных культур Э. Петтигрю определяет корпоративную культуру как «систему публично и коллективно принятых значений, действующих для данной группы в данный момент времени». Эта система терминов, форм, категорий и изображений интерпретирует собственную ситуацию людей» [252, с. 574]. С. Барни соотносит корпоративную культуру со «сложным набором ценностей, убеждений, предположений и символов, которые определяют способ, которым фирма ведет свою деятельность» [127, с. 657]; в то время как П. Хаггет говорит о «моделях поведения, формирующих прочный шаблон, с помощью которого идеи и изображения могут быть перенесены из одного поколения к другому или из одной группы в другую» [168, с. 238]. Г. Хофстеде определяет культуру как «коллективное программирование ума, которое отличает одну группу или категорию людей от другой» [186, с. 89]. С. Роббинс интерпретирует культуру организации как «социальный клей», работающий на поддержание целостности организации» [263, с. 394]. Отечественный автор Т.О. Соломанидина теоретически обосновывает предположение, что корпоративная культура – «<...это социально-духовное поле

компании» [89, с. 10]. По мнению Б.Ф. Усманова, «организационная культура представляет собой собою традиции и манеру поведения, в которых воплощаются основные ценности организации, ее кадрового состава» [97, с. 35].

В теории организации дискуссионным также является вопрос о соотношении понятий «корпоративная культура» – «организационная культура».

Так, в многочисленных исследованиях, посвященных изучению культуры компании, термины «корпоративная культура» и «организационная культура» трактуются как однорядовые. Западные авторы, специалисты по данной проблематике, традиционно не делают различия в этих понятиях. Это объясняется тем, что вопросы культуры предприятия впервые экспериментально стали изучаться в крупных американских корпорациях. В результате этих исследований было выявлено существование внутри корпорации особой среды, мотивирующей поведение индивидов и влияющей на эффективность производства. Теоретически это явление было определено как «corporate culture», или культура корпорации. Одно из первых исследований в сфере корпоративизма осуществил М. Вебер, который обозначил способы самоорганизации корпорации, взаимосвязь морально-этических принципов и социально-экономических достижений отдельных корпоративных структур. Речь идет именно о корпорации как о замкнутой группе людей, формирующейся в процессе профессиональной деятельности. Но, по мере развития социальной инфраструктуры, возникает термин «организационная культура», так как культура присуща не только крупным корпорациям, но и любой профессиональной организации. Постепенно происходит замещение одного термина другим, и под организационной культурой понимается статусно-ролевая и профессиональная культура любой компании.

Вопрос о феномене организационной культуры утверждается в качестве доминирующей проблематики западных организационных теорий и других областей организационных исследований в последнее десятилетие XX столетия. Концепция организационной культуры считается, по утверждению Л. Гарриса, «одной из самых увлекательных и неуловимых тем для ученых-исследователей», которой с 1980 года посвящены более чем 4600 статей [176, с. 31]. Обширная

литература по изучению организационной культуры была представлена усилиями западных исследователей (С. Акройд, Т. Дил, М. Джелинек, К. Камерон, Э. Кеннеди, П. Кроуди, Г. Кунда, С. Линстид, Д. Маколи, У. Оучи, Л. Смирчич, М. Паркер, Т. Питерс, Г. Хофстеде, Р. Уотермен, М. Элвессон, П. Энтони и др.).

Необходимо учитывать, что авторы этих работ используют термины «корпоративная культура» и «организационная культура» как взаимозаменяемые. Согласно общей тенденции, определяющей специфику западной теории организации, данный предмет изучения будет определяться термином «корпоративная культура».

Следует, однако, отметить, что более ранние работы некоторых исследователей, изданные в 60-е годы, предопределили возникновение интереса к феномену организационной культуры как к новому аспекту изучения организации или как «метафоре организационной жизни», по выражению Г. Моргана [238]. Так, в работах П. Блау и У. Скотта впервые замечается, что организация – это симбиоз формальных и неформальных структур и практик, поэтому эффективное оценивание работы организации невозможно без акцентированного внимания к неформальной стороне ее функционирования [133].

Однако только в 1978 году исследователем Т. Питерсом был проведен первый крупный анализ неформальных структур и отношений организации с фокусированием на корпоративной культуре и управлении, усилив тем самым внимание к организационной теории [251].

За этим последовала значительная работа Э. Петтигрю, в которой он предположил, что культуры, сформированные в организациях, состоят из когнитивных систем, определяющих способ мышления, мировоззренческие ориентиры, специфику процесса принятия решений людей, объединенных в трудовой коллектив [252]. Здесь термин «организационная культура» применяется к ценностям, убеждениям, взглядам и мнениям, характерным для одной организации. Э. Петтигрю также выдвинул идею о многоуровневой природе культуры, утверждая, что на самом глубоком уровне культура состоит из сложного набора значений, предположений и убеждений, определяющих, каким

образом фирма ведет свою деятельность [252]. В то же время Д. Пфелфер предложил рассмотреть тезис о том, что в организационной среде может возникнуть множество культур, при этом отдельные организационные структуры, вероятно, будут развивать отличительные идеологии и структуру ценностных ориентаций [253].

Мощный импульс дальнейшего изучения этой темы придала серия публикаций практического характера, появившихся в конце 70-х годов – начале 80-х годов, в которых исследователи синтезировали идеи Э. Петтигрю, изложив их в доступной форме для практиков того времени. Как отмечают С. Барли и К. Кунда, вдохновением для этих работ явилось увлечение японскими стилями управления в организациях [125, с. 381]. К концу 70-х годов растущая глобальная конкурентоспособность Японии вызывала восхищение и некоторое опасение исследователей, журналистов и практиков. «Искусство японского менеджмента» Р. Паскаля Э. Азоса, «Корпоративная культура» Т. Дил Э. Кеннеди, «В поисках превосходства» Т. Питерса и Р. Уотермен, «Теория Z» У. Оучи, – в каждом из этих научных трудов доказывалось конкурентное преимущество компаний и организаций с наличествующими в них общими ценностями и смыслами.

Однако вопрос терминологии оставался открытым. Так, Ч. Барнард и Г. Саймон говорят об организационной морали, А. Кеннеди и У. Оучи – об идеологии организации, экспериментально доказывая успешность организаций с сильной идеологией. Необходимость выработки адекватной терминологической базы вызвала к жизни первые теоретические труды, посвященные культуре организации.

Так, осмысливая сущностные аспекты организации, Т. Парсонс через определение организации вводит понятие социокультурной модели, которое в большей степени релевантно понятию культура корпорации, чем ранее предложенные термины. Таким образом, Т. Парсонс впервые акцентирует внимание на том, что особая среда внутри организации – это культурный феномен.

Собственно термин «организационная культура» вводит в научный оборот Э. Петтигрю, обосновывая идиоматическую связь входящих в него понятий. Начиная с 80-х годов прошлого века, благодаря теоретическим изысканиям Э. Шейна, К. Камерона, Р. Куинна, А. Кеннеди, ставшими классикой, культура организации начинает рассматриваться как самостоятельный феномен и в теории сливается с концепцией корпоративной культуры.

Подход, предполагающий тождественность организационной и корпоративной культуры, является самым распространенным и теоретически обоснованным. Его придерживается большинство исследователей, в том числе и отечественных, например, 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. Однако следует отметить, что при таком подходе неизменно сужается и значительно упрощается проблематика исследования этих двух различных по сути понятий.

Исследователи Б.З. Мильнер, В.А. Спивак, С.В. Щербина и др., не отрицая тождества, осмысливают соотношение организационная культура – корпоративная культура через философские категории «общее» – «частное». Предполагается, что организационная культура включает в себя корпоративную. Так, Ю.Д. Красовский отмечает, что термин «организационная культура» является первичным, а термин «корпоративная культура» – производным, характерным только для крупных предприятий – акционерных товариществ. [53, с. 12]. И.В. Грошев склонен рассматривать понятие «организационной культуры» применительно к локальной отраслевой организации, в то время как термин «корпоративная культура» он соотносит с культурой многопрофильной международной корпорацией [28, с. 12]. По мнению Э.А. Капитонова, организационная культура, сформировавшаяся в индустриальную эпоху, является предтечей корпоративной культуры, выступающей качественно новой формой организации культурного пространства в постмодернистском обществе: «Данные разновидности культуры имеют нормативные, стилевые, функциональные особенности, которые являются внутриорганизующим началом корпоративных и

современных корпоративных отношений, выражающих специфику жизнедеятельности экономических и постэкономических корпораций» [40, с. 19].

Однако ряд исследователей, исходя из разницы в семантике терминов «организация» и «корпорация», принципиально разделяют эти типы культур. Например, Ж.Г. Тощенко и Н.Н. Могутнова, анализируя их этимологию, приходят к выводу, что это «разные явления, имеющие пересечение в своих элементах» [70, с. 133]. Объединяющими элементами при этом определяются атрибуты, цель организации и условия труда. Различие же этих двух типов культур состоит в их внутренней составляющей. Для организационной культуры – это формальная, предписывающая сторона работы организации, проявляющаяся в ведении документации, в способе управления. Корпоративная культура признается более широким явлением, охватывающим многие аспекты деятельности организации. И. Воронин и М. Козлов считают, что «организационная культура базируется на инструментальных ценностях профессиональной деятельности, то есть на значимых для их носителя способах решения, стоящих перед организацией и работниками задач, осуществления карьеры. Корпоративная культура опирается преимущественно на терминальные ценности, то есть на представления о смыслах жизни, о нормах взаимоотношений в коллективе» [20, с. 58].

Автор разделяет данную точку зрения, отмечая концептуальные различия в понимании обсуждаемых феноменов.

Действительно, понятие организационной культуры применимо к фирмам, компаниям, организациям, и не всякая организация является корпорацией. Кроме того, организация всегда подразумевает некую структуру, поэтому логично предположить, что организационная культура жестко структурирует отношения внутри организации при помощи уставных документов, приказов, нормативной базы. То есть, организационная культура является механизмом управления. Корпоративная культура – это доминирующий определитель организации, включающий в себя базовые ценности и согласованные интерпретации поведенческих норм. Корпоративная культура отражает как очевидные, так и

невыраженные, часто незаметные аспекты жизни организаций, в том числе межличностные отношения ее членов, эмоциональную сферу.

Таким образом, корпоративная культура представляется сложным явлением духовного и материального плана, охватывающим и процесс производства и индивида в этом процессе.

Некоторые авторы в своих размышлениях о генезисе корпоративной культуры отмечают, что ее теоретические основы начали разрабатываться одновременно с накоплением эмпирического материала [126; 139]. Исследователи – практики, описывая историю успешных организаций и корпораций, подчеркивали важность общих ценностей и убеждений и их влияние на поведение членов организации, в то время как академические исследователи делали попытку концептуализировать и структурировать устойчивые наборы базовых смыслов и значений, проявляющихся в организациях и корпорациях. Д. Чатмен отмечает, что академические исследования в первую очередь ориентированы на понимание феномена культуры в организациях и корпорациях, в то время как научные отчеты практиков часто связаны с контролем и прогнозированием деятельности организации [139, с. 465]. В работах последних прослеживается заинтересованность в управлении корпоративной культурой, стремление найти способы коррекции и изменения ее элементов с целью удовлетворения потребностей организаций и корпораций.

Так, У. Уайт, анализируя социальную структуру ресторана как организации, представляет ее как согласованный набор взаимодействующих между собой социальных статусов, гендерных и профессиональных групп. Он рассматривает эти составляющие как контекст, в котором протекает рабочий процесс [305].

Этнографическое исследование Т. Ролена представляет анализ социальной структуры банка в аспекте церемониальных особенностей корпоративной культуры и ее потенциала для карьерного роста работников [265]. В своих обобщениях ученый применяет термин «идеология» как ярлык для доктрин, символов, правил и ритуалов, посредством которых организация проводит свою доктрину и формирует свой кадровый состав.

Эмпирические исследования корпоративных культур в рамках семиотического подхода были осуществлены А. Ван Маненом, описавшем процесс социализации полицейских новобранцев через корпоративную культуру [293]. Э. Уилкинз исследует корпоративную культуру, сложившуюся в известной электронной компании [302]. Прикладные исследования М. Розена посвящены анализу символизма власти, статуса, условий процветания в одной из рекламных фирм [270]. Н. Трайс и И. Бийер, в свою очередь, обращают внимание на важность ритуалов в жизни корпораций и организаций на основании сравнительного анализа двух общественных организаций [289]. С. Барли осуществляет лингвистический анализ организационных и профессиональных культур похоронных бюро и аналитические исследования процессов структурирования организации, возникающих при внедрении новой технологии [126].

Интересный подход к изучению корпоративных культур посредством когнитивных процессов, протекающих в них, был предложен К. Гиртцем в его анализе символического значения ритуалов в балийских петушиных боях [162]. В работах К. Вейка и К. Робертса также был сделан акцент на способности корпоративной культуры интегрировать знания, координировать действия в соответствии со статусом членов экипажа авианосца [298].

Большинство из перечисленных авторов в своих исследованиях использовали качественные методики, опираясь на полевые наблюдения с временным диапазоном от шести месяцев до двадцати лет.

На ранних этапах изучения корпоративной культуры традиционно считалось, что исследование культуры требовало качественных методов, в то время как организационный/корпоративный климат, напротив, изучался с помощью количественных методов исследования. В этой перспективе различие между культурой и климатом было совершенно ясно.

В исследованиях корпоративных культур более позднего периода авторы отдают предпочтение количественным методам изучения, что, по мнению Д. Денисона, «противоречит эпистемологическим основам исследований

культуры в теориях организации» [144, с. 620]. В результате, многие из относительно современных количественных исследований корпоративной культуры стали «практически неотличимы от исследования в старой и ныне забытой традиции изучения организационного климата» [Там же].

Действительно, различие между понятиями культуры и климата в исследованиях не всегда прослеживается. Некоторые авторы заявляют, не комментируя, что «культура – это не климат» [282, с. 32]; другие же предполагают, что различие между климатом и культурой имеет методологический характер, поскольку исследование климата в организациях и корпорациях основывается на социальной психологии, в то время как работы по изучению корпоративной культуры организации базируются на антропологии [166]. Д. Денисон, задаваясь целью дифференцировать означенные понятия, предположил, что культура относится к глубинным структурам организаций, укорененным в ценностях, убеждениях и допущениях, разделяемых членами организации. Климат же, по мнению Д. Денисона, ограничен аспектами социальной среды, которую вполне осознанно воспринимают члены организаций [144].

Современные исследования корпоративных культур, имеющие эмпирические основания, по большей части, направлены на изучение связи между корпоративными культурами и экономическими успехами организаций и корпораций. Так, показательными являются работы З. Рашида, который, изучив взаимосвязь между типами корпоративной культуры (консенсуальной, предпринимательской, бюрократической и конкурентоспособной) и производительностью, установил в ходе исследований, что организационная культура сыграла важную роль в повышении финансовых показателей [260]. Также можно сослаться на исследования Р. Манина, который, изучая различные культурные модели больниц высокого и низкого класса, нашел, что корпоративная культура и производительность связаны [226]. По мнению Э. Фламхолтца, общее признание того, что корпоративная культура влияет на производительность, основано на идее влияния культуры на достижение цели

организации. Вероятность достижения целей выше в компаниях с сильными культурами, в сравнении с компаниями, где культура относительно слабая. В частности, культура рассматривается как критическая область организационного развития или ключевой стратегический строительный блок для успешных организаций [158].

Таким образом, с появлением ранних работ Г. Хофстеде, Э. Петтигрю, Т. Питерса, Т. Дила и Э. Кеннеди и других в западной социологической традиции возникла школа корпоративной культуры, предположения и наработки которой были интегрированы в последующих исследованиях. Однако авторам более поздних публикаций также не удалось избежать эклектичности и некоторой теоретической неопределенности в попытках унификации понятия корпоративной культуры. Изобилие концепций корпоративной культуры, отличающихся высокой степенью абстракции и часто ограниченных определенными контекстами изучения, «сохраняет отсутствие общей парадигмы и препятствует процессу накопления знаний» [292, с. 461].

Тем не менее, несмотря на различные предпосылки, Д. Маколи обнаружил, что «в организационных исследованиях, проведенных подавляющим большинством авторов, соотносятся, по крайней мере, некоторые классифицирующие признаки в определении культуры организации, позволяющие трактовать культуру «как совокупность интересов, ценностей, убеждений, норм, общего понимания идентичности и миссии организации» [240, с. 92].

Это обстоятельство дает возможность говорить о некоторой степени согласованности мнений экспертов-исследователей корпоративной культуры.

Однако дальнейшее формирование данной дефиниции осуществляется в различных традициях ее толкования и применения (С. Акرويد, М. Джелинек, Т. Дил, Э. Кеннеди, П. Кроуди, К. Кунда, С. Линстид, Д. Мартин, У. Оучи, Л. Смирнич, М. Паркер, Т. Питерс, Р. Хирш, Г. Хофстеде, М. Элвессон, П. Энтони, Р. Уотермен и др.).

Неоднородность этих источников затрудняет попытку обобщения концепции корпоративной культуры, не прибегая к упрощению.

Д. Маколи определяет в организационных исследованиях три традиции, в каждой из которых выдвигается особая концепция корпоративной культуры.

Первая традиция предлагает «модернистский взгляд на культуру», рассматривающий культуру организации как «нечто встроенное в организацию как подсистема» [240, с. 92]. Так как, в рамках данной традиции, культура корпорации понимается как то, что принадлежит корпорации и что можно изменить, исследователи, ее сторонники, побуждают менеджеров к манипулированию корпоративной культурой. [124; 246; 284; 142; 141]. Управлению в этой перспективе поручено создание гармонии и стабильности корпорации путем установления отношений, связывающих управление культурой с успехом организации [246; 142; 251]. Культура здесь понимается, в целом, как «рычаг» управления, инструмент для достижения организационных целей и, в то же время, как результат управления. Если управляющее звено по какой-то причине игнорирует свои обязанности, корректирующая функция корпоративной культуры, поддерживающая деятельность организации, неизбежно ослабевает. Первоначально сильная культура становится слабой, и успешность организации претерпевает ущерб.

Ярчайшими представителями этой традиции являются Т. Питерс и Р. Уотермен «В поисках превосходства», У. Оучи, М. Паркер «Теория Z» [249, с. 10]. Это то, что также часто упоминается в литературе как основной, или функционалистский подход.

В этой перспективе корпоративная культура – это образ корпорации, ее характер или климат, который может контролироваться корпорацией, приближаясь к некоей норме, для наилучшей адаптации корпорации в окружающей среде [239; 284; 220; 189; 221].

Вторая традиция описания корпоративной культуры в теории организации обозначена Д. Маколи как «неомодернистская», приверженцы которой предлагают «начать с человеческих ресурсов» [240, с. 100]. Данная традиция

исследований, наметившись в первой половине прошлого века, бросает вызов функционалистскому подходу и обращается к вопросам о месте «человека в организациях» [272]. В работах некоторых исследователей (Г. Морган, Л. Смирнич) данная традиция обозначена как интерпретирующий подход. Например, Э. Глендон и Н. Стентон, использующие этот термин, исходят из идеи о том, что корпоративная культура служит тем контекстом, в котором члены корпорации «интерпретируют свою коллективную идентичность, убеждения и поведение» [165, с. 194].

«Неомодернистская» традиция оформилась в рамках двух школ: движения, получившего название «школа человеческих отношений», тесно связанного с Гарвардской Бизнес-школой, и так называемой «демократической организацией», которая продвигала идею расширения прав и возможностей всех членов организации» [240, с. 100].

Движение за «человеческие отношения» было подкреплено убеждениями, что идеи социальных наук, таких как психология, социология и антропология, могут быть использованы для разработки инновационных и практических теорий наиболее эффективных способов создания отношений между людьми и организациями [199; 267; 240]. М. Паркер и Д. Маколи сходятся во мнении, что речь идет все о том же модернизме, но в новых одеждах. Однако новое движение интересно тем, что дает возможность конструировать позитивную корпоративную культуру, учитывая человеческий фактор [250; 240]. При этом созданные модели будут иметь практические приложения для менеджеров в организациях. Анализ этих наработок мы находим в исследованиях Э. Шейна: «Возник большой интерес к пониманию культуры и управлению ею, поскольку культура воспринималась не только как концепция, которая могла бы объяснить многие организационные явления, а также то, чем лидеры могли манипулировать для создания эффективной организации» [280, с. 48].

Ключом к пониманию позиции авторов, причисляемых Д. Маколи к «неомодернистской» традиции, является мысль о том, что культура рассматривается как нечто, что *создается* членами корпорации, и эта культура

возникает из повседневного взаимодействия людей. [280; 274]. При таком подходе становится очевидным, что управленческое звено ограничено в своих возможностях по корректировке нежелательных культурных факторов, а также построению новой культуры и вытеснению старой. В этой перспективе культура является фактором в организации, или, как выразилась Л. Смирнич, организация сама «есть» культура [284]. Следовательно, члены организации могут только соответствовать доминирующей культуре и приспосабливаться к ней без возможности изменить или улучшить в соответствии со своими предпочтениями. Современный исследователь организационных теорий Р. Харизало считает, что корпоративная культура эволюционирует медленно и независимо, настолько медленно, что временные ее изменения трудно идентифицировать. При этом люди, носители этой культуры, оказывают на нее незначительное влияние [178].

Последняя традиция, провозглашаемая Д. Маколи, – это «постмодернистская» точка зрения в теории организации, которая характеризуется уникальным способом восприятия корпоративной культуры. Авторы, работающие в этой традиции, считают, что «концепция корпоративной культуры по существу неоднозначна и раздроблена и что иные модели культуры – попытка навязать модель порядка, где нет порядка» [240, с. 92]. Культура здесь понимается как колеблющаяся структура в соответствии с изменениями организационных обстоятельств [115; 250].

Отвергая возможность существования единой культуры в организациях и корпорациях, основанной на совместном использовании общих ценностей и норм, постмодернисты указывают на конфликты, связанные с распределением властных полномочий и привилегий в организации [115; 180; 116]. Так как организация внутренне неоднородна, всегда есть более влиятельные организационные уровни и менее влиятельные, чьи интересы и потребности зачастую игнорируются, – в этом случае организационные ценности элиты интегрируются в единую культурную традицию.

Кроме того, предпосылкой возникновения конфликтов может стать существование в организациях и корпорациях различных групп, носителей

различных субкультур, со своими узкоконтекстными целями и интересами, что дает возможность говорить о дифференцированной корпоративной культуре.

Наряду с процессами интеграции и дифференциации корпоративной культуры постмодернисты, как фактор фрагментизации культуры выдвигают концепцию неоднозначности толкования культурных феноменов.

Так, М. Элвессон говорит об отсутствии какого-либо порядка и последовательности в проявлениях корпоративной культуры, так как эти проявления в зависимости от контекста могут иметь разные значения, порождая некоторую двусмысленность [115, с. 161]. Например, такой организационный показатель как производительность может быть понят и определяется по-разному на разных уровнях организации и может иметь другое измерение в зависимости от точки зрения; краткосрочная и долгосрочная ориентация корпоративной культуры также находится в постоянном изменении [Там же, с. 44]. По-разному интерпретируя один и тот же культурный феномен, носители корпоративной культуры создают новые значения культурных проявлений. М. Элвессон убежден, что вариативность, фрагментированность и несоответствия в толковании и понимании культурных проявлений должны быть учтены при изучении корпоративной культуры [Там же].

Таким образом, как модернистский и неомодернистский взгляд на корпоративную культуру объединяет «приверженность к установлению окончательного понимания или утверждения последнего слова о природе организационной реальности посредством процесса свертывания дискуссий, который дает привилегии определенным прочтениям и точкам зрения, подавляя и отрицая альтернативные высказывания» [203, с. 38]. Постмодернистский подход к феномену корпоративной культуры отличается субъективизмом, отрицающим возможность универсального закона корпоративной культуры.

Изучение типов и моделей корпоративной культуры в зарубежных научных исследованиях.

Изучение типов и моделей корпоративной культуры является преобладающей перспективой в концептуальном развитии культуры [179; 223]. Типы корпоративной культуры были широко изучены, поскольку они, как известно, являются «полезным инструментом в дифференциации, основанной на культуре» [262, стр. 819]. Действительно, предположение о том, что определенные типы корпоративных культур приводят к превосходным организационным показателям, является одной из основных причин интереса к вопросам корпоративной культуры [268].

Типологические подходы в теории корпоративной культуры основаны на выявлении заданных ключевых характеристик, в своей совокупности служащих основанием для объединения организаций в определенные категории. Корпоративные культуры, проанализированные на различных основаниях и оцененные в разных измерениях, концептуально отличаются, однако предложенные исследователями модели и теории, несмотря на явные различия, обнаруживают принципиальную аналогию [306]. Кроме того, «распределение организаций по типам часто не является четким. Из-за их априорной природы и частого отсутствия определенных эмпирических ссылок и точек отсечения типологии трудно использовать эмпирически» [235, с. 1182].

Например, И. Уоллах дифференцирует корпоративные культуры на основании степени закрепощенности их организационных структур, выделяя бюрократические, поддерживающие и инновационные культурные типы [294]. В то время как Д. Мартин говорит о типах интеграции, дифференциации и фрагментации [230].

К. Камероном и С. Фриманом были предложены клановый, адхократический, иерархический и рыночный типы культур [137]. Опираясь на исследования К. Камерона и С. Фримана, Р. Дишпанд, Д. Фарли и Ф. Вебстер отмечают, что, поскольку культуры определяемы смыслами, предположениями и интерпретациями членов организации и общий набор измерений организует эти факторы как на психологическом, так и на организационном уровне, может быть получена модель типов культуры. Эти типы культуры основаны на двух осях. В

первой описывается континуум от органических структур к механистическим, и основное внимание уделяется тому, является ли организация более гибкой и спонтанной в противостоянии контролю, порядку и стабильности. Во второй подчеркивается ориентация на внутреннюю деятельность (сглаживание деятельности, интеграция) в противоположность внешнему позиционированию (конкуренция и дифференциация). Р. Дишпанд и др. используют данные оси для оформления двухсторонней модели, включающей четыре типа организационной/корпоративной культуры, а именно:

1) тип клановой культуры, в которой подчеркивается сплоченность, участие и командная работа;

2) тип культуры адхократии, с акцентом на ценности предпринимательства, творчества и адаптивности;

3) тип культуры иерархических отношений, в которой приоритетны порядок, правила и положения;

4) тип рыночной культуры, ориентированной на прибыль, понимаемую как основная цель, на «выживание» организации в условиях рыночной конкуренции. [146].

Э. Шейн, описывая модель организационной культуры, прибег к аналогии с видимыми и невидимыми частями айсберга. Исследователь говорит о многоуровневой природе организационной культуры, имеющей явные и скрытые проявления, поэтому путь исследования организационной культуры, по Э. Шейну – это путь от неявного к явному.

Э. Шейн исходит из предположения, что у членов одной организации или корпорации в результате совместной трудовой деятельности формируются общие способы мышления, часто имеющие шаблонный характер. Автор определяет их как невидимые элементы организационной культуры, образующие коллективные базовые представления организации. Они могут включать некие «молчаливые» правила, неосознанные, но глубоко укоренившиеся, и именно в них может корениться объяснение, почему все происходит определенным образом. Многие исследователи отмечают этот уровень концепции Э. Шейна как наименее

проработанный и подвергающийся критике. Однако, вместе с тем, авторы, опирающиеся в своих исследованиях на концепцию организационной культуры Э. Шейна, в большей степени сосредотачиваются именно на этом уровне, как это делает, например, Г. Хофстеде.

Классифицируя поведенческие нормы как структурный элемент организационной культуры, Э. Шейн помещает их на промежуточный уровень, так как они невидимы, но имеют тесную связь с поведением, которое легко можно наблюдать. Это, как правило, социальные нормы и убеждения, принятые организацией после того, как они были продемонстрированы лидерами и конституированы как успешные и полезные, например, пунктуальность, требование определенного стиля в одежде, требование субординации.

На этом уровне исследователь, изучающий культуру организации, часто имеет дело с «любимыми» ценностями организации (если воспользоваться лексикой К. Аргириса и Д. Шона), или с ценностями, декларируемыми руководящими силами организации, заинтересованными в создании «желаемой» корпоративной культуры. В соответствии с данными ценностями обычно сформулированы миссия, стратегия, политика и идеология организации [120].

Однако «любимые» ценности, неподкрепленные историей организации и не поддержанные ее участниками разных уровней, часто на практике становятся не более чем лозунгами, не являясь «рабочим» механизмом выработки организационных норм.

Ценности, нормы и убеждения, являющиеся культурным продуктом организации, субъективны вследствие своей нематериальной природы. Но, вместе с тем, они способны материализоваться в наблюдаемых формах корпоративной культуры – обрядах, ритуалах, обычаях и традициях, то есть в известных всем и часто повторяющихся практиках. Это, так называемый «поверхностный» уровень корпоративной культуры, наиболее доступный восприятию и фиксации органами чувств [208, с. 14].

Г. Хофстеде мыслит о корпоративной культуре как о конструкции, которая проявляется в организации и корпорации в результате расположения организации

в контексте конкретного общества [184]. Им построена модель культурных измерений, которая включает в себя пять позиций: дистанция власти, индивидуализм или коллективизм, мужественность и женственности, преодоление неопределенности и долгосрочную или краткосрочную ориентацию [185].

1. Дистанционное расстояние власти измеряет неравенство в обществе. Эта характеристика определяет степень неравенства, допустимую в национальной культуре: чем больше дистанция власти, тем выше уровень социального неравенства [187, с. 27-28]. Данное измерение дифференцирует отношения между руководителями и подчиненными как далекие и формальные, или закрытые и неформальные.

2. Индивидуализм и коллективизм – параметры, определяющие зависимость индивида от группы, которую он представляет. Это, в основном, относится к тому, что является приоритетным для индивида: собственные интересы или интересы группы [Там же, с. 50].

3. Мужской и женский тип культуры характеризуют ее представителей в отношении наличия-отсутствия таких качеств, как честолюбие, настойчивость, решительность, нацеленность на успех.

4. Преодоление неопределенности – степень, в которой люди стремятся минимизировать неопределенность в отношении того, насколько они терпимы к двусмысленности.

5. Долгосрочная или краткосрочная ориентация – измерение, разработанное, чтобы различать Восток и Запад. Этот показатель подразумевает долгосрочный и краткосрочный аспекты конфуцианского мышления, проявляющиеся в долгосрочных ценностях, таких как настойчивость и бережливость, и краткосрочных ценностных ориентациях, проявляющихся в стремлении к личной стабильности и уважении к традициям [188].

Опрос Г. Хофстеде проводился в рамках всемирной организации IBM, корпоративная культура которой основана на приверженности общим ценностям и кодам поведения, но на региональном уровне корпоративная культура будет

испытывать влияние ценностей, привносимых членами организации – представителями региональных сообществ.

Модель корпоративной культуры Г. Хофстеде представлена диаграммой в виде двух перекрещивающихся слоев, где ценности выделяются как ядерный компонент культуры, мало подвергающийся каким-либо изменениям на протяжении всей истории корпорации. Поддерживать ценности, по мнению Г. Хофстеде, призваны «герои» корпорации, известные личности, оставившие в истории корпорации осязаемый след, и унаследованные от предшественников ритуальные действия.

Исследование Р. Гестеленда предоставляет иную модель анализа влияния национальной культуры на организационную культуру. Исследование представляет собой руководство по выявлению специфических качеств национальных культур и предотвращению конфликтов в процессе организации совместной трудовой деятельности их представителей. Анализ существенных черт каждой культуры предлагается вести по четырем критериям.

Р. Гестеленд выделяет культуры, ориентированные на партнерские товарно-денежные отношения, и культуры, построенные на основе межличностных отношений и коммуникации. Исходя из терминологии, культуры, ориентированные на деловые отношения, характеризуются прямой связью, конфронтационным поведением и подчеркнутой ответственностью за деловые соглашения. В странах Северной Европы, Северной Америки, принадлежащих к этой группе, культурная деловая практика нацелена на решение деловой задачи, деловые переговоры часто ведутся по телефону, или в онлайн-переписке, то есть в отсутствии личного контакта. Напротив, культуры, ориентированные на отношения, характеризуются построением отношений, косвенными коммуникациями и часто неконфронтационным поведением. В арабской деловой этике, а также в деловых культурах Азии, Африки и Латинской Америки для установления деловых отношений и доверия важно предварительное личное знакомство [164, с. 20].

Р. Гестеленд также предлагает типологию по классификационному признаку «формальные – неформальные культуры». Неформальные культуры характеризуются простыми правилами, небольшими различиями в статусе и фамильярностью межсубъектного общения, тогда как формальные – это культуры жестких иерархических структур, с более строгими правилами и нормами [Там же, с. 47].

По мнению Р. Гестеленда, есть основания дифференцировать экспрессивные и замкнутые корпоративные культуры. Проявления данных типов культур коренным образом отличаются друг от друга. Экспрессивные культуры, представителями которых, по мнению Р. Гестеленда, являются народы Средиземноморья, Латинской Америки, изобилуют выразительными возможностями, в числе которых мимика, жестикуляция, возможность физического контакта при взаимодействии, повышенная эмоциональная тональность речи, постоянный визуальный контакт, свидетельствующий об искренности. Для замкнутых культур, напротив, характерна уравновешенность и сдержанность, даже некоторая отчужденность. Образцы этих культур можно наблюдать в восточных странах, в странах Юго-Восточной Азии, а также в Северной Европе и Германии [Там же, с. 68].

В основе четвертого критерия дифференциации культур лежит отношение ко времени. По этому критерию Р. Гестеленд разделяет культуры на монохронные, с жестким отношением ко времени, и полихронные, воспринимающие время как «текучее» [Там же, с. 57]. В монохронных культурах ценится пунктуальность, своевременность, упорядоченность. Полихронные культуры (а это весь арабский мир, Латинская Америка, часть Азии, Африка) демонстрируют размытые представления о пунктуальности [Там же].

В поисках преодоления некоторых социокультурных противоречий международного менеджмента Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпдэн-Тернер предлагают модель корпоративной культуры, призванную проиллюстрировать предсказуемость реакций представителей разных этносов на различные подходы к управлению. Данная модель содержит семь измерений:

1. Отношение к этическим нормам, закону, межличностным обязательствам (универсализм, партикуляризм).
2. Отношение к подразделению и группе (индивидуализм, коллективизм).
3. Поведение (умеренность, эмоциональность)
4. Восприятие мира (сегментация, цельность).
5. Сдерживание социального статуса (достижение и присвоение статуса).
6. Отношение ко времени (последовательное или синхронное).
7. Отношение к окружающей среде (стремление к консенсусу, соперничество и достижение ваших собственных целей).

В ходе эмпирических исследований авторы обнаружили, что существует возможность полного взаимопонимания между представителями разных этносов в процессе делового сотрудничества, обусловленного врожденным стремлением человека к новому и признанием различий между культурами [290, с. 19].

Применяя заявленные измерения для диагностики корпоративных культур, авторы выделяют четыре возможные типы культуры: «Инкубатор», «Управляемая ракета», «Культура семьи», «Культура Эйфелевой башни» [291, с. 365]. Основным дифференциальным признаком указанных типов является степень централизации власти. В организациях, которые условно можно отнести к типу «Инкубатор» или «Управляемая ракета», «структура свободна и гибкий контроль осуществляется посредством убеждения и взаимной заботы о потребностях и ценностях других членов» [Там же]. Это ориентированные на человека корпоративные культуры, которые, по мнению авторов, более всего приближены к некоему идеалу.

Для описания моделей «Культура семьи» и «Культура Эйфелевой башни» Ф. Тромпенаарс и Ч. Хэмпдэн-Тернер используют метафорический образ Эйфелевой башни, олицетворяющий силу и мощь централизованной власти, наблюдаемые в этих культурах. Авторы замечают: «Сила таких организации зиждется на автократическом лидере, который, как паук в паутине, руководит организацией» [Там же, с. 366]. Как следствие этого, члены организации стремятся быть как можно ближе к центру, так как это источник силы.

Следовательно, климат организации наполнен интригами и манипуляциями» [Там же].

По мнению авторов, данная модель хорошо адаптирована к современным условиям менеджмента и позволяет проанализировать социокультурные изменения в организациях с точки зрения их приближенности к идеальному типу корпоративной культуры.

Модель культурных измерений Р. Хауса, П. Хенджа, М. Джевидена нацелена на выявление связей между организационной культурой и организационным лидерством. Авторы выделяют девять измерительных показателей культуры, среди которых: акцентуализация на перспективу, отсутствие гендерных различий, приверженность цели, ориентация на гуманизм, институциональный коллективизм, ориентация на результативность, дистанцирование власти и избегание неопределенности. Р. Хаус заметил некоторые отрицательные корреляции между культурными ценностями в семи измерениях из девяти. Он пришел к выводу, что люди не всегда ведут себя в соответствии с разделяемыми ими ценностями и убеждениями. Автор утверждает, что заявленные и сохраненные ценности могут быть разными [197, с. 30].

Таким образом, существующие модели корпоративной культуры являются полезным инструментом для оценивания корпоративных культур. Однако, вследствие своей статичности и привязанности к конкретным контекстам, многие из них не могут отразить многомерность современных корпораций, а также динамику социокультурных изменений, происходящих в них, вследствие чего могут быть применены в нашем исследовании лишь частично.

Представленный обзор демонстрирует, что в современной социологической науке существует ряд концептуальных определений корпоративной культуры, сконструированы различные ее модели, разработаны методы ее оценивания. Существуют также многочисленные способы ее формирования и изменения. Как уже упоминалось, в предложенных определениях, моделях и методах редко удается достигнуть согласованности, но синтез накопленного исследовательского материала в работах Э. Шейна, Э. Петтигрю, Т. Питерса, Т. Дила и Э. Кеннеди,

Г. Хофстеде, Л. Смирнич и других ведущих ученых позволяет выделить четыре общепринятых атрибута корпоративной культуры:

Во-первых, ее коллективная природа. Культура – это феномен, который может существовать только в группе. Для поддержания и распространения ее смыслов необходимо взаимодействие индивидов, при этом ее общее содержание не вытекает из совокупности отдельных характеристик ее носителей. Она бытует в совместном поведении участников группы, смыслах, предположениях и чаще всего проявляется через ценности, нормы и ожидания группы, то есть через неписанные правила.

Во-вторых, универсальность ее проявлений. Корпоративная культура охватывает множественные планы существования корпорации, ее структурные элементы активно используются в организационной структуре корпорации; имеют место примеры ее полного совмещения с самой корпорацией. Это проявляется в коллективном поведении, физической среде, групповых ритуалах, внешних символах, языковых метафорах и легендах. Другие аспекты культуры недоступны для восприятия, такие как мышление, мотивы, невысказанные предположения (ментальные модели интерпретаций и реакций на мир вокруг вас).

В-третьих, относительная устойчивость ее проявлений во времени. Корпоративная культура способна достаточно долго влиять на сознание и поступки участников группы. Она формируется и развивается через критические события в коллективной жизни группы. Механизмом поддержания стабильного состояния культуры являются человеческие ресурсы, так как в организациях закрепляются те работники, чьи личные качества и профессиональные характеристики более соотносимы с качествами, востребованными в данных организациях. Таким образом, корпоративная культура становится самоподкрепляющейся социальной системой, относительно устойчивой к изменениям и внешним воздействиям.

В-четвертых, имплицитная форма корпоративной культуры. Важным аспектом корпоративной культуры является то, что, несмотря на ее скрытую природу, люди довольно чувствительны к ее проявлениям, успешно их

распознают и отзываются на них инстинктивно. Она действует как своего рода невербальная знаковая система.

1.3. Специфика исследований корпоративной культуры моряков

В научной литературе активно используется ряд терминов, синонимичных терминам «корпоративная культура» и «организационная культура», а именно: «профессиональная культура», «культура труда», «субкультура». Соотношение данных понятий также представляет методологическую трудность. Если применить к этим терминам категории общего и частного, то становится понятно, что понятие «субкультура» является общим, а «корпоративная культура» и «профессиональная культура» входят в него как составные компоненты.

Семантически ёмким и эргономичным, на наш взгляд, является термин «профессиональная культура», понимаемая как субкультура, формирующаяся по профессиональному или корпоративному признаку. Профессиональную культуру образуют принятые в данной среде этические нормы, определяющиеся спецификой труда, моделями профессиональной коммуникации, профессиональной компетентностью.

В отечественной теории корпоративизма одним из значимых, на наш взгляд, исследований профессиональной культуры является учение И.М. Моделя, в котором данная дефиниция отражена как определяющая «степень овладения профессиональной группой специфическим видом трудовой деятельности в любой сфере общественного производства» [71, с. 31]. А.И. Кочетов выделяет характерные особенности профессиональной культуры, которая трактуется автором как одна из главных компонент модели личности специалиста с высшим образованием. По мнению Л.Н. Максимовой, «профессиональная культура отражает индивидуальное восприятие окружающего мира, выражающееся в специфических ценностных установках, с одной стороны, и владении профессиональными знаниями, навыками и умениями — с другой» [65, с. 23].

Феномен корпоративной культуры связывается многими исследователями с профессиональной культурой и рассматривается как интегрированная в нее компонента.

С нашей точки зрения, корпоративная культура является родовым понятием, включающим аспекты организационной и профессиональной культуры. В данном исследовании корпоративная культура будет рассматриваться как продукт конструктивного взаимодействия различных типов культур: корпоративной культуры организации (организационной культуры) и корпоративной культуры профессионала (профессиональной культуры). По нашему мнению, корпоративная культура определяется как сложившийся в процессе жизнедеятельности корпорации механизм взаимодействия ментальных, атрибутивных и профессиональных характеристик, имеющих тенденцию к устойчивости и универсальности.

Современное научное знание располагает обширными данными, тематически связанными с изучением корпоративных культур тех или иных профессий (А.А. Анплеев, Н. Ашканзи, Е.В. Вилисова, Т.Н. Герасимова, Т.В. Зверева, В.С. Елистратов, Л.П. Иноземцева, Н.Н. Калмыков, И.М. Модель, М. Тайеб, А.С. Франц, Е.В. Чернец, А.П. Ханевич, Е.В. Харченко). 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 области морских профессий были проведены лишь немногие научные изыскания, тематикой большинства из которых являются вопросы безопасности и аспекты коммуникации в мультикультурных экипажах [193; 200; 259]. Данная направленность исследовательских работ объясняется характером современного мореплавания и изменившимся рынком трудовых ресурсов в мировом судоходстве.

Использование термина «корпоративная культура» применительно к профессии морское дело и морским специалистам не встречается в работах отечественных и западных исследователей.

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, А.Л. Степанова [8], Н.Н. Григорьева, Д.Б. Сигаева [27]; вопросы постижения корпоративной культуры моряков в процессе профессиональной деятельности исследуются в работах М.Л. Яковенко [110]; процессы корпоративной интеграции в морской отрасли изучаются Г.А. Чилимовой [105], выявлению социально-психологических особенностей морских экипажей посвящены работы О.А. Истоминой [37], проблемы социальной адаптации в условиях работы в море освещаются В.Б. Шарлай [104]. Вопросам исследования некоторых структурных элементов морской корпоративной культуры, например, лексики военных моряков, посвящены работы А.П. Аверина [1] В.В. Богородского [12], В.В. Введенского [17], Н.А. Каланова [38] В.П. Коровушкина [48, 49], М.И. Солнышкиной [87, 88].

Специальные монографические исследования по культуре морской корпорации в настоящее время отсутствуют.

Исходя из проведенного комплексного социологического исследования, автор предлагает свой подход к осмыслению феномена корпоративной культуры лиц морских профессий. По нашему мнению, ее можно рассматривать как исторически сложившийся комплекс поддерживаемых и воспроизводимых каждым моряком внутри корпорации и во внешней среде социальных норм, установок, ценностей, традиций, атрибутов, процессов интеракций и стереотипов социального поведения.

Изучение аспектов морской корпоративной культуры в западной социологической науке сформировалось в русле функционального подхода, трактующих культуру как один из структурных элементов организации. В структурном функционализме организация рассматривается как система, в которой целое состоит из ряда связанных элементов. Гетерогенные по своей природе, они выполняют функцию поддержания и сохранения общей системы.

Исследования содержания западных научных работ показали, что доминирующей целью их авторов является изучение элементов морской корпоративной культуры во взаимосвязи с идеей создания базы социально востребованных ценностей, призванных координировать и нормировать поведение и поступки представителей профессии в соответствии с принятыми стандартами, какими являются в мировом судоходстве стандарты безопасности.

Взаимосвязь и взаимовлияние корпоративной культуры и поведенческих, мотивационных, эмотивных характеристик работников – членов корпорации широко признается в современной науке. В морских организациях, состоящих из множества структурных подразделений и отличающихся этнокультурным разнообразием, выявление этих связей представляет собой проблему.

Мы располагаем небольшим объемом фрагментированных исследований, тематика которых так или иначе касается становления современной морской корпоративной культуры.

Проблемы формирования корпоративной культуры безопасности в контексте устоявшихся морских культурных традиций являются приоритетным направлением данных исследований. В западной литературе по теории организации закрепились идеи о том, что культура безопасности является составной частью организационной культуры. Следовательно, ориентация на безопасность на уровне управленческих решений и индивидуальных представлений о безопасности труда становится прерогативой организационной/корпоративной культуры [140; 254; 261; 300; 308; 309]. Рассуждая о корпоративной культуре безопасности как об одном из проявлений организационной стратегии в области охраны труда, К. Грейем замечает, что «культура безопасности является ответом организации на риски» [167, с. 28].

Морская профессия традиционно относится к профессиям, связанным с высокой степенью риска. Вопросы культуры безопасности в последнее десятилетие занимают приоритетные позиции в корпоративной политике мирового судоходства, однако уровень смертности моряков, по-прежнему,

значительно превышает смертность работников отрасли, занятых на берегу [243; 264; 174; 157].

Исследование Дж. Родригеса, проведенное в 2007 году для Европейского судоходства, показало существенную разницу в количестве несчастных случаев на производстве «береговых» и работников моря. Так, эта величина в условиях работы на берегу была определена как 6137, тогда как число несчастных случаев в морском транспорте составило 9624 [264, с. 304]. Б. Онитз замечает, что этот показатель напрямую влияет на расходы судоходных компаний, увеличивая потери и снижая конкурентоспособность [245].

В результате ряда исследований были выявлены внутриорганизационные факторы, провоцирующие инциденты, связанные с безопасностью, такие как качество коммуникационных связей, инструментарий для обеспечения безопасности, привлечение экипажа к культуре безопасности. В этой связи интересным представляется доклад Дет Норск Веритас, в котором предлагается классификация судоходных компаний по их отношению к культуре безопасности [148, с. 26]. По данной классификации выделяется три типа компаний. В компаниях, отнесенных к первому типу, идеи безопасности открыто игнорируются, их стратегия управления, как правило, краткосрочная и нацелена только на получение прибыли. В компаниях второго типа признают необходимость наличия на судах культуры безопасности труда, но при этом ограничиваются исполнением минимальных требований, достаточных, чтобы не нарушать Конвенцию. Такие компании составляют подавляющее большинство. Третий тип компаний демонстрирует сформированную культуру безопасности, в которую, как в часть организационной культуры, вовлечены все участники трудового процесса. В докладе эти компании определяются как «социально ответственные судоходные компании. Подразумевается, что это компании, активно работающие над интеграцией социальных и экологических проблем в их текущие бизнес-операции, компании, которым удастся найти надежный баланс между потребностью в эффективности работы, акционерной стоимостью и вниманием к интересам финансово заинтересованных сторон» [Там же].

Исходя из данной классификации, можно сделать вывод о том, что в морской корпоративной культуре западных стран существует приверженность идеям безопасности, однако эти идеи заложены скорее в политике судоходных компаний, то есть поддерживаются на уровне управления. «Некоторые из этих компаний, хотя и очень немногие, уже работают на высоком уровне безопасности, другие должны достичь этого уровня посредством различной степени культурной трансформации. Эта культурная трансформация создает большие трудности для компаний, которые должны отказаться от культов уклонения и несоблюдения в пользу подлинной культуры безопасности» [255, с. 6].

Исследователи морских катастроф Х. Ханнинен и Ф. Кнудсен 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 [172; 209]. Х. Ханнинен, анализируя механизмы реализации этих сдерживающих рычагов, замечает, что они часто вызывают неодобрительную реакцию моряков. Как утверждает Ф. Кнудсен, опрошенные им моряки твердо убеждены, что умение обеспечить безопасность рейса – это дело их профессионального мастерства, основанного, прежде всего, на приобретенных практических навыках и опыте. Ф. Кнудсен подчеркивает, что такая позиция уходит корнями в многовековое прошлое морской профессии и является приметой морской культурной традиции: «Для моряков мореплавание означает гораздо больше, чем то, о чем можно узнать в процессе учебы. Я склонен определять мореплавание <...> как сочетание профессиональных знаний, профессиональной гордости и основанном на опыте здравом смысле» [209, с. 295]. Этим объясняется тот факт, что моряки часто воспринимают инструкции и тренинги по безопасности как проявление сомнения в их профессионализме: «Причина неприятия моряками новых правил и требований к письменным процедурам кроется в том, что они расценивают эти меры как усиление контроля, а также проявление недоверия и неуважения к их морскому опыту» [Там же, с. 297].

На это же указывают Д. Лаппалайнен и К. Сальми в своих исследованиях состояния корпоративной культуры безопасности на финских судах, проведенных в 2009 году. Авторы утверждают, что моряки по-прежнему неохотно информируют о своих промахах и ошибках, приведших к экстремальной ситуации, и это существенно искажает отчетность по несчастным случаям и катастрофам в море [216, с.14]. В ходе исследования авторы приходят к выводу, что правильная сформированная «корпоративная культура безопасности обеспечивает поток достоверной информации для статистического анализа» [Там же].

Авторы, исследующие корпоративную культуру безопасности в морских профессиях, упоминают высокую культуру отчетности как один из способов формирования культуры безопасности в морской отрасли [261]. Однако практика показывает, что процедуры отчетности на судне считаются бесполезной бюрократией, чем-то нежелательным из-за своей сложности и громоздкости [215, с. 12]. Увеличивающийся объем регламентирующих инструкций и письменных отчетов рассматриваются многими моряками как навязываемые инстанциями, которые не имеют представления о жизни моряков и мореплавании: «Некоторые моряки утверждают, что они едва ли могут забить гвоздь, не придерживаясь инструкции от неквалифицированного клерка на берегу» [210, с. 118].

Рассуждая о причинах подобных несоответствий, Р. Прасад замечает: «Не может существовать разногласий во мнениях о том, что исполнение правила, положений, процедур и инструкций имеет важное значение. Но оно должно быть следствием действительной (т. е. осознанной. Автор) подготовленности моряков, которым необходимо обеспечить соблюдение правил на борту...». С их участием и личным вкладом в развитие процедур безопасности сотрудники ощутили бы себя частью процесса, почувствовали ответственность за эти процедуры и приверженность добровольному их осуществлению» [255, с. 6–7]. Однако, как справедливо замечает Ф. Кнудсен, некоторые моряки ощущают себя «пешками в игре», в которой, по их мнению, основные игроки все больше и больше заботятся о доходах и все меньше об условиях работы [209, с. 299].

Х. Ханнинен в работе, посвященной исследованию рисков в судоходной отрасли, убедительно доказывает, что «конфликт интересов, двойные роли и отсутствие систематической иерархической структуры различных субъектов, участвующих в регулировании технологических рисков, в совокупности способствуют преобладанию реактивной позиции в отношении регулирования рисков. Это реактивное положение также материализовано в тенденции сосредоточения на изменении конкретных технических конструкций вместо систематической переоценки общих технологические концепции и стандартов их использования» [173, с. 704].

Интересным представляется исследование Я. Шейя, направленное на изучение влияния организационной культуры и организационного климата, формирующегося на борту судна, на корпоративную культуру безопасности. Автор придерживается позиции различения понятий культуры и климата, для него организационная культура – это то, что определяет внутреннюю жизнь организации и зачастую не осознается и не оговаривается работниками. Организационная культура проникает во все сферы жизни предприятия, в то время как климат функционирует как некий социально-психологический фон, неизменно возникающий в процессе совместной трудовой деятельности в определенный момент жизни организации. Я. Шейя подчеркивает организующую роль культуры в процессе выполнения трудовых задач, ее регламентирующий характер. Климат же, по мнению Я. Шейя, отражает процессы взаимодействия людей на «умственном и психическом уровне» [279, с. 49]. Так, Я. Шейя, рассуждая о морском корпоративном климате, обозначает морскую корпоративную среду как «уникальную», где рабочее место является одновременно и местом отдыха, члены экипажа всегда находятся в режиме вынужденного общения [Там же, с. 50]. Автор связывает эти особенности морской профессии с причинами возникновения аварийных ситуаций по ошибке персонала.

Применяемая Я. Шейя методология исследования морской организационной культуры объединяет элементы количественного и качественного анализов. Автор

представляет материал, собранный в результате интервьюирования моряков, а также данные анкетного опроса моряков различных специальностей. В ходе исследования было выявлено, что безопасность судна и его экипажа напрямую зависит от моделей поведения, заложенных в матрице организационной культуры судна. По предположению автора, судно, на котором практикуются открытые коммуникативные связи между экипажем и командным составом, демонстрирует высокую культуру безопасности и реже попадает в аварийные ситуации. Негативные модели поведения фиксируются на судах, где командный состав дистанцируется от экипажа, а коммуникативные связи слабые и односторонние. Это снижает общую заинтересованность в правильной эксплуатации судна и увеличивает вероятность возникновения аварии на борту. В ходе исследования также был сделан интересный вывод о коллегиальном характере работы моряка; причем, автор замечает, что моряки считают работу в команде предпочтительной и даже единственно возможной. Такая форма работы признается одним из факторов, формирующих особую среду на борту, положительно влияющую на безопасность рейса. В заключение автор рекомендует «судовладельцам <...> поощрять коллегиальную культуру на своих судах, поскольку она была определена как важная экологическая детерминанта, которая повышает безопасность. Судовладельцам также необходимо уделять больше внимания пожеланиям и потребностям моряков, поскольку отсутствие внимания в этой области может повлиять на климат безопасности корабля» [Там же, с. 127].

Масштабным и полезным для выявления связей между корпоративным климатом на борту судна и уровнем корпоративной культуры безопасности являются исследования Э. Эк и Р. Эксельсон [153; 154]. В данных работах корпоративная культура безопасности рассматривается как показатель производительности и конкурентноспособности, делается попытка определить структуру морской корпоративной культуры безопасности с акцентом на наиболее проблематичных ее составляющих. Интересным аспектом исследования стало выявление воздействия на климат в рейсе отношений и ролей на борту, строящихся по типу иерархии. В ходе интервью с членами экипажа пассажирских

судов был собран обширный эмпирический материал, подкрепленный в последней фазе исследования данными опроса, тематически связанного с культурой безопасности и с климатом [154].

Согласно полученным данным, больше половины опрошенных представителей экипажей выявили свое положительное отношение к культуре безопасности как таковой. Однако различные аспекты этого явления получили неоднозначные оценки опрошенных моряков. Так, испытуемые с одобрением отнеслись к идее о том, что культура безопасности призвана регулировать поведение, тогда как меры, направленные на обучение и инструктажи по безопасности жизнедеятельности на судне получили более низкую оценку. По предположению авторов, культура безопасности в морской отрасли находится на стадии формирования, и «уровня зрелости», то есть более высоких показателей, сравнимых, например, с показателями в авиации, можно ожидать по прошествию некоторого времени [Там же, с. 174]. Причиной столь слабой приживаемости образцов культуры безопасности, по мнению авторов, является плохая отчетность как результат политики санкций и наказаний, укоренившейся в морской отрасли [Там же]. В исследовании подтверждается взаимозависимость и взаимопроникновение культуры безопасности и климата на борту.

Исследование М. Экова Мануэля уточняет ряд аспектов в процессе постижения морской организационной культуры. В становлении организационной культуры автора интересуют факторы внутреннего порядка, прежде всего, люди – носители некой этической нормы и организационные практики, закрепляющие эту норму. Ведущая роль в развитии морской организационной культуры и ее составляющей – культуры безопасности принадлежит, по мнению М. Экова Мануэля, «организационному обучению», прививающему и закрепляющему на законодательном уровне необходимые ценности и образцы поведения [155]. Пропагандируя образовательный подход к вопросам культуры безопасности, М. Мануэль предлагает собственное определение культуры: «Воспитание или развитие (ум, способности, эмоции) – улучшение или утонченность посредством образования и обучения» [227, с. 47].

Автор считает, что возлагать ответственность за обеспечение норм безопасности только на судоходные компании нецелесообразно, так как, во-первых, далеко не все компании заинтересованы в них, во-вторых, в течение одного рейса (а современные моряки работают, в основном, по краткосрочным контрактам) сформировать у моряков необходимые модели мышления и поведения невозможно.

К этому же выводу приходит и М. Пруголаки в исследовании корпоративной социальной ответственности подразделений морской отрасли, в том числе судоходных компаний, в условиях управления многонациональными экипажами [257]. На основании исследований, проводимых на борту нескольких греческих судов, М. Пруголаки дифференцирует современные судоходные компании на «социально ответственные» и те, к которым данное определение неприменимо. Автор считает, что лишь несколько современных компаний, интегрирующих «поддерживающее поведение» в рамках своей организационной культуры, могут называться «социально ответственными» [Там же, с. 4]. Под «поддерживающим поведением» понимается выполнение компаниями ряда мероприятий, направленных на социальную защиту экипажа. Опрос экипажа греческих судов, многонационального по составу, показал, что для современного моряка наиболее болезненными вопросами стали вопросы краткосрочных контрактов и меняющегося состава экипажей. Моряки всех национальностей говорят о своем желании работать в стабильном коллективе в окружении уже знакомых людей. Автор замечает: «Желание некоторой преемственности между экипажем существует независимо от национальности. Однако когда речь идет об иностранцах, оно становится еще более выраженным, поскольку это может способствовать минимизации проблем общения, возникающих из-за языковых и культурных различий, и установлению отношений, основанных на доверии» [Там же, с. 9]. М. Пруголаки, однако, справедливо отмечает, что большинство судоходных компаний пренебрегают идеей преемственности, так как это часто идет вразрез с их прибылью, напрямую зависящей от затрат на оплату персонала: «Из-за высокой конкуренции бизнес-среды судоходной отрасли снижение затрат

на оплату рабочей силы стало решающим фактором для выживания» [Там же, с. 4]. Этот фактор приобрел решающее значение в определении стратегии поведения судоходных компаний: типичная компания работает ради прибыли с выполнением самых необходимых требований корпоративной социальной ответственности, прописанных в положениях Международной Конвенции. Как правило, это требования качественной бортовой связи, лояльность в вопросах связей с семьей, обеспечение возможности комфортного и разнообразного отдыха на судне. В основе стратегии «социально ответственных» компаний лежит, по мнению М. Пруголаки, стремление выйти за рамки соблюдения международных правил и предложить новые стандарты ведения бизнеса, учитывающие баланс интересов работодателя, сотрудников и сохранения экосистемы.

Обобщая результаты исследования, М. Пруголаки приходит к выводу, что требования социальной ответственности компаний перед экипажем, состоящим из разных национальностей, является неотъемлемой частью стратегии и тактики управления. Автор заявляет, что «необходимо сделать больше, чтобы добиться *социально приемлемого* поведения всех субъектов морской промышленности к своему персоналу» [Там же, с. 1].

Изучая тему корпоративной социальной ответственности на судне, норвежские исследователи получают аналогичные результаты [209; 210]. В докладе Дет Норск Веритас, представляющем руководство для морских корпораций, перечисляются конкретные действия по обеспечению социальной защищенности экипажа, которые, по мнению авторов, должны стать повседневной практикой судоходных компаний [148]. В документе акцентируется внимание на вопросе о необходимости для моряков общения с родственниками и друзьями в условиях рейса, о специализированной подготовке экипажей для работы в поликультурной среде, о страховании здоровья и жизни на рабочем месте. В отчете подчеркивается: «Качественные судоходные компании, работающие с инициативами социальной ответственности перед экипажем, стремятся максимизировать мероприятия по социальной защите моряков на судне и обеспечивать хорошо мотивированный и эффективный экипаж» [148, с. 29].

Таким образом, исследования показывают, что вопросы корпоративной социальной ответственности, имеющие решающее значение для обеспечения безопасности рейса, напрямую связаны с кадровой политикой судовладельцев и с ответственностью, сопряженной с процедурой найма моряков.

В связи с этим актуальной темой в области морской корпоративной культуры безопасности является рассмотрение вопросов комплектования экипажей в современном мировом судоходстве. Объектом исследования здесь становится аспект мультикультурализма в практике современных судов и возможные проблемы, наблюдаемые в судоходной отрасли, возникающие в результате взаимодействия разных национальностей на борту.

Большинство авторов, работающих в области морских исследований, отмечают мультикультуризм как определяющую черту современного судоходства. Необходимо отметить, что смешанные экипажи использовались и ранее в морских практиках, так как команды никогда не формировались по этническому принципу, однако это не было критичным для мирового судоходства. Т. Олдетон замечает, что в условиях, когда роль работодателя все чаще выполняют крьюинговые (т.е. посреднические. Автор) компании, комплектования экипажей моряками разных этносов и культур становится все более распространенным не только непосредственно в рейсах, но и в морских организациях, осуществляющих деятельность на берегу, таких как судоходные компании, организации связи и морские образовательные организации [113].

Специалисты в области кросс-культурных исследований в морской отрасли выделяют две причины роста смешанного крьюинга (найма) морских кадров.

Во-первых, владельцы корпораций и судовладельцы делают выбор в пользу многонационального экипажа по экономическим причинам: занятость членов экипажа из развивающихся стран сокращает расходы на оплату труда и увеличивает общую прибыль.

Во-вторых, общее сокращение специалистов в мировом судоходстве, особенно командного состава. Некоторые авторы считают, что профессия моряка в странах с высоким уровнем жизни потеряла престижность из-за усложнившихся

условий труда. Кроме того, морские специалисты из западных стран требуют более высокую оплату труда и по этой причине неконкурентноспособны [207]. Большинство исследователей сходятся во мнении, что дешевизна рабочей силы является решающим фактором при комплектовании экипажей [213; 258]

Т. Лейн отмечает, что процесс найма моряков через крьюинговые компании характеризуется определенным цинизмом: основанием для вербовки подчас становится только согласие на относительно низкую заработную плату. В результате более 80% торговых и рыболовецких судов мирового флота ведут политику смешанного крьюинга с экипажами, представленными двумя и более национальностями [212; 214; 193]. Согласно данным по исследованию занятости в морской отрасли, количественно преобладают моряки из стран Малой Азии, многочисленны также моряки из Латвии, Литвы, Польши, России, Украины [132].

В ежегодных морских отчетах упоминается мультикультурализм как проблемная зона в области управления и безопасности, однако исследования показывают, что работа в смешанных экипажах может не только создавать проблемы, но и давать некоторые преимущества [191; 206; 256; 277]. В указанных исследованиях основное внимание уделяется следующим темам: влиянию национальных культур на общую морскую корпоративную культуру [224], проблемам коммуникации и языковых навыков, потребности в обучении моряков культурным различиям [191], дискриминации и расизма, недостатков в управлении экипажем [117; 258; 288]. Существуют также некоторые исследования, в которых рассматривались, например, отношения полов или вопросы здравоохранения в контексте взаимодействия различных национальностей [194].

Труды Я. Хока являются одними из первых исследований, проведенных в рамках лингвистического подхода к изучению морской корпоративной культуры [191; 192; 193; 194; 195]. Научный интерес автора сосредоточен на вопросах взаимодействия в поликультурной среде, в том числе специфики складывающихся в этой среде коммуникативных моделей. Я. Хок считает, что недостаточно сформированные коммуникационные связи и языковые навыки

моряков смешанных экипажей становятся основными факторами риска в рейсах. Ситуацию усугубляет, по мнению автора, нежелание руководства выработать адекватную стратегию управления проблемой мультикультуризма. Как пишет Я. Хок, создается впечатление, что отрасль не справляется с этой проблемой [Hogsk, 2008, с. 6]. В своей диссертационной работе Я. Хок выдвигает гипотезу о том, что ограниченность коммуникации общим для всех членов экипажа языком может привести к социальной изоляции, замкнутости в пределах своей этногруппы и, как следствие, к ограниченной социальной жизни на судне: «Одиночество – это очевидный фактор риска, особенно когда человек не может справиться с этим» [Там же, с. 5].

Я. Хок говорит о слабой лингвистической подготовке моряков, о низком уровне владения английским языком, то, что Хок называет «отсутствием связи» [193]. Отсюда типичные для многонациональных экипажей ситуации недопонимания и двусмысленности, которые прямо или косвенно могут стать причиной морских аварий. В качестве стратегии борьбы с последствиями этих негативных явлений автор предлагает использовать потенциал морского образования и лидерства: «Отрасль нуждается в лидерах, достойных стоять в авангарде и быть образчиком хороших примеров...». Хотелось бы верить, что такие герои будут продуктом качественного образования» [195, с. 29]. Во всех своих многочисленных публикациях Я. Хок подчеркивает роль культуры, складывающейся в корпорациях, в совершенствовании управления организационными процессами, включая управление человеческими ресурсами.

Греческие авторы И. Теотокас и М. Пруголаки, исследуя культурный компонент греческих судоходных компаний, обнаруживают подтверждение очевидного влияния морской корпоративной культуры на методы управления судном и экипажем. В исследовании были задействованы моряки, члены экипажей греческих транспортных компаний, опрашиваемых посредством личных интервью, а также, в меньшей степени, телефонных бесед и электронной переписки. Целью исследования было выяснение специфики восприятия морской корпоративной культуры в мультикультурной среде судоходных компаний и

моряков. Для более четкой дифференциации мнений исследование проводилось с помощью двух вопросников. Подборка первого вопросника была ориентирована на руководящий состав греческих компаний и имела целью выяснение стратегии комплектования смешанных экипажей и возможных управленческих решений по повышению эффективности работы такого состава экипажей. Второй вопросник был составлен для исследования условий работы и отдыха моряков различных национальностей и культур в рамках одного рейса. В результате проведенной работы было выяснено, что причина трудностей работы и управления многонациональными экипажами коренится в «культурной несовместимости, языковых различиях и отсутствии соответствующей и необходимой подготовки» [288, стр. 399]. Опросы руководители экипажей и моряков показали, что и те и другие имеют довольно размытые представления о корпоративной морской культуре и проблеме культурных различий, и с позиции своего положения и опыта оценивают взаимоотношения членов смешанных экипажей и саму возможность существования последних. «Исследование показало, что греческие моряки не только не знают о культурной проблеме в целом, но также о тех ее аспектах, которые относятся к их трудовой жизни» [Там же].

Авторы приходят к важному выводу о том, что морская отрасль нуждается в адекватной политике управления в области культуры, так как критичным является недостаток, а иногда и полное отсутствие продуманных управленческих решений проблем многонационального комплектования экипажей, а не сам факт наличия таковых. Результатом такой политики должно стать преобладание ценностей морской корпоративной культуры над ценностями национальными. Авторы выражают уверенность, что выработка стратегии управления культурными различиями является одним из факторов влияния на коммуникацию и эффективность работы команды на всех уровнях.

Идея о том, что мультикультуризм морской отрасли должен стать хорошо управляемым, поддерживается в нескольких крупных социологических исследованиях. Показательным является масштабное исследование, проведенное Национальным морским политехническим институтом с целью выявления

степени культурной адаптации филиппинских моряков в многонациональной среде. Как этногруппа моряки из Филиппин все более преобладают в современном мореплавании и составляют уверенное большинство общего состава экипажей. В качестве респондентов в данном исследовании были приобщены работники из 160 судоходных компаний. На вопрос, испытываете ли вы трудности в общении и установлении межличностных контактов, 30% моряков ответили утвердительно. Как «ровные» охарактеризовали свои отношения с членами экипажа, представителями других национальностей, более половины опрошенных филиппинцев [242, стр. 3].

Исследование с аналогичными целями и задачами было проведено коллективом авторов под руководством SIRC. Непосредственное присутствие на борту судна дало возможность авторам, применяя метод полевого включенного наблюдения, изучить смешанные экипажи как малое сообщество [206; 207]. Посредством живого общения с моряками были собраны данные, показавшие, что многонациональные экипажи могут работать как единая команда, проявляя сплоченность и коллективизм. Более того, некоторые моряки заявляли, что они сознательно выбрали бы плавание в смешанных экипажах, если бы была возможность выбирать, так как языковые и культурные различия, по их мнению, не препятствуют работе. Напротив, недостаточное знание языка снимает проблему нежелательного общения вне работы и снижает тем самым риск возникновения межличностных конфликтов. Авторы, комментируя ответы этих респондентов, подчеркивают, что такая позиция не является типичной для моряков и может быть объяснена индивидуальными склонностями и предпочтениями отдельных представителей морских профессий [206; 207].

На изучение проблематики смешанных экипажей был направлен проект «Морская связь», состоящий из ряда научно-исследовательских мероприятий, осуществляемых под контролем Европейского Союза. Речь идет о разностороннем исследовании обоснования и перспектив существования смешанных экипажей, опирающемся на отчеты и сводки о морских катастрофах, данные полуструктурированных интервью с представителями руководящего звена

судоходных компаний, а также наблюдений и личных бесед с практикующими моряками разных этносов и культур. Респондентам из числа управленцев было предложено выбрать в перечне факторов те, на которые они в большей мере ориентируются при комплектовании экипажей. Исследование показало, что крьюинговые компании при найме отдают предпочтение тем морским специалистам, которые свободно владеют английским языком и знакомы с морскими культурными традициями. Такие факторы как оплата труда, профессиональные навыки и подбор национальностей были отмечены как важные, но не решающие.

Таким образом, современные исследователи неоднозначны в оценивании явления мультикультуризма в современном мореплавании. В некоторых исследованиях это явление признается проблемой, требующей решения, другие же научные изыскания не дают таких резких и однозначных оценок.

Т. Лейн рассмотрел влияние смешанных экипажей на безопасность в море и обнаружил, что один из важных факторов, который необходимо учитывать, – это количественное соотношение национальностей в составе экипажа. Автор убежден, что, несмотря на существование приоритетных позиций для представителей некоторых национальностей, потенциальным работником может стать моряк любой национальности, а набор на суда осуществляется сетью глобальных торговых компаний [212]. Т. Лейн замечает, что современные судовладельцы, в своем стремлении добиться оптимальной эффективности рейсов, выработали стратегию избирательности, заключающуюся в выборе наиболее удачных комбинаций национальностей на своих судах [214]. Комплектуя экипаж, управленцы и собственники судов предпочитают привлекать представителей разнообразных национальностей, избегая преобладания какого-то одного этноса. Т. Лейн оценивает такую стратегию как «привлекательную политику, поскольку она продвигает идею единства строящегося на разнообразии» [213, стр. 4].

Попытка теоретического обоснования вопроса культурных различий и совместимости по этнокультурным признакам в современном судоходстве была

предпринята исследователями С. Лу и Т. Ченг в 2012 году. В фокусе внимания авторов – аспекты влияния национальной составляющей на организационные практики, в частности на морскую корпоративную культуру безопасности. В своих исследованиях авторы ссылаются на модель культурных измерений, разработанную Г. Хофстеде в 70-х годах. В попытке найти практическое применение данной модели к работе в море С. Лу и Т. Ченг анализируют каждый из предложенных Г. Хофстеде факторов, могущих оказывать влияние на сотрудничество в межкультурной среде. Так, представители той или иной национальной культуры могут по-разному относиться к риску. По мнению Г. Хофстеде, такая реакция на риск определяется уровнем маскулинности, запрограммированном в ментальной карте каждой национальности. С. Лу и Т. Ченг предположили, что моряки-представители мужского типа культуры чаще идут на риск, подвергая опасности экипаж и судно: « <... Нужно полагать, что более высокий уровень мужественности будет провоцировать человеческие ошибки в операциях по транспортировке контейнеров» [224, с.460]. Моряки с сильной мужской самоидентификацией в экстренных ситуациях полагаются на собственный опыт и интуицию больше, чем на инструкцию по безопасности. В стремлении в первую очередь сохранить лицо и социальный статус, они способны идти на риск, иногда необоснованный, что может стать причиной катастроф и аварий в рейсе. Представители феминных культур стараются разделить ответственность и, как правило, не идут на риск [Там же]. С. Лу и Т. Ченг, ссылаясь на филиппинских моряков, утверждают, что моряки, которые воспитаны в отношениях иерархии и неравенства, то есть, с большой дистанции власти, по Г. Хофстеде, никогда не оспаривают действия начальства, даже если они будут противоречить требованиям безопасности. Филиппинские моряки, являясь ярко выраженными представителями коллективистских культур, относятся к работе как к возможности поддержать стабильный доход в семье, и эта ответственность перед семейным кланом заставляет их избегать потенциальных рисков.

Дж. Хувальд, изучавший культурные различия на борту норвежских судов, также использует методику факторного анализа Г. Хофстеде. Его исследования

показывают, что моряки, являющиеся носителями культур с малой дистанцией власти и высоким избеганием неопределенности, оцениваются как отрицательные по отношению к культуре безопасности, так как им свойственна большая свобода мыслей и действий, и, вследствие этого, всегда существует вероятность сопротивления командованию и невыполнения приказа [182].

К аналогичным результатам приходит Х. Берг в ходе сравнительного анализа норвежских и филиппинских моряков, основанном на измерениях культуры, предложенных Г. Хофстеде. Норвежские моряки как представители западной культуры, ориентированной на индивидуализм, видят ценность работы не только в заработке, но и в возможности самовыражения и самоутверждения. Филиппинские моряки, напротив, мало заинтересованы в карьерном росте, их поведение полностью подчинено интересам группы [130].

С теорией Г. Хофстеде также согласуются выводы, сделанные И. Теотокасом и М. Пруголаки при изучении совместимости представителей различных культур в рейсе. Авторы сосредоточили свое внимание на аспектах взаимодействия греческих моряков с членами экипажа других национальностей. Исследования показали, что сотрудничество с моряками с меньшей дистанцией власти, например, с российскими, воспринимается греческими моряками как нежелательное, поскольку культурное сознание таких моряков допускает возможность усомниться в позиции командования и тем самым подвергнуть экипаж риску. На расстоянии от власти греки оказались выше русских моряков, но ниже, чем филиппинские: «Филиппинцы более послушны, и тем самым создают более корпоративную среду, работая с греческими офицерами. Также подразумевается, что все национальности, с которыми греки обнаруживают культурную совместимость, имеют оценку дистанции власти, которая либо одинакова, либо выше, чем у греков. Это означает, что народности с показателем дистанции власти ниже, чем у греков, «не могут эффективно сотрудничать с последним, потому что они могут задавать вопросы о том, как они работают» [288, с. 394].

Таким образом, теоретическая модель влияния национальной культуры на организационную культуру, предложенная Г. Хофстеде, была широко применена и проверена в прикладных исследованиях социокультурных тенденций развития мирового судоходства. Необходимо, однако, отметить, что интерпретация работы Г. Хофстеде в этой области вызвала массу дискуссий с мнениями, колеблющимися от поддержки до неприятия.

Например, исследователь Х. Сампсен утверждает, что «применение индексов, таких как «дифференциальный индекс мощности» Г. Хофстеде <...> было недостаточным для того, чтобы объяснить сложности, связанные с работой многонациональных экипажей» [275, с. 113]. Кроме того, автор выразила свою обеспокоенность в связи с тем, что использование модели Г. Хофстеде может способствовать созданию обобщенных стереотипов [Там же, с. 114].

Ф. Кнудсен и Л. Фогальд выступили с критикой модели Г. Хофстеде, расценивая ее как статичную и детерминированную, так как «культура намного более динамична, чем культурные измерения Хофстеде могут это объяснить» [159, с. 15]. Авторы предостерегли исследователей от использования индексов измерения культуры Г. Хофстеда для объяснения культурного взаимодействия на борту: «Применять ее к конкретным условиям, таким как морское судоходство, следует с осторожностью, так как речь идет о членах конкретной команды в конкретной компании с определенными временными особенностями. И это не имеет большого смысла, так как существует опасность упустить другие важные особенности, которые могут быть релевантными в культурно разнообразном контексте» [210, с.120].

Слабая сторона теории Г. Хофстеде, по мнению авторов, связана с использованием ее критериев для объяснения индивидуального поведения. Заявляя об этом, авторы ссылаются на самого Г. Хофстеде, который в комментариях характеризовал предложенную им теорию как работающую только для группы и непригодную для отдельных индивидов. [Там же, с. 119].

Ф. Кнудсен и Л. Фогальд также оспаривают, должно ли сочетание сплоченности основываться на модели расстояния власти Г. Хофстеде. Они

утверждают, что наиболее удачные национальные миксы возникают, когда моряков объединяет большой опыт совместной работы в процессе регулярного сотрудничества, что подтверждается исследованиями Национального морского политехнического института и исследованиями СИРС. Исследование СИРС показало, что стереотипное восприятие моряками представителей иной этногруппы зависит от степени установленного межличностного контакта между членами экипажа [213, стр. 5]. Было установлено, что у моряков с меньшей степенью вероятности формировались стереотипные представления об этническом составе группы, в которой они регулярно работали.

Ф. Кнудсен и Л. Фогальд приходят к выводу, что для комплектования эффективного экипажа прежде всего необходимо поощрять возможность обеспечения постоянной занятости моряков на одном судне. Исследование СИРС установило, что стабильность (обеспечение безопасности работы) в практике найма также обеспечила идеальный контекст лингвистического развития [207]. Дополнительное преимущество, выделенное в отношении постоянной занятости и более стабильного экипажа на борту, – это положительный эффект, оказывающий влияние на культуру безопасности, в соответствии с которым экипаж открыт для коммуникации и готов сообщать об инцидентах и ошибках. Проблема заключается в том, что стремление к дешевой рабочей силе является препятствием для создания экипажей, работающих вместе в течение длительного периода времени.

Таким образом, современные исследования в области социологии моря, в частности в области морской корпоративной культуры, не отличаются комплексным и систематическим подходом и часто сводятся к секторальному анализу локальных культурных процессов. Основным фактором, сдерживающим динамику морских исследований, в частности исследований морской корпоративной культуры, является, по нашему мнению, недостаточная концептуализация данной области знания.

ВЫВОДЫ

Актуализация направлений изучения корпоративной культуры в рамках теории организации отмечается в 80-х годах XX века.

Сегодня корпоративная культура как социальное явление изучается различными социогуманитарными науками, каждая из которых предлагает свое видение сущности данного феномена. Теория корпоративной культуры охватывает широкий спектр междисциплинарных знаний, обобщение и систематизация которых требует применения комплекса теоретико-методологических подходов.

В исследовании феномена корпоративной культуры в рамках социологического знания наиболее востребованным являются следующие макросоциологические подходы: прагматический (рационально-прагматический), интерпретативный, феноменологический, структурно-функциональный, институциональный.

Несмотря на множественность толкований понятия «корпоративная культура» и подходов к ее теоретическому осмыслению, в науке выработан ряд устойчивых положений, раскрывающих главные особенности данного явления. Большинство исследователей корпоративной культуры предлагают многоуровневую структуру постижения сущности культуры корпораций: уровень проявленных атрибутивных качеств и глубинный уровень скрытых от внешнего восприятия характеристик. Видимыми атрибутами культуры являются модели поведения, физическая и социальная среда, письменная и разговорная форма бытования языка, используемого профессиональной группой. Корпоративная культура является сложной композицией базовых предположений, не подлежащих формулировке, бездоказательно принимающихся всеми членами корпорации. Целостность корпоративной культуры достигается посредством конгруэнтности ценностных систем.

В современной научной мысли остается не окончательно выверенным соотношение понятий «корпоративная культура» – «организационная культура» –

«профессиональная культура». Большинство исследователей, как западных, так и отечественных, определяют корпоративную и организационную культуры как тождественные понятия, к которым по ряду положений примыкает понятие «профессиональная культура». В то же время, ряд авторов предлагают критерии, на основании которых производится разграничение данных понятий.

Исходя из задач исследования, сформулировано рабочее определение понятия «корпоративная культура», которое понимается как сложившийся в процессе жизнедеятельности корпорации механизм взаимодействия ментальных, атрибутивных и профессиональных характеристик, имеющих тенденцию к устойчивости и универсализации.

Использование термина «корпоративная культура» применительно к профессии «морское дело» и морским организациям не встречается в работах отечественных и западных ученых. Исследования в области морской корпоративной культуры представляют собой ряд разрозненных прикладных изысканий, преимущественно основанных на анализе ситуации в конкретной судоходной компании. 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.

Небольшое количество исследовательских работ по данному направлению позволяет утверждать, что феномен корпоративной культуры моряков недостаточно изучен, его понятийный аппарат не разработан, происходит становление методологической базы данного проблемного поля.

Анализ научных источников, касающихся осмысления социальных явлений корпоративной культуры и корпоративной культуры моряков, послужил основанием определения морской корпоративной культуры как исторически сложившегося комплекса поддерживаемых и воспроизводимых каждым моряком как внутри, так и вне корпорации социальных норм, установок, ценностей,

традиций, атрибутов, процессов интеракций и стереотипов социального поведения.

Специфика культуры, сложившейся в рассматриваемой профессиональной группе, предопределяет объем и содержание понятия «морская корпоративная культура» в данном исследовании. Мы считаем, что понятие «корпоративная культура» в аспекте морского профессионального сообщества определяется синкретическим сочетанием различных типов культуры – морской корпоративной культуры, организационной культуры и профессиональной культуры моряков.

ГЛАВА 2. МОРСКАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ГРАЖДАНСКОГО СООБЩЕСТВА РОССИЙСКИХ МОРЯКОВ В АКТУАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ БЫТОВАНИЯ

2.1. Методика исследования становления морской корпоративной культуры

Формирование личности современного человека напрямую зависит от его профессиональной деятельности. Приобретая определенную профессию, индивид становится носителем тех социокультурных характеристик, которые показательны для неё. Такого рода характеристики в своей совокупности образуют корпоративную культуру определенной социальной группы. Наиболее интересными для исследования являются замкнутые социальные группы, так как в условиях частичной изоляции формирование субкультуры происходит динамичнее, а её проявление в социуме – отчетливее по отношению к открытым социально-профессиональным группам.

В силу специфики труда профессиональное сообщество моряков представляет собой предельно замкнутую корпорацию, резко отличающуюся от других профессионально-социальных групп и противопоставляющую себя им в своих корпоративных интересах. Процессы стереотипизации в подобных общностях более активны, что позволяет выявить наиболее важные социокультурные характеристики корпоративизма.

Корпоративная культура российских моряков представлена следующими разновидностями морской субкультуры:

- корпоративная культура моряков гражданского флота;
- корпоративная культура военных моряков.

В качестве объекта данного исследования было выбрано профессиональное сообщество гражданских моряков, так как, в силу происходящих в нем интегративных процессов, оно представляет категорию профессиональных групп, изучение корпоративной культуры которых обнаруживает интересную перспективу проведения кросс-культурных исследований.

Рассматривая принадлежность гражданских моряков к определенному виду специализации в морской отрасли как критерий классификации, можно структурировать 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.

Необходимо также отметить, что моряки-судоводители, работающие на мостике, имеют профессионально-культурные отличия в сравнении с моряками-механиками, чья работа проходит в машинном отделении. Таким образом, профессия моряка внутренне неоднородна: имеются престижные, так называемые элитные специальности и специальности, престиж которых недостаточен.

Однако мы считаем, что, несмотря на специфику профессиональной культуры тех или иных видов морской специальности, можно говорить о существовании единой морской корпоративной культуры и о моряках как о единой социально-профессиональной группе.

Целью данного исследования является выявление специфики становления современной корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков, что предполагает определение параметров и качеств корпоративной культуры представителей морских профессий, занятых в морской транспортной и рыбопромышленной отраслях.

Необходимо принять во внимание, что в научных кругах продолжают дискуссии о наиболее успешных методах и инструментах исследования корпоративной культуры, в ходе которых выработалось устойчивое убеждение о том, что исследования корпоративной культуры предпочтительно осуществлять

посредством качественных методов, в то время как корпоративный климат традиционно изучается количественными методами. В классических работах по изучению корпоративной культуры и климата выбор исследовательского подхода был крайне важен и, в конечном итоге, предопределял область исследования. Предполагалось, что такие традиционные качественные методики исследования корпоративной культуры как этнографический метод, метод автобиографии, индивидуальное и групповое интервью дают возможность идентифицировать уникальные проявления той или иной культуры посредством интерпретации профессионального опыта ее носителей. При этом личный опыт каждого респондента рассматривается как отдельные проявления в контексте единого целого.

Заявленный арсенал средств качественных исследований имеет необходимый потенциал для выявления и фундаментального анализа таких малодоступных для наблюдения характеристик корпоративной культуры как корпоративные ценности, убеждения, а также базовые предположения, смысл которых необходимо раскрывать, так как он, чаще всего, сложно понимаем и выражаем членами корпорации.

Кроме того, сильную сторону качественных методов составляет возможность взаимодействия с респондентами в интерактивном режиме, что дает определенную гибкость в исследовании, позволяя интервьюеру корректировать вопросы с точки зрения целесообразности и таким образом адаптировать ход исследования к проявившимся более актуальным тематическим зонам.

Однако современная практика организационных исследований дает нам образцы изучения корпоративной культуры, полученные средствами исключительно количественных методик. В связи с этим фактом в научных кругах начинает бытовать мнение о том, что концепты культуры и климата, по своей сути являющиеся принципиально отличными, становятся не только взаимозаменяемыми, но и неразличимыми [144].

Вследствие этого классические антропологические исследования корпоративной культуры были несколько потеснены новыми подходами

«измерений», особенно с появлением первых работ Г. Хофстеде, где ученый выделяет четыре критерия измерения культуры, составляющих в совокупности «модель культурных измерений».

Выбор количественных методов для диагностики культуры объясняется прагматическими целями: исследователей привлекает возможность получить результаты более доступным способом, не требующим значительных временных затрат. Использование анкет и измерительных шкал предпочтительно, если целью исследования является сравнение ряда показателей, отражающих состояние корпоративных культур нескольких фирм или организаций, а также в условиях, когда исследование ограничено во времени или недоступно вследствие запретительных мер организационной политики.

Технология количественных исследований требует, как известно, наличия исследовательских навыков и профессионального опыта, однако ограничивает исследователя формализацией смылосодержащих параметров инструментария – этот факт также играет важную роль при выборе методологии исследования корпоративных культур. Несомненными достоинствами количественных методов является систематизация и масштабность исследования.

Вопрос о точности исследования корпоративной культуры является наиболее дискуссионным: точность полученных с помощью вопросников данных подвергается сомнению вследствие жесткой структуры данного инструмента исследования. Сторонники качественных подходов к изучению корпоративных культур заявляют, что полная предопределенность критериев опроса, сформулированных в заготовленных анкетах, отрицательным образом влияет на полноту и точность исследования культуры, так как всегда остается ряд непредвиденных данных, содержательно не отраженных в опросном листе. В силу этого обстоятельства значительная часть авторов считают исследования культуры с применением количественных методик поверхностными, способными отразить внешние характеристики корпорации, но не имеющими потенциала для описания и осмысления ее более глубоких слоев [152; 225; 306].

Так, Д. Руссо, сравнивая возможности количественной и качественной методологий изучения корпоративной культуры, выделяет последнюю как наиболее уместную и наиболее этичную в данной области исследования. Ученый считает, что культура, в силу своей неоднородной и субъективной природы, трудно постигаема стандартными методиками и, по его мнению, требует индивидуального подхода [273]. В поисках аргументов в пользу количественных исследований Д. Руссо высказывает предположение, что данные исследования имеют эгалитарный характер, а также их применение, без сомнения, дает более широкий охват мнений.

Э. Шейн, анализируя приоритетные методы исследования корпоративных культур, оценивает количественные методы как недостаточно эффективные [280]. При этом он выделяет качественные методы исследования как наиболее достоверные и информативные, аргументируя тем, что данные методы предполагают значительный уровень погружения исследователя в корпоративные процессы.

В своих комментариях, относящихся к дискуссионному вопросу поиска методологии исследования корпоративных культур, Э. Шейн говорит о недостаточности традиционных методов, которые, по его мнению, как правило, неточны, так как дают, скорее, «иллюзию объективности» [Там же, с. 221]. Рассуждая о критериях достоверности, Э. Шейн пишет: «О точности исследования культуры можно судить по степени достоверности ее описания для инсайдеров, которые живут в культуре и, в то же время, для посторонних, стремящихся постичь эту культуру» [Там же, с. 221]. Позиция автора объясняется предположением о том, что корпоративная культура как явление неодинаково раскрывается коренным членам корпорации и ее потенциальным членам. Для людей, вступающих в организацию или желающих иметь о ней представление, важны объективные данные о наиболее ярких проявлениях ее культуры, в то время как для инсайдеров наиболее чувствительная тема – это дешифровка базовых предположений корпоративной группы, глубинный смысл которых чаще всего для них скрыт. В соответствии с данной логикой, Э. Шейн говорит о

целесообразности использования комбинации двух методов интерпретации культурных проявлений, предназначенных для данных акторов организационного процесса.

В случае направленности исследования на инсайдеров оно будет детерминировано внутренними проблемами корпорации и необходимостью обучения лидеров корпорации квалифицированно управлять этими проблемами. Предложенный Э. Шейном подход – это подход сверху вниз, напрямую связанный с производительностью и эффективностью труда. Речь идет об использовании групповых методик в виде семинаров с участием инсайдеров – ключевых носителей культуры, как правило, из числа управленцев. Работа группы в лице исследователя и заинтересованных информаторов направлена на выявление базовых предположений и обнаружение «любимых» корпоративных ценностей и артефактов: «Вследствие того, что культура – это явление, формирующееся в группе, лучший способ сбора систематических данных - это собрать репрезентативные группы от десяти до пятнадцати человек вместе и попросить их обсудить артефакты и ценности и выявить предположения, которые лежат за ними» [Там же, с. 220]. Результатом совместной работы должно стать выдвижение гипотезы исследования, актуальность которой проверена методом наблюдения, осуществляемого и со стороны исследователя и со стороны инсайдера, занятого в исследовании. Такое перекрестное наблюдение дает возможность, по мнению Э. Шейна, отделить «реальную проблему культуры» от надуманной [Там же, с. 209]. Метод групповых интервью в виде семинаров, рекомендуемый Э. Шейном, интересен еще и тем, что с его помощью можно осуществить поверку модели изменений корпоративной культуры, протестировав ее с помощью мотивированных инсайдеров.

На следующем этапе исследования автор рекомендует использовать другие методы, такие как контен-анализ документов, анкетирование, глубинное интервью, а также интерпретацию символов, мифов, рассказов, анекдотов, прецедентных текстов. Как наиболее актуальные для достижения целей исследования корпоративной культуры «изнутри» Э. Шейн предлагает

использование итеративных клинических интервью, дающих хорошие результаты для повышения степени объективности исследования, с одной стороны, и улучшения информированности инсайдеров, с другой. Например, ценностные характеристики профессиональной группы, по Э. Шейну, можно выявить только методом интервью, причем с помощью косвенным образом сформулированных вопросов о внутренних и внешних проблемах корпорации или организации, не акцентируя внимание на теме «ценности».

В целом, методология изучения корпоративных культур, предложенная Э. Шейном, опирается на рационально-прагматический подход, как известно, трактующий культуру как управляемую изменяющуюся переменную. Однако при этом исследователь не отрицает важности интерпретации символов, ритуалов, мифов и метафор для более глубокого постижения культуры, то есть его анализ корпоративной культуры содержит также элементы интерпретирующего подхода к изучению данного феномена.

Анализ методологических подходов к изучению корпоративной культуры дает основание утверждать, что ее изучение становится возможным только при использовании комплекса методов исследования, направленных на выделение базовых ценностей и артефактов.

Синтезируя существующие исследования в этой области, в нашей работе мы руководствовались идеей создания корректно идентифицированной, эмпирически проверяемой многомерной модели морской корпоративной культуры, в полной мере объясняющей социокультурную динамику морской профессии.

Так как объектом нашего исследования является морская корпоративная культура, но не корпоративный климат, складывающийся в рейсе, мы отклонили количественные методы и сосредоточились на диапазоне качественных исследований в сочетании с методом контен-анализа и методом дискурсивного анализа.

К методам с качественными характеристиками, используемым нами в процессе исследования, было отнесено глубинное интервью, метод биографии, метод фокусированного интервью, обсуждение с информаторами, метод

экспертного интервью, метод включенного наблюдения, которые предусматривают изучение стереотипов, обычаев, традиций, ритуалов, церемоний, которые исторически сложились в корпорации моряков. Методики качественных исследований дают возможность выявить глубинные культурные смыслы, часто неосознаваемые самими интервьюируемыми, и из них репродуцировать целостный образ морской корпоративной культуры.

В исследовании приняло участие 154 моряка. Из них по специальности – 47 судоводителей (39 помощников капитана и 8 капитанов), 38 судомехаников, 36 судовых электрика, 2 судовых повара, 31 квалифицированный матрос. Младшему из респондентов – 20, старшему – 82 года. Больше половины моряков, привлекаемых к исследованию, имеют стаж работы в море около 7 лет, максимальный стаж работы – 47 лет, минимальный – 1,5 года. Трудовой стаж среди рядовых моряков составлял от 1,5 до 25 лет, для моряков старшего состава этот показатель варьировался от 5 до 36 лет, для капитанов – от 29 до 47 лет. Были опрошены как практикующие моряки, так и моряки с большим трудовым стажем, чья практическая деятельность на момент опроса завершена. Это позволило проследить динамику развития морской профессии и произвести сравнительный анализ морской корпоративной культуры, сложившейся в советский период, и современного ее варианта.

Большинство опрошенных моряков имеют опыт работы на борту иностранных судов или в момент исследования были зарегистрированы в качестве работников иностранных судоходных компаний. Максимальная продолжительности данных рейсов составляет 6 месяцев.

Две трети участников исследования происходят из семей потомственных моряков, или являются близкими родственниками имеющих опыт плавательных практик.

Данные для исследования были собраны в период с декабря 2015 года по май 2021 года. Необходимо отметить, что своеобразие морской профессии осложняет получение доступа к респондентам. Этап сбора данных был затруднен вследствие вахтового метода работы респондентов. Учитывая данную специфику

профессии моряка, нами был выбран метод снежного кома как наиболее эффективное и адекватное средство сбора данных в предложенных условиях. В ходе исследования подтвердилась обоснованность привлечения в качестве респондентов «третьих лиц» (друзей моряков и членов их семей), поскольку степень взаимодействия моряков, в виду особенностей профессии, крайне низкая, что предполагает получение достоверных данных.

Исследование корпоративной культуры моряков проводилось на базе морского вуза, осуществляющего подготовку судоводителей, судомехаников и судовых электриков ФГБОУ ВО «КГМТУ». Данный университет обладает сложившейся корпоративной культурой, при этом также формирует и транслирует курсантам основы корпоративной культуры моряков. В качестве респондентов были выбраны курсанты 4-5 курсов очного отделения. Были опрошены также жители Республики Крым, имеющие стаж работы в море и работающие по специальности в настоящее время.

В работе использованы материалы социологических исследований:

1. «Корпоративная культура гражданского сообщества российских моряков: своеобразие формирования», проведенное автором в марте – мае 2016 г., сентябре – декабре 2017 г., феврале – мае 2018 г., сентябре – ноябре 2019 г. Использован метод погружения в автобиографию. Было опрошено 12 моряков. Также применен метод полуструктурированного интервью. Опрос охватил 22 человека из числа моряков различных специальностей.

2. «Специфика формирования профессиональной корпорации российских моряков», проведенное автором в декабре 2017 г. Использован метод фокусированного интервью (6 фокус-группы). Выборка составила 49 человек.

3. «Становление корпоративной культуры курсантов 4-5 курсов очного отделения ФГБОУ ВО «КГМТУ», проведенное в рамках общевузовского социологического исследования под руководством профессора М. Л. Яковенко при включении авторских вопросов в ноябре 2016 года. Использован метод фокусированного интервью (6 фокус-групп). Выборка составила 71 человек.

4. «Актуальные проблемы повышения уровня профессионализма морских кадров», проведенное автором в декабре 2016 г. Использован метод экспертного интервью. Опрошено 7 экспертов – представителей административного корпуса ФГБОУ ВО «КГМТУ». Отбор экспертов производился с учетом их профессиональной компетентности и занимаемой должности в управлении подструктурой ФГБОУ ВО «КГМТУ», осуществляющей конкретные направления подготовки.

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

Для оценки морской корпоративной культуры был выбран метод клинических исследований как наиболее эффективный и соответствующий целям данной работы. Исследование проводилось в виде индивидуальных и групповых бесед с их фиксацией на цифровой носитель. Затем запись подверглась обработке и методом транскрибирования оформлена в виде текста. Структуру интервью составили блоки вопросов по следующим содержательным измерениям корпоративной культуры моряков: система управления организацией, специфика профессиональной атрибутивности, трансформации историко-культурного наследия.

Сообразуясь с исследовательскими задачами и спецификой дифференциации целевых групп, было проведено 6 фокусированных групповых интервью, которые репрезентуют востребованные в морской транспортной и рыбопромышленной отрасли направления профессиональной подготовки, осуществляемые ФГБОУ ВО «КГМТУ».

Выбор респондентов старших курсов обусловлен рядом показателей: осмысленность мотивации поступления в вуз, опыт прохождения практик, освоение значительной части спецпредметов, поиск трудоустройства и осведомленность о реализации профессиональной деятельности студентами и курсантами старших курсов и выпускниками.

При разработке инструментария проведения групповой дискуссии (фокус-группы) в среде курсантов ФГБОУ ВО «КГМТУ» вопросы, представляющие исследовательский интерес, были сформулированы соотносимо. Перечень вопросов поддерживает логическую последовательность формирования мотивации выбора профессии, фокусируя её на морской транспортной и рыбопромышленной отраслях.

Для визуального восприятия ряда полученных в ходе исследования данных нами были систематизированы и переведены в проценты, а также представлены в виде диаграмм наиболее выразительные результаты исследования.

В процессе исследования применялись также методы контент-анализа и дискурс-анализа, факторного анализа.

Качественная оценка корпоративной культуры моряков традиционно осуществляется одновременно в несколько этапов. На первом этапе исследования произведен анализ внешних (институциональных) факторов и факторов внутренней среды корпорации, влияющих на корпоративную культуру моряков. На втором, заключительном этапе исследуется ценностно-коммуникативная составляющая изучаемой нами культуры. Обратимся к предметному рассмотрению указанных этапов.

2.2. Типологизация факторов, влияющих на формирование корпоративной культуры российских моряков

Экзогенные факторы, воздействующие на формирование корпоративной культуры российских моряков.

Э. Шейн отмечал, что концепция корпоративной культуры определяется процессами внешней адаптации и внутренней интеграции [280]. При этом под внешней адаптацией понимается погруженность корпорации или организации в контекст окружающей социальной среды, подразумевающей весь спектр взаимоотношений и взаимовлияний корпорации и факторов внешней среды в процессе достижения желаемого баланса. Процессы внутренней интеграции – это

процессы, направленные на структурирование и упорядочение внутренней жизни корпорации посредством усовершенствования методов и стилей управления. Являясь жизненно важными условиями существования корпорации, процессы адаптации и интеграции обеспечивают также ее устойчивость и конкурентноспособность.

Данные процессы обусловлены воздействием экзогенных, то есть внешних по отношению к предмету исследования факторов и комплекса эндогенных факторов, связанных с внутренними особенностями жизнедеятельности морской корпорации.

К экзогенным факторам, воздействующим на формирование корпоративной культуры моряков, на наш взгляд, относятся политическая и экономическая ситуация, действующие законодательные акты, государственные установки, конкуренция на рынке, а также социальный контекст становления морской корпоративной культуры.

1. Политическая и экономическая ситуация, законодательные акты, государственные установки, конкуренция на рынке.

Политика государства и состояние экономики определяет уровень эффективности функционирования отрасли в той или иной стране. В рамках государственного управления даются основополагающие идеологические установки. Нормативное регулирование морской и рыбопромысловой отрасли в виде правовых актов, уставов предписывает определенный порядок в сфере требований к организации и охране труда, прав и обязанностей работников отрасли, систему санкций и поощрений.

Оценивая состояние морской и рыбопромысловой отрасли, необходимо учитывать тот факт, что процессы, протекающие в отдельной отрасли хозяйственной деятельности, находятся в прямой зависимости от качественных изменений в российской и мировой экономике.

В этой связи показательной представляется динамика развития данных отраслей в масштабах страны и общего мирового пространства. «В 80-е годы прошлого века СССР занимал второе место в мире по числу судов и четвертое –

по тоннажу судов. В отличие от судов ряда капиталистических стран, советский флот ходил под своим государственным флагом и обеспечивал перевозку до 80% внешнеторговых грузов собственным морским транспортом» [6]. Как стабильную и проработанную можно охарактеризовать и нормативную базу, регулиующую трудовые отношения и правовую защищенность моряков в этот период. Исследователь трудовых конфликтов в области морского права А.С. Кокин, сравнивая советскую морскую правовую систему и правовую обеспеченность морской отрасли сегодня, замечает: «В СССР наем и трудоустройство моряков осуществлялись непосредственно работодателями – советскими судовладельцами через свои структурные подразделения (отделы кадров). Услуги посредников не использовались, их в стране просто не было» [46, с. 294].

Период 90-х годов – это период стремительной деградации отрасли, упадка всех наработанных показателей, обесценивание социальных и культурных завоеваний вследствие общего ослабления системы государственного управления экономикой и периода ее беспорядочного разгосударствления. Респонденты, имеющие большой трудовой стаж, отмечают этот временной период как наиболее тяжелый в плане трудоустройства и общего состояния неуверенности и неустойчивости. «Многие устремились на незнакомый им международный рынок труда моряков, особенность которого – жесткая конкуренция, сочетающаяся с применением норм множества международно-правовых актов (конвенций, резолюций, рекомендаций, многосторонних и двусторонних правительственных соглашений)» [Там же, с. 295].

Отсутствие стратегии государственного регулирования в эти годы привело к полному упадку социальной и экономической инфраструктуры отрасли, потере рабочих мест, резкому сокращению объема добываемой рыбной продукции и, в конечном счете, утрате страной статуса морской сверхдержавы.

Безусловно, ведущую роль в денационализации собственности играли представители государственной администрации и руководители бывших госпредприятий, хозяйственных комплексов (в данном случае – морского и рыбопромышленного комплекса) всех уровней и регионов. В этих условиях не

могло быть и речи не только о выработке сколько-нибудь приемлемой государственной стратегии, но и о более-менее регулируемом процессе реорганизации отрасли, либо создании рационального отраслевого механизма управления, способного выступать проводником государственных или общественных интересов в этом важнейшем сегменте национальной экономики.

Результатами существования управленческого вакуума и стало не только падение отрасли, трансформация всех ее составляющих (хозяйственной и социальной инфраструктуры, катастрофическое устаревание промыслового флота, резкое сокращение общего объема добываемого и реализуемого в стране рыбного продукта и пр.), но и общее выпадение специфической хозяйственной системы из правового и административного государственного контроля. Но самым тревожным с точки зрения национальных интересов страны стало естественное ослабление стратегического, международного статуса России, страны с естественным превосходящим (ведущим в мире) ресурсным потенциалом морских территориальных вод.

Конструктивная государственная постановка вопроса о реорганизации, точнее, о восстановлении рыбной отрасли в стране после кризисного падения стала возможна на рубеже 2000-х годов.

Финансово-экономический кризис 2008 года значительно ухудшил показатели эффективности работы отрасли, что явилось закономерным следствием глубокой экономической рецессии в стране. Российское судоходство до настоящего момента не вышло из затяжного кризиса. В ходе проводимых исследований выяснилось, что на большинстве судов используется устаревшее оборудование, не соответствующее современным тенденциям судостроения. Понятно, что с такой материально-технической базой отечественным судоходным компаниям достаточно тяжело выжить в условиях рынка. Без государственной дотации они рискуют быть поглощены крупными судоходными альянсами.

Ситуация коренным образом изменилась в связи с утверждением Правительством России долгосрочной Концепции развития рыбного хозяйства до

2020 г. Сегодня на федеральном уровне утверждается, что морская отрасль имеет стратегическое значение для страны. Приоритетными становятся не только вопросы финансирования и проектирования, но и вопросы внутренней динамики её возрождения.

В ряду главных особенностей, характеризующих современное состояние морской рыбопромышленной отрасли и проявляющихся в пристальном внимании к ней со стороны Президента и Правительства Российской Федерации, следует указать ее государственную стратегическую значимость и как важной составляющей морской деятельности, элемента Государственной Морской доктрины, и как важнейшего направления социально-экономической политики страны [312]. Это означает, что администрирование морской и рыбопромышленной отрасли становится одним из необходимых приоритетов в контексте разработки текущих и перспективных планов развития национальной экономики (и не только экономики), свидетельством чему служит утверждение Правительством долгосрочной Концепции и программы развития промышленного комплекса страны на период до 2020 года [310].

Вместе с тем, акцентированное внимание к рыболовству, усиленный экспертный и административный мониторинг ее состояния указывает на наличие серьезных системных внутриотраслевых проблем. С учетом всех направлений морской административной деятельности, рыбный комплекс представляет наиболее слабое их звено, в значительной степени осложняющее решение проблем по обеспечению механизма защиты стратегических национальных интересов России в пространстве международных морских коммуникаций. Рыбопромышленный комплекс нашей страны остается своеобразной «черной дырой» или средоточием специфических социальных рисков, достаточно ощутимых с точки зрения сохранения суверенных интересов национального значения.

Часть этих социальных рисков политического, правового, экономического, психологического или личностного содержания являются универсальными – характерными для большинства или всех субъектов морской деятельности. Но

значительная их доля имеет сугубо российские корни, обусловлены общим ослаблением стратегического потенциала России после распада СССР и многих лет несистемных постсоветских трансформаций во всех сферах жизни общества [85].

Однако, остановим внимание на социальных рисках универсального содержания, по крайней мере, одном из них, достаточно интересном с точки зрения влияния на весь режим международной морской деятельности, а также и влияющем на многие другие межгосударственные связи и взаимоотношения, включая политические. Речь идет о сохраняющемся в международном морском пространстве деловых отношений и хозяйственной практике режиме правовой неопределенности или неурегулированности. Большинство субъектов этих отношений вынуждены осуществлять свою деятельность в условиях юрисдикции разного типа и разного предметного регулирования, часто пересекая границы и государств и правовых режимов. Более того, деятельность значительной массы агентов морской деятельности предполагает системное манипулирование нормами морского права (международного и национального) как условия успешной деловой деятельности.

В рамках данного исследования нет возможности дать исчерпывающий анализ всех возможных объективных и субъективных факторов, формирующих обстановку благоприятствования для неправовых форм повседневной деятельности судовладельцев, морских экипажей, моряков в разных сферах мореплавания. Фактически нормативному регулированию морского труда посвящена весомая часть Конвенций Международной Организации Труда – около 25% от всего принятого их числа. Однако, значительная часть международных договоров и конвенций, в том числе ратифицированных многими странами, не реализованы на практике, оставляя обширное пространство для нарушения прав моряков и для многочисленных злоупотреблений субъектов морской хозяйственной деятельности.

Некоторые респонденты, рассуждая о причинах проблем в отрасли, как одну из самых серьезных отмечают избыток предложения на рынке перевозок,

появившийся как следствие большого тоннажа мирового флота. *«Дело не в том, что рыбы в океане мало, а в том, что компании покупают многотоннажные суда, а потом сбиваются с ног в поиске такого количества рыбы, и в результате мы часто идем полупустыми»*, – рассказывает один из опрошенных, 2-ой помощник капитана, 36 лет. Действительно, «с 1975 года контейнеровозы выросли в размерах в шесть раз. Эксперты считают, что к 2020 году они увеличатся еще на 13%» [314]. Лидеры контейнерного сектора покупают гипертехнологичные мега-суда, надеясь вытеснить с рынка небольшие компании. Чтобы найти достаточное количество груза для этих судов, владельцы объединяются в альянсы или просто проводят слияния. В результате «мировой флот обещает вырасти в этом году на 4,5%, а в следующем – на 5,6%» [Там же]. Пропорционально его росту будет усугубляться кризис в отрасли. Как следствие этого итеративных клинических интервью неэффективные рейсы и нестабильность заработков в рыболовецком флоте»: *«На «рыбаке» от рыбы зависит, рыбу поймал - заработал, не поймал – не заработал, там от фортуны зависит»*. Так как для современных моряков материальный стимул является основным, при заключении контракта предпочтение отдается судам торгового и транспортного флота.

Данный анализ позволяет сделать вывод о существовании в современной реальности мощных сил государственного и наднационального уровня в виде крупных национальных и международных корпораций, заинтересованных в сохранении по всему пространству морской деятельности многочисленных зон правового беззакония, осуществлении незаконной торгово-экономической и промысловой практики, действий, связанных с оборотом оружия, наркотиками, контрафактом. Эти силы транснационального значения служат мощной, в значительной степени скрытой оппозицией всякой конструктивной государственной деятельности, направленной на установления режима открытости и правовой определенности в такой весьма проблемной отрасли трудовой деятельности, как рыбный промысел [50, с. 19].

Таким образом, для российского морского и рыбопромышленного комплекса, как и для промышленности в целом, характерна нестабильность

развития, объясняющаяся коренными трансформациями в экономике и политике страны.

2. Социальный контекст процессов становления корпоративной культуры российских моряков.

Как известно, состояние культуры корпорации оценивается соотношением диахронического аспекта, то есть аспекта исторического наследования, и данных синхронического анализа, фиксирующего актуальные вопросы современного состояния жизни корпорации и открывающего перспективы ее развития.

С одной стороны, корпорация российских моряков имеет богатую историю развития, обусловленную историей развития российского судоходства и относительно стабильными показателями управления предприятиями морской и рыбопромышленной отраслями в период существования Советского Союза. Данные условия явились основными структурообразующими факторами для формирования традиционной концепции корпоративной культуры российских моряков, которую можно рассматривать как ценный культурный ресурс.

С другой стороны, стремление соответствовать новым жизненным реалиям неизбежно приводит к качественным изменениям в социокультурных процессах, характеризующих современную морскую корпорацию. Сущность этих процессов сосредоточена в новой корпоративной стратегии, императивный характер которой объясняется необходимостью адаптироваться к новым условиям интегрированного экономического пространства.

Современный морской рынок труда можно охарактеризовать как глобализированное поликультурное рабочее пространство, которое характеризуется отсутствием ограничений для моряков любой национальности искать работу, соответствующую их материальным запросам, а также разветвленной системой международных связей, призванных соединить судовладельцев, агентства по найму, работников – претендентов на ту или иную вакансию, и учебные заведения, готовящие морских специалистов.

По словам Д. Герстенберенг, «моряки являются трудовыми мигрантами, но отличаются от людей, работающих за рубежом тем, что эмигрируют не в другое

государство, а на мировой рынок» [247, с. 39]. Работа по найму на судне с иностранным флагом действительно может быть приравнена к временной миграции из страны в страну, так как судно является миниатюрной моделью культуры той страны, которую оно представляет. На борту судна экипаж обязан соблюдать правила и положения, заявленные государством флага судна. Команда временно нанимается на работу и живет в «стране-корабле» до завершения действия трудового контракта.

В условиях работы в смешанных экипажах моряк вынужден взаимодействовать с носителями различных культур и религий. Ограниченное пространство судна является дополнительным конфликтогенным фактором, способным спровоцировать межгрупповую враждебность и агрессию.

В этой связи необходимым этапом исследования корпоративной культуры моряков является рассмотрение аспектов влияния различных культурных контекстов на профессиональную деятельность. Актуальность заявленной тематики обусловлена все более усиливающейся тенденцией интеграции национальных культур в организационные системы и практики.

Исторически формирование корпоративных культур обусловлено национальными и территориальными контекстами, когда носители корпоративных культур проживают и осуществляют свою профессиональную деятельность в родной для них стране в рамках коренной национальной культуры. Это сопряжено с тем, что люди, как главный ресурс для формирования корпоративных культур, ведут преимущественно оседлый образ жизни и мало перемещаются.

Тот факт, что моряки, если воспользоваться терминологией У. Ханнерца, являются, скорее, «космополитами», а не «оседлыми жителями», открывает интересную перспективу для исследования [171, с. 249]. В этом случае уже сложившаяся модель корпоративной культуры помещается в контекст других национальных культур, что, несомненно, ведет к трансформации ее отличительных характеристик.

История развития профессии морское дело традиционно предполагает возможность рабочих практик в транснациональной среде, однако представители различных этногрупп по-разному интерпретируют специфику работы в этих сложных условиях, обнаруживая различные механизмы адаптации и идентификации себя с работой в море. Поскольку адаптация российских моряков в новой поликультурной рабочей среде является одним из аспектов нашего исследования, необходимо выявить некоторые основополагающие факторы, влияющие на формирование имиджа и моделей поведения российских моряков.

При этом мы рассматриваем корпоративное поведение российских моряков в культурно разнообразной среде как модель индивидуального поведения, выстроенную на основе национально-культурных особенностей, взятых в качестве независимых переменных.

Исследуя процессы социализации и адаптации российских моряков на международных рынках труда необходимо определить внутренний статус и динамику образа профессии моряка в контексте российского общества. Под статусом мы понимаем вслед за В.А. Мансуровым «определенный набор ресурсов, который открывает для индивида ряд возможностей в системе власти, распределения материальных благ и престижа» [66, с. 141].

В силу того, что Россия – это страна с богатыми традициями мореплавания, моряки всегда составляли довольно многочисленную профессиональную группу. Профессия моряка осознанно выбиралась молодыми людьми, имеющими склонность к авантюризму, приключениям, путешествиям, для которых рутинная работа на берегу неприемлема. В беседе с 80-летним капитаном, представляющим поколение советских моряков, эта мысль находит подтверждение: *«Всегда привлекала какая-то необычная, нестандартная работа, мне было интересно решать какие-то проблемы. Вот эти всякие там совещания, эти диспетчерские там советы, начинают там, где какой гвоздь забить. Мне это было не интересно».*

Или из речи шеф-повара со стажем 36 лет: *«Я не из-за денег ее (профессию) выбрал, у меня деньги стояли на 3-8 месте. Я ее выбрал даже больше из-за того, что можно мир посмотреть, красиво одеться».*

Кроме того, выбор профессии моряка часто происходил под воздействием поэтизации моряцкой жизни и романтического образа моряка, в значительной мере сформированного средствами морской художественной прозы, советских кинофильмов, а также мифическими историями о морской стихии с ее завораживающей притягательностью. Наши респонденты, начинавшие в профессии в советский период, вспоминали свои эмоциональные состояния: *«Вот когда смотришь долго на воду, какая-то сила начинает вроде как тянуть».*

Или: *«Что-то новое постоянно. Нравилось и море, и даже погода, когда штормит. Мне все нравилось».* Или: *«Да я еще маленьким был, все мечтал в море ходить. Вот отчего-то мне хотелось именно в море!»*

Необходимо отметить также, что профессия моряка в советском обществе относилась к числу престижных профессий, обеспечивающих работнику высокий и стабильный материальный доход, существенно превышающий средний заработок советских граждан. В силу этого факта к морякам было особое отношение со стороны общества, а женщины находили моряков привлекательными в качестве потенциальных мужей и кормильцев семьи. Из речи первого помощника капитана с 35-летним стажем: *«Я получал 2000 рублей за рейс при средней зарплате 120 рублей в месяц у главного инженера, Так что девушки искали моряков».*

Моряки осуществляли свою трудовую деятельность, в большей части, на отечественных судах, вследствие этого вступление в профессию открывало для претендентов возможности карьерного роста, повышения социального статуса.

Так как факт приобщения к профессии указывал на возможность удовлетворения как материальных потребностей, так и потребностей в самореализации, общественном признании, можно говорить о высокой мотивационной сфере и сильном чувстве приверженности профессии советских моряков. В дискурсе наших респондентов находит отражение полное

отождествление себя с работой, преданность своему делу. Например, капитан, 76 лет (стаж 44 года) делится: *«Я о другом и не думал. И трудно было, а для меня вот было не трудно. Вот, например, у нас закончило 270 человек на кафедре судоводительской, я знаю только, кто остался в штабе, человек 7-8, остальные все отсеялись. Тому фактор какой-то не подходит, тому это или это. Остаются люди не от безысходности, а просто они другой жизни не видят. Для них это жизнь».*

Исследования показали, что моряки, рабочий стаж которых пришелся на советский период, вспоминают о своих трудовых буднях с известной долей ностальгии, смешанной с чувством гордости, вызванной осознанием себя советским моряком. Из речи старшего механика (стаж 32 года): *«Во времена Советского Союза у нас были и ансамбли свои, и оркестры, и песни пели. Сейчас все поменялось, теперь только работа – поспал, поел и работа».*

Таким образом, все перечисленные факторы в совокупности сформировали благоприятный имидж профессии советского моряка, подкрепляемый ценностью концепции самодостаточности морской корпоративной культуры, сложившейся за годы существования российской морской корпорации.

Профессия российских моряков в ее современном облике получила новые коннотации, обусловленные изменившимися условиями, в которых реализуется профессиональная деятельность ее представителей. Новое поколение российских моряков ориентировано на мировой рынок труда, так как отечественный гражданский флот не обладает необходимыми качественными характеристиками и количественным потенциалом для удовлетворения их потребностей. Данная тенденция является, во-первых, следствием государственной стратегии управления кадровыми ресурсами в морской и рыбопромысловой отраслях – как решение проблемы высокого уровня безработицы; во-вторых, осознанным выбором формы трудоустройства российских морских специалистов.

Из общего числа респондентов, принявших участие в исследовании, 78,6% работают на иностранных судах по договору найма, то есть являются «трудовыми мигрантами», и только для 21,4% из них постоянное место работы –

отечественные суда. Эти данные подтверждают результаты международного исследования Э. Кахведжи, выявившего, что для 80% из общего числа морских кадров, составляющих мировой рынок труда, работа на судах под иностранным флагом и в составе многонациональных экипажей предпочтительна [206].

Российские моряки вербуются на иностранные суда преимущественно через посредничество крьюинговых компаний, осуществляющих практику в России. Услуги так называемого «чистого» крьюинга исчерпываются мерами по формированию экипажа для иностранных судовладельцев, исключая какую-либо форму ответственности перед экипажем за выполнение договорных обязательств со стороны работодателя.

На мировом рынке труда имеет место функционально усложненный тип крьюинга, смешанный с управлением и организацией потока рабочей силы в пункты назначения согласно договору, осуществлением всех зарплатных выплат на протяжении рейса, а также выплат по страховому полису от несчастных случаев на производстве. Данный тип крьюинга является более прогрессивной формой найма морских специалистов, так как дает гарантированную оплату труда в соответствии с договором найма. Однако наши респонденты, ссылаясь на свою плавательную практику, говорят о нарушениях пунктов договора по вине крьюинговых компаний. Из речи 38-летнего электромеханика со стажем 15 лет: *«Ситуация была очень неоднозначная, когда нас бросил крьюинг, они от нас отказались, сказали, что у них не получается общение с судовладельцем, в общем, разбирайтесь сами. И перестал отвечать на наши звонки. Т.е. мы оказались в чужой стране, в Нигерии, абсолютно без прав, без защиты, без всего. И мне пришлось звонить в АТФ, разбираться вопрос с зарплатой - нам ее задержали. Мы проработали четыре месяца – нам зарплату не выдали».*

В дискурсе опрошенных моряков, работающих по контракту, находит отражение сформировавшаяся в новых условиях ментальность трудового мигранта с весьма ограниченными правами и возможностями. Матрос-моторист (29 лет) с десятилетним опытом работы на судах под иностранным флагом вспоминает о конфликтной ситуации, сложившейся в рейсе, и о реакции

представителя комсостава: *«Не понравится – отправим домой, поменяем на других. Либо вы работаете, либо мы сейчас высаживаем вас на берег».*

Кроме того, устраиваясь на иностранное судно, российский моряк лишается пенсионных накоплений, так как трудовая деятельность осуществляется за пределами Российской Федерации, а судоходные компании, в свою очередь, не обязаны вносить страховые взносы за иностранцев, работающих по договору найма.

В силу того, что Россия не входит в список стран ОЭСР, российские моряки относятся к категории морских специалистов из развивающихся стран и приравниваются по коэффициенту оплаты труда и условиям труда к морякам из Филиппин, Индии, Китая, Индонезии, Греции, Турции, Польши, Украины. Представители этих стран составляют многонациональные экипажи судов ФОС с более низкими социальными стандартами и условиями труда.

Таким образом, исходя из полученных в ходе исследования данных, можно говорить о правовой и социальной незащищенности российских моряков, являющейся неизбежным следствием транснационального характера их труда.

Однако, несмотря на потенциальные риски нарушения договорных обязательств в форме невыплат, отказа от рабочего места, российские моряки стремятся получить контракт на иностранное судно, тем самым соглашаясь с предлагаемыми условиями труда и расценивая их как приемлемые. Решающее значение в выборе их предпочтений имеет уровень заработной платы, в разы превышающий показатель оплаты труда морских специалистов на российском рынке труда.

Вопрос о численности российских моряков, работающих под иностранным флагом, является довольно проблематичным, так как данные о количестве трудоустроенных моряков должны фиксироваться и подаваться в Международную Морскую Организацию круизными компаниями, однако учет ведется не всегда корректно. Анализ иностранных научных источников позволил нам оценить число российских моряков, трудоустроенных за границей, как колеблющееся в пределах от 5% до 10% от общего числа моряков, занятых в

мировом судоходстве. Учитывая возрастающую тенденцию трудоустройства за пределами России, «максимально возможная доля занятости россиян на этих судах составит около 15% от всех иностранных морских специалистов, работающих за рубежом. В основном, будут преобладать вакансии на специализированных судах» [47, с. 2].

По оценкам экспертов, степень востребованности российских морских специалистов в мировом судоходстве все более возрастает. Судовладельцы, в целом, удовлетворены уровнем профессиональной подготовки морских специалистов из России, объективно превышающем уровень подготовки моряков из Филиппин, Индонезии и других развивающихся стран. Весомым аргументом для иностранных компаний является принципиальное согласие отечественных моряков на более низкую в сравнении с западными стандартами оплату труда. Кроме того, за счет моряков из более бедных стран, в том числе российских, покрывается возрастающий дефицит рабочей силы для выполнения тяжелой работы, связанной с риском.

Необходимо отметить, что изменившиеся условия труда моряка значительно понизили престиж морских профессий в странах с развитой экономикой. Актуальной стратегией для многих судоходных компаний является максимизация прибыли за счет сокращения количественного состава экипажей, и, как следствие этого процесса, увеличившийся перечень служебных обязанностей, закрепленный за каждым специалистом. Труд моряка стал более интенсивен и тяжел, поэтому привлечение новых кадров в морскую профессию в странах ОЭСР составляет сегодня серьезную проблему. Для специалистов из высокоразвитых стран приоритетными остаются командные должности на судне (капитан, старший помощник, старший механик), причем процент молодых кадров в этом сегменте также невелик [222]. Исследователь процессов межкультурного взаимодействия в профессиональной среде норвежских моряков Д. Østreng утверждает, что «норвежцы нанимаются на суда исключительно в качестве офицеров и никогда не могут быть среди матросов, <... > большинство из них – специалисты, работающие в море с 60-х или 70-х годов» [247, с. 5].

Статистические данные о моряках из стран ОЭСР подтверждают, что приток морских кадров из стран ОЭСР, в том числе старших офицеров, иссякает, в то время как страны третьего мира готовы поставлять на мировой рынок труда молодых специалистов, квалификация и коммуникативные навыки которых объективно ниже, однако являющихся экономически более привлекательными.

Таким образом, меняющиеся приоритеты кадровой политики мирового морского транспорта дают возможность российским морякам занять определенные позиции в кадровой разверстке иностранных судоходных компаний как составной элемент многонациональных экипажей. Значительная часть работающих за границей отечественных мореплавателей – это молодые специалисты, только что закончившие профессиональную подготовку в морском вузе или колледже. Физически развитые и обладающие хорошим здоровьем, они вполне соответствуют образу «здорового мигранта», негласно принятому как один из критериев отбора при найме на работу на иностранное судно. Кроме того, многие из них демонстрируют неплохой уровень овладения профессиональными компетенциями, не вызывают нареканий по части дисциплины и соблюдения этических норм.

Однако, несмотря на данные характеристики, мы не можем констатировать высокий статус российских моряков на мировом рынке труда. В основе их существования в пространстве иностранного судна, объективно являющегося сегрегированной социальной средой, лежат отношения неравноправия, построенные по модели отношений «гость – хозяин». Судно-наниматель ориентирует организационную политику на свою этногруппу, всегда представленную в большинстве. Моряки-репрезентанты этой группы пользуются привилегиями на судне в виде более высокой оплаты труда, высокого уровня страхования от несчастных случаев, лучших условий отдыха. Кроме того, культурная среда судна обусловлена обычаями и нравами принимающей страны, включая особенности национальной кухни. Обычаи, ритуалы, предпочтения в еде иных национальностей, составляющих экипаж, как правило, не учитываются. Наши респонденты говорят о редких исключениях из этого правила. Из речи шеф-

повара (стаж 28 лет): *«Есть такие суда, на которых много очень народов, много разных национальностей – там работают два повара. Один готовит для своих, и повар, который умеет готовить пищу и той культуры, и этой, то есть тех культур, которые имеются».*

Так как количественное присутствие российских моряков на иностранном судне не превышает 15%, нельзя говорить о какой-либо их весомой доле в национальном сегменте судна, вследствие чего их социокультурные предпочтения и интересы не влияют на организацию внутреннего распорядка жизни на судне.

Таким образом, отечественные моряки дальнего плавания в период рейса на иностранных судах оказываются вне территориальной принадлежности, являясь российскими гражданами лишь номинально. В этой связи совершенно определенно можно говорить об амбивалентности статуса российских моряков. Периодически дистанцируясь от своей страны, теряя ментальную связь со своим этносом, они приобретают неустойчивый статус временно завербованного работника с довольно размытой национальной идентичностью.

В положении политической и юридической изоляции своеобразно протекают процессы оформления профессиональной идентичности отечественных морских специалистов, так как они идентифицируют себя, в большей степени, с работой трудового мигранта.

Профессиональная идентичность обусловлена удовлетворением, получаемым от работы, и высокой оценкой общества того или иного вида деятельности. Наличие этих составляющих формирует у работников чувство собственной значимости, поднимает престиж профессии.

Общественное мнение, устоявшееся в современном российском социуме, в целом, сводится к восприятию российских моряков как иностранных контрактников с относительно высокой заработной платой. Однако стремительно меняющиеся потребности рынка заставляют несколько по-иному взглянуть на статус профессии моряка в российском обществе. Если в советское время профессия моряка была одной из немногих высокооплачиваемых и статусных

профессий, то в условиях современности, в связи с появлением на рынке труда новых профессий с потенциально высокими доходами, морские профессии уже не воспринимаются обществом как род занятости, дающий исключительные возможности в плане построения карьеры и материального достатка. Современные молодые люди, стоящие перед выбором профессии, предпочитают иные хорошо оплачиваемые профессии на берегу, не связанные с рисками и необходимостью отрываться от семьи.

Следовательно, можно говорить о некотором снижении престижа морских профессий в российском обществе, особенно заметном в сегменте специальностей матрос, механик, электрик. Данная тенденция обусловлена еще и тем, что в системе оплаты морских специалистов различных стран, в том числе и России, наблюдается ярко выраженная диспропорциональность, обусловленная дифференциацией по занимаемой должности. Зарплата старшего комсостава, например, превышает зарплату матроса минимум втрое и может достигать 300 тысяч в зависимости от престижности судна.

Однако самым высокооплачиваемым является труд капитана морского лайнера, будь то круизное судно, сухогруз или танкер. Сумма его оклада колеблется в пределах от 300 тысяч до 1млн. рублей, а заработок капитанов дальнего плавания превышает эту сумму. При этом средняя заработная плата в профессиональном сообществе моряков балансирует на уровне 80 тысяч рублей.

Заметим, что подчеркнута неравная система распределения материальных благ в морской отрасли, являющаяся проекцией иерархических социальных отношений на судне, интерпретируется моряками как легитимная и справедливая, отражающая традиционный морской порядок. Наши респонденты следующим образом комментируют вопросы оплаты труда: *«Я, когда матросом ходил, думал, старший командир вроде как ничего не делает, а я работаю. В этом тоже есть свои нюансы, я вроде как смотрю, и капитан ничего не делает, а у него какая ответственность, он за все в ответе, эта ответственность тяжелее, чем физическая работа»*, - говорит 3-ий помощник со стажем 15 лет.

Или из речи матроса (27 лет, стаж 6 лет): *«Если хочешь получать больше и не боишься ответственности, можно идти учиться на высшую должность и, возможно, идти в загранку, но уже в роли судоводителя».*

Таким образом, финансовые возможности морской профессии являются основным фактором, формирующим престиж профессии и мотивирующим ее выбор современными молодыми людьми. Доминирующей мотивацией поступления на службу в гражданский морской флот для наших респондентов стали материальные стимулы для новичков в профессии; старые работники в первую очередь отмечают интерес к характеру и специфике работы в море, приобретение неоценимого жизненного опыта и жизненных впечатлений посредством морской профессии, а также возможность стабильного заработка. По результатам исследования, 89,3% опрошенных нами курсантов и практикующих моряков со стажем работы до 10 лет сделали свой выбор, ориентируясь на высокие заработки, дающие, по их мнению, возможность стать финансово самостоятельными, содержать семью, обучать детей. В анализируемом дискурсе частотны такие высказывания: *«Я доволен, моя семья довольна, сын растет. И я не переживаю о материальной стороне воспитания ребенка».*

Лишь некоторые респонденты упомянули фактор преемственности как решающий для них в процессе принятия решения. Из речи старпома 52 года (стаж работы 31 год): *«У меня дядя был моряком, он из комсостава, ходил в должности электромеханика. Он умел уговаривать. Это было до армии, я тогда еще в школе учился. Он тогда приходил такой в фуражке, в эполетах. Какие аргументы у него были, не помню, помню только, что он был такой убедительный. Он сильно повлиял».*

Факторы, связанные с оригинальностью профессии, которые, согласно нашему опросу, были в приоритете для советских моряков, для молодых специалистов не являются значительными. Причина изменившейся мотивации, возможно, кроется в том, что условия работы и отдыха в современных рейсах существенно изменились. Работа в море всегда ассоциировалась с возможностью свободно перемещаться по миру, быть мобильным. Длительные заходы судов в

иностранные порты позволяли морякам посетить другие страны, пообщаться с местными жителями, отдохнуть от тяжелой рутинной работы, расслабиться. В современных рейсах платные заходы в порты максимально сокращены, а иногда и вовсе не предусмотрены вследствие экономии ресурсов и политики безопасности, принятой в судовых компаниях. Строго запрещено также на современных судах употребление алкоголя во время досуга и праздников. Все без исключения респонденты говорят об этих изменениях как об утрате некой свободы: *«Да и поменялось руководство: раньше вышли в порт, отдохнули, выпили - теперь такого нет»*.

Упомянув о свободе, современные мореплаватели, видимо, имеют в виду «миф о свободе», опирающийся на укоренившееся в истории профессии верование в то, что в море действуют несколько иные законы, чем на суше. Классические представления древних цивилизаций о море реализуются в символике хаотичного, нестабильного, неподчиненного человеку пространства. Море часто служило приютом для представителей маргинальных слоев общества, многие из которых нарушали закон или просто не желали жить по правилам, диктуемым обществом. Отголоски стереотипного представления об индивидуальной свободе моряка наблюдаются и в современной морской корпоративной культуре, но уже не как реально наличествующие, а как желаемые.

Таким образом, вышеупомянутые 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.

Этот факт доказывает, что внешняя среда, несомненно, является социально-экономическим и политическим контекстом для формирования морской корпоративной культуры. Под влиянием внешних условий 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.

Однако несомненным является и то, что два предприятия отрасли в одних и тех же социально-экономических условиях могут иметь несколько различные элементы культуры. Это объясняется воздействием на формирование морской корпоративной культуры экзогенных факторов, то есть факторов внутренней среды корпорации.

Эндогенные факторы формирования и поддержки установок корпоративной культуры моряков.

Анализируя комплекс эндогенных факторов, то есть факторов, порожденных самой морской корпорацией как внутренней системой, оказывающих влияние на формирование и поддержку морской корпоративной культуры, мы предлагаем к рассмотрению следующие инструменты их применения:

1. Кадровая политика в морской отрасли.
2. Конструирование морской корпоративной идентичности.
3. Тип лидерства и стиль управления командного состава.
4. Поведение персонала.

Инструменты кадровой политики в морской отрасли включают в себя управленческие решения о принятии на работу и увольнении, процессы обучения и повышения квалификации морских специалистов, а также мобильность кадровых ресурсов в мировом судоходстве.

Как известно, важнейшим способом формирования сильной корпоративной культуры является использование моделей распространения знаний, например, института наставничества, «вхождение» в профессию новых кадров, повышение квалификации (в т. ч. на рабочем месте), где личные знания могут быть перенесены на организационный уровень, а затем использованы для ускоренного обучения.

В результате действия таких организационных мер формируется система знаний корпорации как залог ее конкурентного преимущества, фактор ее стабильности и эффективной адаптации в условиях меняющейся внешней среды. И, напротив, в компаниях со слабо выраженными корпоративными связями, в которых преемственность и приверженность традициям отсутствуют в результате несвязанных и нестабильных трудовых отношений, интеграция знаний практически не осуществляется.

Процесс найма является важнейшим элементом кадровой стратегии морских компаний, так как это процесс пополнения отрасли новыми морскими кадрами. В соответствии с современными тенденциями в морском образовании морские кадры должны быть не просто хорошо обучены, но и способны поддерживать поток знаний внутри корпорации, то есть быть носителями и охранителями корпоративной культуры морской профессии, ее интеллектуального капитала.

История мирового судоходства показывает, что международные судоходные компании с богатыми традициями для обеспечения преемственности реализуют стратегию непрерывного профессионального обучения, то есть «выращивают» кадры средствами самой компании, через приобщение к основам ее корпоративной культуры. Однако за последнее десятилетие этот метод контролируемого пополнения кадров применяется значительно реже, и в наши дни компании все охотнее используют аутсорсинг и сотрудничество с кьюинговыми компаниями, выступающими посредниками в вопросах найма. Аутсорсинг управления экипажем как инструмент оптимизации бизнеса довольно результативен, но «побочным эффектом» его использования становится ослабление, а иногда и полное отсутствие во многих судоходных организациях прямой связи между работодателем и его сотрудниками, например, между судовладельцем и его моряками. В случае использования аутсорсинга судовладелец получает несомненную финансовую выгоду из-за сокращения служебных издержек, но не может быть уверен в профессионализме и наличии необходимых компетенций у будущих работников.

Поскольку затраты на укомплектование персоналом составляют около 50% эксплуатационных затрат, легко предположить, что целью каждой компании является их снижение и рационализация, однако не в ущерб качеству работы экипажа [304]. В соответствии с практикой, применяемой судовладельцами, стоимость рабочей единицы становится жизненно важным сегментом эксплуатационных расходов и, возможно, единственным динамичным показателем результативности компании [217]. Для снижения стоимости комплектования судоводные компании во всем мире используют экипажи из стран с низкой стоимостью рабочей силы. В течение последних 25 лет 80% мирового торгового флота укомплектовано поликультурными и многоязычными экипажами. Результаты отчетов Балтийского международного морского совета (БИМКО / ВМСО) за 2016-2019 гг. подтверждают, что такие традиционно морские страны, как Европа и Северная Америка, поставлявшие на мировой рынок труда высокий процент морских кадров, постепенно утрачивают приоритет [304]. Эта тенденция объясняется тем, что условия труда моряков стали более сложными, что снижает привлекательность профессии, особенно для граждан развитых страны.

Условия хозяйствования в морской отрасли весьма изменчивы, вследствие чего возникают новые требования к квалификации персонала и новые способы повышения производительности. Диверсификация морской деятельности привела к увеличению рисков, в числе которых можно выделить риски, связанные с влиянием человеческого фактора (навигация, несчастные случаи, терроризм, иммиграция, незаконный трафик и загрязнение) и экологические риски (природные ресурсы и стихийные бедствия).

В сложившихся условиях конкурентноспособными моряками являются те, кто хорошо обучен, имеют пониженный индикатор риска (то есть потенциальную способность избегать рисков) и готовы к взаимодействию с морской средой. От наличия у экипажа данных характеристик зависит безопасность судна, перевозимых грузов, экипажа, окружающей среды, а также доходы судоводных компаний.

Важно отметить, что морская среда – весьма специфичное место работы. Условия на судне могут быть сравнимы с «закрытым» учреждением, где экипаж изолируется от своих семей и других социальных связей на длительный период времени [123, с. 86]. Значительное воздействие на моряков в долгосрочных рейсах оказывают и социально-психологические факторы: монотонность образа жизни и работы на судне, ограниченность чувственных восприятий, предельно узкий круг общения, невозможность разнообразить свой досуг. Наши респонденты, рассуждая о специфике своей профессии, как одну из самых неприятных ее сторон отмечают ограниченную свободу, отсутствие возможности распоряжаться своим временем: *«Человек, которые работает на заводе, с утра пришел - вечером ушел, он свободен, вольный казак, сам себе. На судне такого нет, у тебя вахта – отдых. Да, далеко идти не надо, у тебя все рядом, с питанием тоже проблем нет, тебя там кормят, но ты несвободный человек, у тебя ограниченное пространство»*, – рассуждает стармех, 40 лет (стаж 17 лет).

Или из речи матроса с 5-летним стажем: *«Не нравится то, что не можем управлять своим временем. Все зависит от погоды, от рыбалки, т.е. нас в любой момент могут вызвать на работу. Практически не распоряжаемся своим временем. Графика никакого нет, т.е. прямо сейчас нам могут позвонить и сказать, что мы идем в море. Мы все бросаем и собираемся на пароход»*.

Традиционно авторитарные отношения на судне, обусловленные историей морского дела, закрепляют за каждым членом экипажа определенное место в корабельной иерархии, при этом команды и действия капитана не подвергаются сомнению. Иерархия на судне оказывает негативное влияние на коммуникацию и межличностные отношения из-за ее вертикального характера, исключающего обратную связь, что может привести к недоразумениям. Кроме того, перечисленные факторы оказывают отрицательное воздействие на движение рабочей силы в морской отрасли.

В настоящее время регионы Дальнего Востока, Крыма, Индийского субконтинента и Восточной Европы являются основными источниками рабочей силы для морской отрасли [112]. Как было замечено, наблюдается значительное

сокращение числа капитанов и старших помощников из стран ОЭСР. Общее снижение численности прибывших из ОЭСР моряков старшего плавсостава за пятилетний период достигает 4%. Необходимо отметить, что этот показатель достаточно высок по отношению к российским морякам: численность капитанов и старпомов из России составляет 14%, – и это третья позиция после финнов и филиппинцев [130].

Мобильность кадровых ресурсов в морской отрасли также довольно высока. Опрос моряков, проводимый в рамках социологических исследований морской корпоративной культуры, показал, что 68,2% всех опрошенных моряков переходят из одной компании в другую, в то время как 31,8% остаются в первой компании, в которой они начали свою трудовую деятельность. Таким образом, высокая мобильность между компаниями – это высокий уровень межотраслевого движения персонала, обозначенный и расцениваемый как «потери», поскольку это движение персонала носит односторонний характер, так что морская отрасль в целом испытывает ущерб.

Высокая мобильность персонала может нанести ущерб морской отрасли, если нет механизма накопления и сохранения профессиональных практических знаний. Учитывая этот факт, морские компании, стремящиеся к конкурентному преимуществу, демонстрируют организационную стратегию преемственности, разработанную управлением компании и разделяемую всеми членами экипажа.

Качественное профессиональное образование формирует профессиональные знания и навыки любого моряка, однако ни один способ обучения не даст результата, если у будущего моряка отсутствует личная приверженность к приобретаемой профессии. В теории организации под корпоративной приверженностью понимается модель корпоративного поведения, характеризующегося особой лояльностью и преданностью организации/корпорации. Работники, демонстрирующие приверженность, идентифицируют себя с организацией, глубоко вовлечены в нее, привязаны к ее культуре и, как правило, остаются в организации даже в трудные для нее времена. Кроме того, они готовы приложить дополнительные усилия для выполнения

поставленной трудовой задачи, не требуя денежного вознаграждения, то есть, проявить усердие. Усердие понимается как особое качество прилагаемых интеллектуальных и физических усилий, особая страстность в выполнении работы. Если работник движим лишь материальными стимулами и не получает удовлетворения от собственного труда, качество его работы будет низким и, в конце концов, такой работник будет вытеснен из профессии.

Поэтому важно отбирать претендентов на определенную должность с учетом наличия профессионально значимых качеств будущих моряков. В каждой *успешной* морской компании культивируется чувство принадлежности корпорации моряков, в то время как в компаниях с низким рейтингом экипаж мотивирован только доходами.

Эффективным инструментом поддержки установок корпоративной культуры моряков следует считать механизмы оформления и поддержки морской корпоративной идентичности.

Важнейшей организационной проблемой, стоящей перед современными морскими корпорациями, является необходимость конструирования корпоративной идентичности, как командной, так и интегративной, способствующей жизнестойкости корпорации и завоеванию ею конкурентного преимущества в условиях международной конкуренции. Корпорации в процессе своей жизнедеятельности формирует свою корпоративную идентичность, понимаемую как внутренний и внешний символический контекст организации.

Как проекция внутренней жизни организации идентичность составляет духовную основу корпорации, сравнимую с духовной самоидентификацией личности. Этот внутренний посыл корпорации находит свое воплощение в миссии и стратегической политике компаний, принадлежащих к данной корпорации. Проявления внешней корпоративной идентичности, закрепленные в визуально значимых символах корпорации и поведении ее членов, определяет, насколько деятельность корпорации соответствует ее культурным традициям.

Корпоративная идентичность в широком смысле понимается как набор ощущений, восприятий и мыслительных процессов членов корпорации,

участников корпоративной деятельности. Большинство исследователей, признавая сложность данной дефиниции, сходятся во мнении, что корпоративная идентичность является проекцией коллективного понимания отличительных черт корпорации, ее сущностных характеристик и ценностных парадигм. Исходя из этого, С. Альберт и Д. Уейтен определяют корпоративную идентичность как центральную, устойчивую и уникальную характеристику корпорации [112].

Согласно теории социальной идентичности корпоративная идентичность – явление многопорядковое, для обнаружения и измерения которого необходимо учитывать следующие измерительные параметры:

1. Измерение, основанное на когнитивном осознании индивида своей принадлежности к корпорации, сопричастности к базовым знаниям, хранителем которых является корпоративная культура.

2. Измерение аффективных состояний индивида, связанное с возникающими у него в процессе взаимодействия с корпорацией и ее культурой эмоциями и чувствами. Данное измерение согласуется с одной из основных потребностей человека ощущать себя частью группы и быть признанным другими членами группы.

3. Измерение публичных и личных оценок, выражающих позитивное и негативное отношение. Публичные оценивания связаны с тем, как другие участники корпорации видят индивида, личные отражают процессы самооценки индивида в корпорации.

4. Поведенческий аспект, связанный с принятием поведенческих норм корпорации, участием в корпоративных традициях, обычаях и ритуалах [121; 123; 286].

Приобщение к корпоративным ритуальным действиям обычно связаны с усилением социальной идентичности или идентификации себя как личности. Самоидентификация более соотносится с самооценкой человека, которая определяет его по отношению к другим людям. Социальная идентичность, одной из форм которой является корпоративная идентичность, детерминирована членством в эмоционально значимых социальных группах и объединениях.

Личностная и корпоративная идентичность являются взаимоисключающими уровнями самоопределения.

Мы в своих исследованиях исходим из того, что корпоративная идентичность основана на парадигме ценностей, значимых в профессиональном сообществе, и символике, формирующей корпоративный имидж, и, вследствие этого, встроена в корпоративную культуру, которую мы рассматриваем как внутренний контекст развития и поддержания корпоративной идентичности.

Назначение корпоративной культуры – 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. Другими словами, корпоративная культура служит необходимой внутренней средой для формирования корпоративной идентичности.

Корпоративная идентичность, напротив, более соотносится с тем, как участники корпоративной деятельности выражают усвоенные ими ценности посредством стереотипного поведения, эмотивных реакций, выполнения ритуальных действий, принятых в корпорации, знания и принятия корпоративной атрибутики. Корпоративная идентичность, в этой связи, служит обязательным ориентиром в процессе постижения ценностей, убеждений и норм, характеризующих ту или иную корпоративную культуру.

Таким образом, мы считаем, что дефиниция корпоративной культуры более сложна и многогранна, чем ее традиционная интерпретация в рамках функционального подхода, как известно, занимающего лидирующее положение в литературе по организационным исследованиям. Согласно концепции необходимости интегративного подхода в исследованиях корпоративной культуры, приверженцами которой мы являемся, корпоративная культура, идентичность и имидж образуют основные структурообразующие признаки корпорации.

Современная морская корпорация позиционируется как самостоятельное поликультурное образование со сложившейся на протяжении тысячелетней

истории системой ценностей, шаблонами поведения, морскими самобытными традициями, обычаями и верованиями, отраженными в морском фольклоре, с ярко выраженным чувством корпоративизма. Пересечение и взаимодействие этих связующих элементов формируют стойкую корпоративную идентичность моряков, сильное чувство принадлежности к морской корпорации. К. Фири в исследовании, посвященном социальной истории морской профессии, следующим образом характеризует силу этих профессиональных связей: «Моряки всех возрастов и национальностей всегда рассматривали тех, кто связан с морским сообществом как группу социального взаимодействия, заведомо ожидая от них помощи и поддержки. Связи между членами экипажа не ограничивались жизнью на судне; они распространялись на все сферы жизни моряка» [161, с. 239]. Укреплению этих комплексных связей способствовал тот факт, что моряки предпочитали образовывать семьи с девушками из семей моряков, покупать жилье по соседству с другими моряками и, в случае завершения карьеры, выбирать в деловые партнеры бывших моряков.

П. Берк в социально-историческом исследовании говорит о яркой идентичности моряков, проявлявшейся в особом образе жизни, только им свойственной манере поведения и способе общаться: «Моряков можно было отличить от сухопутных по многим признакам. Во-первых, это их одежда. Моряка XVIII века отличала его клетчатая рубашка, косичка на голове и, что самое примечательное, его шаровары. Моряки были также узнаваемы по их речи, в которой технические термины, сленг и ругательства были настолько сконцентрированы, что составили отдельный язык» [136, с. 44]. Автор утверждает, что богатейшая история морской профессии позволяет говорить о сложившейся морской субкультуре как о «системе общих ценностей и смыслов» [Там же, с. 42].

Одной из ключевых особенностей морской корпоративной культуры является акцентированная мужская идентичность – качество, унаследованное современными моряками от своих предшественников, моряков парусного флота, поскольку только плавание на паруснике может сформировать у новобранцев

необходимые в морском деле навыки и личные качества. «Матрос, обученный на пароходе, – считает Д. Деннис, – никогда не будет готов к настоящей опасности в бушующем море и не станет дисциплинированным и решительным человеком – эталоном нестигаемого мужества» [145, с. 201]. По мнению автора, с внедрением паровой технологии начался процесс прогрессирующего «выхолащивания профессии моряка» [Там же, с. 201 – 202].

Мужская идентичность присутствует как определяющий атрибут и в современной морской корпоративной культуре. Как показали проведенные исследования, профессиональные моряки и сегодня демонстрируют приверженность таким ценностям как мужественность, самообладание, решительность, корпоративная честь. Однако социальный запрос на наличие данных качеств у моряков в условиях транснационального характера современного мореплавания несколько изменился. Современные исследователи морской культуры безопасности убеждены, что низкие индексы мужественности у членов многонациональных экипажей способствуют обеспечению безопасности рейса, и, напротив, более мужественные моряки с большей вероятностью могут послушаться приказа, проявить самостоятельность, что может привести к катастрофе по причине человеческой ошибки.

Так, С. Лу и Т. Ченг, опираясь на теорию измерений культуры Г. Хофстеде, предположили, что уровень проявленной маскулинности у моряков напрямую зависит от их национальной идентичности [224]. Моряки, представители мужского типа культуры (шведы, норвежцы), позиционируют себя в качестве хороших специалистов. Такая самооценка соответствует традиционному представлению о «настоящем моряке» – физически сильном, мужественном, ответственном, любящем и ценящем свое дело. Исторически это обусловлено тем, что моряки-норвежцы всегда проявляли активность, завоевывая социальное признание и высокую оценку своего труда. Однако, несмотря на эти неоспоримые преимущества, на современном рынке труда они уступают свои лидирующие позиции морякам из Филиппин и Китая, так как их яркая мужская идентичность расценивается как дополнительный фактор риска в рейсе. Судовладельцы все

более предпочитают в качестве работников малоазийских моряков, ярких представителей восточных феминоидных культур, которые значительно уступая в профессионализме, уровне образования и общей культуры, более координируемы и управляемы и поэтому более безопасны.

Исследования показали, что российские моряки достаточно убедительно демонстрируют мужскую идентичность в своей профессиональной деятельности, однако отличаются пониженными индексами восприятия риска. Об этом свидетельствует их весьма специфическое отношение к многочисленным опасностям, сопровождающим жизнь моряка. Примечательно, что вопросы, связанные с объективно высокими рисками, характерными морской профессии, не вызвали у опрошенных моряков интереса, желания обсудить данную тему. По преимуществу, была замечена реакция избегания, игнорирования, ухода от вопроса. Показательны такие высказывания респондентов: *«В любой профессии есть риск. Тут очень важно быть начеку. Дисциплина строгая. Нет дисциплины – нет работы»*. (Фокус-группа №4).

Или: *«Да вот как-то мне страшно не было, понимаете там, мы все профессионалы. Как-то мы не думали о страхе»*. Или: *«Я, честно говоря, не думаю об этом. Собственно, есть какая-то внутренняя вера в себя. И у меня такое представление, что если положено на тот свет, то в любом случае попадешь туда»*. (Из речи капитана, 55 лет, стаж 35 лет).

Присутствовали еще более лаконичные словесные реакции: *«Ну что, рискуем и плывем дальше»*, *«Стараемся не думать о плохом»*. (Фокус-группа №2).

В нашем исследовании мы зафиксировали редкие эмоциональные комментарии какого-либо опасного момента, произошедшего в рейсе. Так, 52-летний капитан транспортно-буксирного судна, рассуждая о своей приверженности профессии, заметил: *«Хотя был один момент, когда я думал: «Если я выживу – тогда было очень страшно - то, наверное, море брошу»*. Мы попали под мысом Доброй Надежды (Африка) в отголоски волн-убийц, там

волны были с девятиэтажный дом, т.е. пароход просто поднимался вверх, потом опускался. И так нас колбасило пять суток».

Молодые моряки, как правило, менее сдержанны и кажутся пораженными теми трудностями и опасностями, с которыми сопряжена работа моряка. Из речи четвертого механика (29 лет, стаж 7 лет): *«Ты весь промокший, весь замерзший и непонятно в чем ползешь в каюту, вот тогда ты понимаешь – вот это романтика».*

Таким образом, собранные данные позволяют предположить, что российским морякам свойственно скорее эвфемизировать риск, чем открыто противостоять ему. Возможно, уклоняясь от обсуждения потенциальных рискованных ситуаций, моряки оберегают себя от их воплощения в действительности.

Рассуждая о корпоративной идентичности моряков в условиях глобализации мирового судоходства, необходимо отметить, что ее формирование происходит в неоднородной культурной среде, с весьма ощутимыми культурными и языковыми различиями. Работа в смешанных экипажах неизбежно приводит к размыванию понятия «корпоративное сообщество моряков», так как на процесс профессиональной идентификации накладывается процесс идентификации по этническому признаку. Члены экипажа, представители различных этногрупп, для решения рабочих задач используют различные когнитивные навыки и шаблоны, что может привести к неверному истолкованию инструкции или приказа. Национальные культурные различия, определяющие поведение, предпочтения в еде, религиозные аспекты жизни моряков, могут спровоцировать межгрупповую враждебность и отчуждение по этническому признаку.

Кроме того, морякам приходится сталкиваться с неравным социальным статусом на борту, также зависящем от принадлежности к той или иной национальной группе. Например, представители более статусных групп, к которым можно отнести специалистов из развитых западных стран, практически никогда не взаимодействуют с менее статусными группами из восточных стран во время еды или в свободное время. Имеют место видимые статусные различия,

проявляющиеся в наличии на иностранных судах отдельных столовых и гостиных, причем в столовых за каждым моряком закрепляется постоянное место, соответствующее его статусу на борту: *«У каждого есть определенное место. И это место передается. Если человек был в этой должности, то и место закреплено за ним»*, – рассказывает электромеханик (34 года, стаж 11 лет).

Две трети российских моряков, занятых в нашем исследовании, подтвердили существование культурных и языковых барьеров как определяющую черту современного мореплавания. На вопрос, часто ли возникают сложности во взаимоотношениях с членами многонациональных экипажей, мы получили следующие ответы: *«Постоянно. Работая в иностранных экипажах, разногласия возникают в большинстве случаев на бытовом уровне и питании. Например, для европейцев индийский образ жизни и кухня непонятны и неприемлемы»*. (Из речи третьего механика, 31 год, стаж 8 лет) .

Примечательно, на наш взгляд, что российские моряки, вовлеченные в транснациональную профессиональную среду, не обнаруживают в своих рассуждениях приверженность идеям космополитизма. Их словесные реакции доказывают, что у них отсутствует стремление взаимодействовать с чуждыми им культурами: *«Стараются все-таки общаться по национальным группам, есть такое»*. Опрошенные моряки продемонстрировали когнитивное поведение, спровоцированное нежеланием постигать иные культурные коды, изучать иные культурные традиции и иностранные языки, предпочитая, по возможности, дистанцироваться от их носителей, если это не связано с профессиональным взаимодействием. Это подтверждает высказывание 32-летнего механика со стажем 9 лет, описывающего свой опыт работы в многонациональном экипаже: *«Я в Мавритании работал, мавры там. Они себе, русские себе. Некоторые на русском разговаривали, но питались они отдельно, жили отдельно. Встречались, в принципе, на работе только, в рыбцеху и когда выгружали рыбу»*.

Или из речи старпома (41 год, стаж 18 лет): *«Особо друзей на иностранных судах ты себе не найдешь, просто находишь общение с людьми, с которыми ты сталкиваешься по работе, решаешь вопросы»*.

Лишь 16% респондентов оценили опыт межкультурного взаимодействия как полезный и интересный. *«Разные национальности, разные языки, для себя всегда что-то новое»*, - заключает боцман с 20-летним стажем работы на иностранных судах. Интересно также мнение 2-ого помощника (43 года, стаж 21 год): *«Даже в многонациональных экипажах не существует большой разницы в общении в коммуникации, потому что как бы все люди равны и все способы коммуникации никак не заточены под какую-то определенную национальность или расовую принадлежность»*.

Как показали исследования, для большинства моряков, выходцев из восточных культур, работа в смешанных экипажах не составляет проблемы.

Так, 68% опрошенных моряков, представителей восточной этногруппы, заявили, что во время рейса способны выстраивать хорошие межличностные отношения с представителями иных культур и конфессий, то есть оценили личный опыт интеграции в поликультурное пространство рейса как положительный. При этом респонденты не отрицали лингвистических трудностей, связанных с недостаточным знанием английского языка, а также существование различий между западной и восточной культурой, проявляющихся в таких чувствительных аспектах, как предпочтения в еде, религиозные ритуальные действия, национально обусловленные формулы речевого и неречевого этикета.

Несмотря на влияние перечисленных факторов, моряки, выходцы из восточных культур, демонстрируют достаточно высокую степень адаптации в поликультурной среде. В этой позиции, по нашему мнению, наблюдается явление комплементарности, когда система ценностей корпоративной культуры дополняется и усиливается ценностями национальной культуры. Например, базовые принципы корпоративной этики моряков, известные из истории морского дела как морское братство, хорошо интегрируются с принципами коллективизма, терпимости, показательными для восточных культур. Ощущение себя частью этого братства усиливается национальными ценностями и формирует

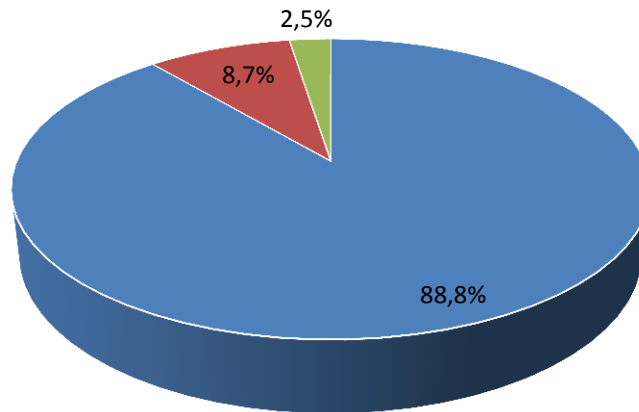
соответствующее поведение моряка, характеризующееся стремлением к взаимодействию, желанием поддержать общие корпоративные ценности.

Большинство моряков восточной этнической принадлежности, принявших участие в исследовании, заявили, что во время рейса считают «команду своей семьей», с теплотой вспоминают рейсы, где удалось создать «семейную атмосферу», позитивно оценивают капитанов, которые поощряли дружественные отношения в команде. Являясь типичными представителями коллективистских культур, наши респонденты видят особую ценность в командной работе, взаимовыручке.

Таким образом, исследование показало, что рабочие практики российских моряков на иностранных судах в составе смешанных экипажах осуществляются в недостаточно интегрированной рабочей среде с ограниченными социальными контактами моряков различных национальных, культурных и этнических групп.

Однако, несмотря на минимальное межэтническое взаимодействие моряков в рейсе, ограниченное преимущественно профессиональными контактами, можно говорить о сохранении более или менее единообразной корпоративной культуры моряков.

Характерно, что основная часть опрошенных моряков, а именно 88,8% продемонстрировали понимание факта существования морской корпоративной культуры. При этом 72,9% от общего их числа высказали мнение, что морская культура претерпевает изменения, так как со сменой поколений идет процесс выхолащивания морских традиций и, соответственно, культуры; в то время как 15,9% убеждены в существовании единой морской корпоративной культуры с довольно стабильными характеристиками и ценностями. Незначительное количество респондентов (8,7%) не определяют ее как наличествующую в современной морской корпорации. Некоторые респонденты (2,5%) не определились во мнении. Спектр мнений респондентов представлен на Рисунке 1.



- Убеждены в существовании морской корпоративной культуры
- Отрицают существование морской корпоративной культуры
- Не определились во мнении

Рисунок 1 – Мнения респондентов о факте существования морской корпоративной культуры

Важным атрибутом, объединяющим моряков всех национальностей и этносов, является использование морской символики. 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, столь распространенными в морской среде, 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.

Кроме того, использование морской символики, например, хорошо продуманного корпоративного логотипа, монограмм, форменных знаков отличия, можно расценивать как эффективное средство формирования визуальной идентичности, обеспечивающей узнаваемость бренда, создающей его

чувственный образ, воздействующей на его ментальную фиксацию представителями других корпоративных групп и объединений.

Таким образом, исследование проблемы корпоративной идентичности моряков является ключом к пониманию уникальных качеств морской корпоративной культуры. Моряки различных национальностей и различных специализаций представляют собой единое профессиональное сообщество, так как демонстрируют общую корпоративную идентичность. Процесс формирования корпоративной идентичности моряков тесно связан с процессом формирования морской корпоративной культуры, обнаруживая общие структурные элементы и характеристики: преемственность, мужественность, понимаемая как ценность, неоднородный культурный фон, неравный социальный статус, самобытная атрибутивность. Корпоративная идентичность моряков измеряется рациональным измерением, основанным на когнитивном осознании себя членом морской корпорации, на знании ценностей, традиций и норм поведения, и аффективным измерением, связанным с чувством сопричастности и с оцениванием себя как члена корпорации.

Значимым инструментом влияния на процесс формирования и поддержки морской корпоративной культуры является тип лидерства и стиль управления командного состава судна.

Образцы поведения комсостава и, в первую очередь, капитана базируются на критериях, исторически обусловленных многовековой морской практикой. Традиция высокого статуса капитана закреплена в подсознательных правилах, ценностях, операционных моделях, синтезирующих представление о хорошем или плохом капитане. В результате проведенных исследований было доказано, что капитан по-прежнему остается главной фигурой на борту. Были зафиксированы следующие мнения моряков: *«Капитан как официальный представитель организации, и все зависит от капитана: он присутствует всегда»*. Или: *«На судне глава – капитан. Качество работы зависит от капитана»*. (Фокус-группа №2).

Выполнение профессиональных обязанностей капитана сопряжено с ролевым моделированием его поведения в режиме рабочих будней и в авральных ситуациях, связанных с безопасностью судна и экипажа: *«В авральных ситуациях народ успокаивается, если капитан пошел на мостик, все идет по системе, по плану, остальные после вахты отдыхают, паники там нет»*. (Из речи судового электрика, 29 лет, стаж 7 лет)

Личность капитана, его поведение должны демонстрировать остальным членам команды те смысловые модели, которым хочется подражать. Кроме того, своими действиями капитан дает знать вверенному ему экипажу, *что* является важным и чего он ждет в результате от своих подчиненных.

Как известно, корпоративное лидерство как составной элемент корпоративной культуры играет жизненно важную роль в процессе передачи знаний корпорации. Последовательное руководство корпорацией может иметь первостепенное значение в поддержании здоровой организационной базы знаний корпорации посредством личной приверженности обучению и прогрессу, а также содействию развитию механизмов передачи знаний. Исследования показали, что моряки качественно отличают капитанов, которые в процессе командования концентрируют внимание на вопросах повышения квалификации экипажа, а также своим примером доказывают необходимость приобретения новых знаний в профессии.

Из речи капитана (55 лет, стаж 35 лет): *«В море бывают разные случаи, и нестандартные тоже. К каждому случаю - свой подход: аварийные ситуации, штормовые погоды, ледовые условия - все это надо знать капитану. Но в голове все это не удержишь, и поэтому надо периодически читать литературу, потом надо законы других стран знать при заходах в порты различные. Прежде чем зайти в порт, нужно узнать, какие там правила: за сколько подается уведомление для захода судна, в общем, много разного»*.

«Культура и лидерство (руководство) являются двумя сторонами одной медали в том смысле, что культуры создаются лидерами, формирующими группы или организации. Если же культура уже существует, она определяет критерии

лидерства и соответственно выявляет возможных лидеров» [106, с. 34]. Образ лидера в корпорации всегда связан с символикой некоего образца, эталона. Своими действиями лидер дает подчиненным информационный посыл, что является важным и ценным в работе и что в итоге ожидается от них. От личности руководителя, от его профессиональных качеств, мировоззрения, стиля общения зависит, будет ли здоровым климат в корпорации: *«Все зависит от того, какой капитан, такой и климат будет психологический»*. (Из речи шеф-повара, стаж 36 лет).

Кроме того, руководство определяет тип управления, который должен соответствовать типу сложившейся культуры корпорации.

Касаясь этого вопроса, необходимо заметить, что структуру управления корпоративной культурой составляют элементы формальных и неформальных отношений.

Для формальной структуры управления корпоративной культурой характерна жесткая вертикаль власти, централизованное принятие решений, уставные отношения в коллективе, четкая регламентация профессиональных обязанностей, отсутствие инициативы и творчества.

В корпорациях с преобладанием неформальной системы управления приветствуется деловая активность и инициатива сотрудников, дружеские отношения в коллективе. Вживаясь в формальную систему, индивид подчиняется системе, а вживаясь в неформальную систему, он приобщается к культуре. Если формальную систему разрабатывают и искусственным образом внедряют, преодолевая сопротивление человека и приспособлявая его индивидуальность под готовую матрицу, то неформальную систему создает сам человек.

Соотношение формальных и неформальных элементов в структуре управления организацией определяет тип корпоративной культуры.

Для выявления фундаментальных черт корпоративной культуры, сложившейся в морской и рыбопромышленной отрасли, необходимо определить ее *тип*. В целях более точной диагностики мы воспользовались типологией, предложенной К. Кэмероном и С. Фриманом, выделившими четыре типа

организационной культуры: клановую, адхократическую, иерархическую и рыночную.

Опираясь на предложенную данными авторами типологию, можно говорить о смешанном типе культуры. С одной стороны, налицо все существенные признаки иерархической культуры: работа на судне жестко структурирована и строго контролируется, действия членов команды определяются формальными процедурами, служебные обязанности четко регламентированы уставными документами, капитан единолично принимает решения, его команды принимаются к безоговорочному исполнению всеми членами экипажа.

Абсолютное большинство респондентов отметили проявления на торговых и рыболовецких судах иерархической культуры с элементами клановой. Все опрошенные респонденты сошлись во мнении, что судно существует как четко налаженный механизм, от работы каждого зависит успешность работы всей команды, а иногда и жизнь. Работа в море – это работа без выходных дней и больничных листов. В таких экстремальных условиях жесткая дисциплина, регламентация любой стороны жизни на судне просто необходимы. В собранном материале мы зафиксировали следующие высказывания: *«У каждого свои зоны ответственности, кто-то в низшей должности делает свою работу, над ним стоит ответственный, и т. д. по лестнице»*. *«Каждый чувствует ответственность, и никто просто так не гуляет, каждый знает свои обязанности и свою работу»*. (Фокус-группа №4).

Или: «Бывают разные ситуации, в море ты как в коробке, и вокруг вода. Мало ли что случится, пробоина, пожар или что-то еще: от взаимодействия всех членов экипажа зависит судьба рейса, жизнь людей, и от тебя в том числе». (Фокус-группа №1).

С другой стороны, в морском деле фундаментальное значение имеет высокая степень сплоченности команды и моральный климат. Названная характеристика является основополагающей для кланового типа культуры. 83,6% из числа опрошенных моряков подтвердили, что отношения в команде напоминают родственные, а 45,5% из них охарактеризовали команду как вторую

семью: *«Мы как семья уже. Мы меньше времени семьям своим уделяем, чем своим коллегам, работе».*

Или: *«Там (на судне) все работали вместе и были почти семьей».* (Фокус-группа №2).

В клановой культуре образ лидера воспринимается как образ главы семейства, старшего в клане. В морской субкультуре мы сталкиваемся с подобными интерпретациями личности капитана судна. Моряки следующим образом комментируют иерархическую вертикаль капитан – экипаж: *«Мы не считаем капитана начальником. Он командует нами - мы исполняем то, что он говорит, но мы не считаем его каким-то командиром, как на военном корабле. Он такой же член экипажа, как и мы».* (Из речи судового механика, 35 лет, стаж 16 лет).

Или: *«Нет такого, как на военных кораблях: никто честь не отдает. Все друг к другу хорошо относятся, скорее, по-дружески».* (Из речи старшего помощника, 45 лет, стаж 26 лет).

Но при этом четко прослеживается семантическая связь с военной культурой: в высказываниях фигурирует сема «командует», т.е. моряки подсознательно воспринимают капитана как командира, но не по рангу, а по сути. Многие моряки отмечают, что от личности капитана зависит все: успешность рейса, дисциплина, организация работы и отдыха, конфликтогенность, благоприятный климат в команде: *«У капитана какая ответственность: он прикрывает и меня тоже, эта ответственность тяжелее, чем физическая нагрузка».* (Из речи матроса, 26 лет, стаж 8 лет).

Или: *«На судне главных два человека. Это капитан и повар. Капитан, он отвечает за внутреннюю жизнь корабля, за то, как она будет организована, как будет организовано снабжение, обеспечение того же магазина на корабле, а эмоциональная обстановка определятся тем, как хорошо готовит повар».* (Из речи шеф-повара, 51 год, стаж 28 лет).

Кроме того, капитан должен быть опытным психологом, знать психологические особенности членов экипажа. Особенно важны такие качества в

длительном рейсе, когда психика человека подвергается значительным испытаниям. Опрошенные капитаны, рассуждая о специфике своей работы, отмечают коммуникабельность и знание основ психологии как важнейшие ее составляющие. Например, капитан с 25-летним стажем замечает: *«Я с людьми хорошо схожусь, людей понимаю, нахожу подход, но мне это и по должности обязательно, т.е. я не должен быть замкнутым человеком».*

По результатам исследования можно констатировать, что управленческая культура капитана, его личный профессионализм, его харизма и стиль во многом определяют морскую корпоративную культуру в целом. Однако корпоративная культура в ее обобщенном виде также оказывает влияние на руководителя, формирует его образ, обязательно положительный, стереотипы восприятия этого образа внутри корпорации и за ее пределами, дает выверенные образцы поведенческих норм. Морская культурная традиция интегрирует в образ капитана представления о его внешнем виде, стиле поведения, о необходимом наборе профессиональных и личных качеств. В речи моряков разных специальностей частотна идиома «при хорошем капитане», «с хорошим капитаном». Более детальный опрос показал, что имеется в виду капитан, который *«способен быстро принять правильное решение, отдать нужную в определенной ситуации команду».* То есть, для успешного взаимодействия с экипажем поведение капитана, его имидж должен соответствовать уже имеющейся матрице.

Таким образом, традиция сильного лидерства в морской профессии исторически обусловлена и естественным образом интегрирована в повседневную профессиональную деятельность на судне, организуя культуру профессионального взаимодействия и культуру общения.

Авторитарный стиль руководства в морской профессии является исторически обусловленным, так как ограничение, а иногда и полное отсутствие связи корабля с внешней средой наделяло капитанов полновластными полномочиями. Капитан на борту уподоблялся монарху в государстве, которому безоговорочно подчиняются все находящиеся на судне. Ручное управление

кораблем, которое в прошлом было единственно возможным, символизировало эту неограниченную власть.

Однако изменившийся характер современного мореплавания повлиял на традиционное представление о роли капитана на судне. Тенденцией, отражающей реалии современного мореплавания, является изменение стиля руководства в сторону замещения модели авторитарного лидера более демократичными ее вариантами.

В ходе исследований было выявлено, что подобные трансформации детерминированы влиянием следующих факторов. Прежде всего, необходимо отметить все более возрастающую зависимость современного судна от офиса управления на берегу. Можно говорить о *размывании* привычной схемы функциональных обязанностей капитана. Вследствие культивируемой в современном судоходстве политике тотальной подотчетности капитан утрачивает неограниченные полномочия и рассматривается как один из элементов в цепи управления.

Таким образом, наблюдается диссонанс между формальным статусом капитана как абсолютного лидера, обеспечивающим его всей полнотой власти и закрепленного правовой базой, и реальной морской практикой, свидетельствующей о том, что капитан не имеет права принять ни одно важное решение, не связавшись предварительно с береговым управлением.

Опрошенные нами практикующие капитаны, возраст которых не превышает сорока пяти лет, оценивают эту тенденцию как негативную, разрушающую имидж капитана, замечая при этом, что сужение полномочий капитана ни в коей мере не освобождает его от ответственности за вверенное ему судно и груз.

Кроме того, все более возрастающая подотчетность современных капитанов провоцирует рост бюрократического компонента в их работе, вызывающего открытое неприятие со стороны капитанов и однозначно расценивающегося как проявление недоверия и неуважения к их морскому опыту и профессионализму. Новые условия работы вызывают у капитанов сложные эмоциональные переживания, связанные с утратой профессиональной идентичности. Как

выразился один из них, *«капитан сегодня больше не моряк, а чиновник, перебирающий бумажки».*

Традиционная морская корпоративная культура сохраняет такие устойчивые характеристики образа капитана как авторитетность, ответственность, взаимодействие с экипажем, способность интегрировать команду на основе общности интересов и доверии, умелое сочетание властности и гуманизма. Однако практика показывает, что в силу указанных причин капитаны, профессиональный опыт которых сформировался в современное время, не всегда обнаруживают данные качества. Опрошенные моряки, принадлежащие к старой школе, в ходе интервью не раз подчеркивали эту мысль: *«Это зависит от капитана, от его находчивости, ответственности, стремления. Сейчас в последнее время, конечно, таких нет. Сейчас же работают за оклады».* (Из речи судового механика, 62 года, стаж 33 года).

Исследования показали, что молодые моряки не демонстрируют единообразия в представлениях о капитане как о лидере. Их небогатый опыт дает им довольно поверхностные впечатления в силу бытующего сегодня отсутствия двусторонней коммуникации между командным составом судна и экипажем. Характерны такие мнения: *«А капитан... Он сидит на самом верху и может даже не спускаться. Он видит нас по телевизору, на мониторах».* (Из речи судового механика, 27 лет, стаж 5 лет).

Или: «А вообще капитана мы можем за рейс не увидеть. Так, за пять месяцев я его всего увидел два раза». (Из речи судового механика, 25 лет, стаж 3 года).

Проведенный анализ стиля руководства, иерархических и межличностных отношений в морской профессии подтверждает предположение о том, что корпоративную культуру моряков нельзя отнести к чистому типу, так как она, в большей степени, сочетает в себе признаки иерархической и клановой культуры. Элементы адхократической культуры, такие как новаторство, инновации в методах управления, приобщение персонала к управлению, поощрение инициативы, менее всего свойственны культуре морской корпорации.

Оценивая состояние морской корпоративной культуры, респонденты сходятся во мнении, что ей свойственны такие характеристики как жесткость, авторитарность, строгая подчиненность и подконтрольность руководящему звену, консервативность. Такие оценки были даны 59,5% опрошенных моряков. Вместе с тем, 30,3% из них отметили как основную черту, характеризующую морскую корпорацию, командное взаимодействие и особый тип поведения, обеспечивающий эффективность этого взаимодействия. Примечательно, что такие оценки склонны давать, преимущественно, моряки, работающие на отечественных судах и моряки со стажем. Оставшиеся типы культур распределились приблизительно в равных долях. Распределение типов культур сообразно реакциям респондентов представлено на Рисунке 2.

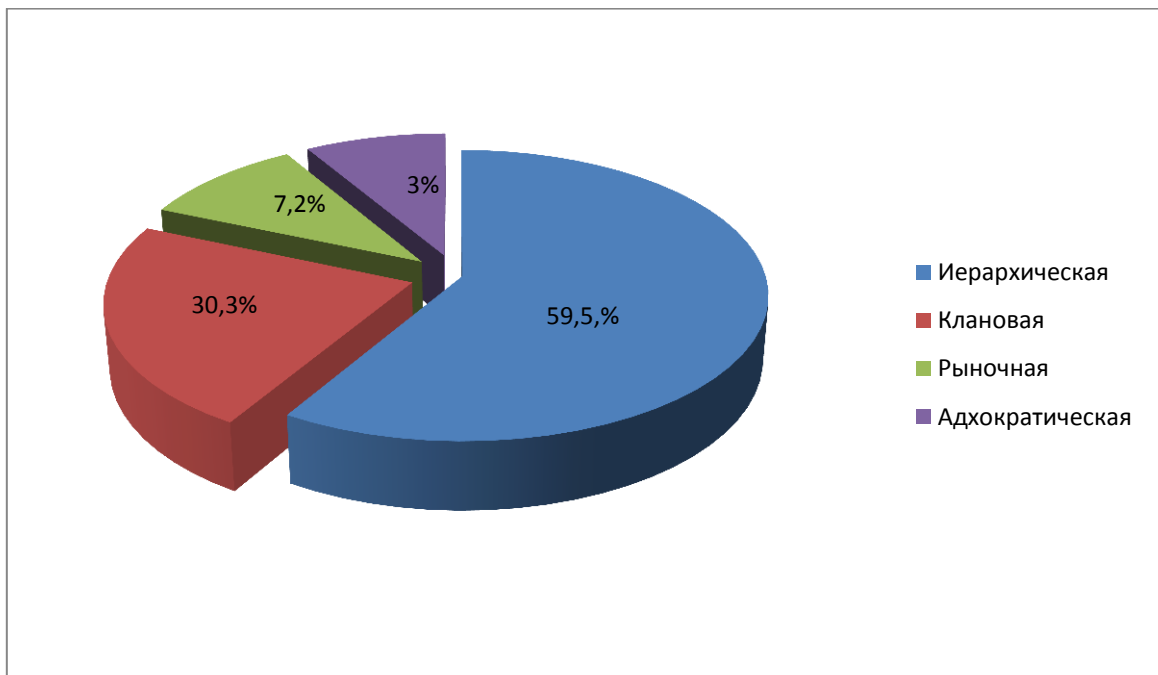


Рисунок 2 – Соотношение типов культур в эмпирической модели морской корпоративной культуры

В соответствии с классификацией Ф. Тромпенаарса и Ч. Хэмпдэн-Гернера современная морская корпоративная культура может быть отнесена к типам «Культура семьи» и «Культура Эйфелевой башни» с ориентацией на авторитет и силу власти.

Используя классификацию Р. Гестеленда, современную морскую корпоративную культуру можно охарактеризовать как ориентированную, скорее,

на рабочие цели и задачи, чем на межличностные отношения. Исследования показали, что в профессиональном сообществе моряков преобладают межгрупповые и межличностные контакты, инициированные решением общих рабочих задач.

Обращаясь к инструментарию формирования и сохранения корпоративной культуры моряков, следует сказать, что значительную его часть составляют специальные морские знания, умения и навыки, освоение которых свидетельствует о растущем профессионализме.

Поведение персонала судна, являясь необходимым инструментом формирования и сохранения образцов морской корпоративной культуры, включает стереотипы поведения в той или иной ситуации, а также модели и схемы этикетного поведения, принятые в морской корпоративной среде.

Стереотип регулирует и нормирует поведение индивида в профессиональной группе, формируют его мировоззрение. Вместе с тем он является коммуникативным барьером на пути успешного общения для тех, кто незнаком с культурным пространством морской корпорации или по какой-то причине не принимает его законы. То есть, стереотип помогает провести дифференциацию «свой-чужой».

В процессе освоения индивидом стереотипов, норм и ценностей определенной корпорации ведущая роль принадлежит коммуникации. Посредством общения материализуется стереотипное восприятие мира, свойственное той или иной профессии. Языковые средства экспликации стереотипов вскрывают сущность доминирующих признаков морской профессиональной культуры, являются их звуковым воплощением и отражением.

Таким образом, для успешного формирования и сохранения важнейших установок морской корпоративной культуры необходимо создание динамической базы знаний посредством применения проактивных методов управления знаниями, учитывающих высокую мобильность кадровых ресурсов в морской отрасли. Практическими инструментами для осуществления этой задачи является кадровая политика в морской отрасли, конструирование морской корпоративной

идентичности, образцы поведения и преобладающий стиль управления командного состава судна, стереотипы поведения персонала.

На втором этапе качественного исследования корпоративной культуры моряков мы получили характеристики, выраженные в комплексном наборе базовых ценностей, стереотипов и норм поведения, традиций и обычаев данной корпорации.

2.3 Анализ структурных элементов морской корпоративной культуры

Система ценностных ориентаций профессиональной корпорации российских моряков.

Диагностика корпоративной культуры предполагает выделение преобладающего набора ценностей, определяющего функционирование всех структурных элементов организации.

Установлено, что корпоративная культура представляет собой систему ценностей, составляющую ядро корпорации. Осознание и реализация общих ценностей объединяет людей, создает условия для достижения стратегической цели корпорации.

Представление о ценностях корпорации сопоставимы с духовной составляющей организации, с тем особым набором скрытых характеристик, которые в совокупности образуют идентификационный код данной корпорации, позволяющий отличать ее от других профессиональных групп.

В силу своей абстрактной природы ценности заявляют о себе в скрытых, часто метафоризированных формах, вследствие чего их выявление представляет определенную трудность. Однако эффекты воздействия ценностной составляющей корпорации необыкновенно влиятельны и вполне конкретны. Ценности, выработанные корпорацией в процессе ее институционального становления и исторического развития, становятся мощным инструментом

влияния на сознание и подсознание ее членов, формируя эталонные модели и образы.

Научное знание располагает хорошо разработанной типологией ценностей, в основу которой положены различные предпочтения в отношении существующих моделей личного и общественного поведения [266]. Однако процессы взаимодействия и возможности комбинации личных и профессиональных ценностей, осмысленные и теоретически обоснованные в научной литературе, не получили достаточного подтверждения путем эмпирических исследований.

Под системой ценностей здесь понимается «устойчивая система убеждений относительно предпочтительных способов поведения или конечных состояний существования относительно континуума важности» [Там же, с. 5]. Эти убеждения формируются в процессе исторического развития профессиональных корпораций, закрепляются в образах основателей (героев) корпорации, поддерживаются всеми действующими членами корпорации. Примечательно, что большинство авторов, исследующих природу личных и профессиональных ценностей, подчеркивают их оценочную функцию, выступающих как средство формирования стандартов с положительными значениями, к которым необходимо стремиться, и отрицательными, от которых следует уклоняться. Так, исследователь Н. Мустафа сравнивает ценности с «навигационным устройством», направленным на координацию чувств и поступков человека [244, с. 126]. Д. Вейс называет их «интегрирующей структурой», «объединяющей силой» [299, с. 17]. Прибегая к метафоризации, исследователи подчеркивают мысль о том, что трудовая этика ориентирована не только на эффективность труда, реализующуюся в показателях производительности и качества, но и на духовную составляющую организации профессиональной деятельности.

Исследователь трудовой этики Э. Али, рассуждая о роли и месте ценностных систем в теории организации, приходит к выводу о том, что изучение ценностей является «основным ключом» к пониманию жизнедеятельности организации. При этом автор предостерегает исследователей о трудностях идентификации ценностей, связанных с неявным характером их проявлений, и

подчеркивает, что изучение «профессиональных ценностей <...> это не просто академическая абстракция, это, в большей степени, практические устремления» [114, с. 63].

Анализ научных трудов по теории корпоративной культуры позволяет обобщить и выделить ценностные установки, являющиеся универсальными для культур различных социально – профессиональных групп. Важнейшими из них являются: уровень профессионализма управляющего звена и работников корпорации, организация труда, профессиональная дисциплинированность, нравственные установки, декларируемые организацией.

Инструмент выявления ценностей корпоративной культуры российских моряков, применяемый в данной работе, разработан на основе анкеты, предложенной Г. Хофстеде и его коллегами для определения ценностей и организационных практик, свойственных корпоративной культуре профессиональной группы [185]. Авторы утверждают, что система ценностных ориентаций организации является продуктом реализации трех важнейших потребностей ее представителей: потребности в безопасности, потребности в централизованной работе и потребности в авторитетном лидере.

Учитывая специфику морской профессии и частично опираясь на анкету Г. Хофстеде, мы выделили несколько ценностных маркеров, по нашему мнению, связанных с фактором безопасности работы в море: корпоративный профессионализм, командный дух, надежность и доверие.

Морская профессия принадлежит к разряду профессий, в которых уровень овладения знаниями и навыками играет жизненно важную роль. Жесткие условия на судне требуют слаженной работы экипажа, безукоризненного выполнения своих профессиональных функций. Значительно повысился уровень технического оснащения современных судов – это требует адекватного повышения квалификационного уровня морских специалистов.

Профессионализм моряков определяется наличием профессионально ценных знаний, умений, навыков и отношением к профессиональной деятельности. В корпорации моряков профессионализм ценится очень высоко, так

как моряки работают командой, и от профессиональной подготовки каждого напрямую зависит качество выполненной работы. При этом, навыки каждого члена экипажа очень ценны, так как судно укомплектовывается с таким расчетом, что каждый из персонала является специалистом в своей области и не может быть заменен. Характерны следующие высказывания респондентов: *«Экипаж – одно целое. Команда общая, и все должны выполнять свою работу. А тут по-другому и невозможно: каждый должен выполнить свое задание»*. (Из речи стармеха, 45 лет, стаж 23 года).

Или: *«Непрофессионализм сильно сказывается, т. е. появляется неуважение, недовольство, иногда доходит до того, что человека списывают за несоответствие»*. (Из речи второго помощника, 41 год, стаж 19 лет).

Как и в любой профессии, уровень профессионализма моряков возрастает с опытом, однако нужно подчеркнуть, что в морской профессии профессиональный рост считается состоявшимся, только если пройдены все этапы, освоены все виды работ на судне: *«Изначально все равно придется работать матросом, дальше можно идти учиться, чтобы занять на судне более высокую должность, например, судоводителя. Хорошим капитаном не станешь, если не был матросом. Да и старпомом будешь бестолковым»*. (Из речи старпома, 45 лет, стаж 23 года).

Рассуждая об этапах развития карьеры в морской профессии, 87 моряков из 154 (56, 49%) поддержали мысль о том, что необходимо пройти определенный путь, чтобы стать хорошим моряком: *«Чем больше времени работаешь, тем больше знаешь»*. Респондент со стажем (электромеханик, 52 года, стаж 28 лет) с уверенностью говорит о том, что все, кто задерживается в профессии, это понимают: *«Они (моряки) будут ходить в низшей должности или, допустим, кадетами. Получая определенный профессионализм, они зарабатывают и авторитет, и потом могут спокойно занимать ту должность, на которую учились»*. Однако в беседах с курсантами старших курсов мы не зафиксировали четкого понимания необходимости поэтапного вхождения в профессию.

Все без исключения опрошенные моряки в ходе беседы отметили, что относятся к своим профессиональным обязанностям со всей серьезностью: *«Обычно на суда идут люди, которые понимают свою ответственность, потому что судно – это не берег, оттуда не сбежишь, любая критическая ситуация скажется прежде всего на тебе и на всем экипаже»*. (Фокус-группа №1).

В дискурсе моряков отражено понимание важности приобретения опыта, накопления знаний. Однако мнения моряков относительно способов повышения необходимого в современных условиях уровня компетентности разделились. Часть опрошенных уверены, что *«<...лучше работать на одном судне или на однотипных судах, знать будешь лучше»*. Были также выявлены и противоположные мнения: *«С профессиональной точки зрения, начинает немножко ослабевать способность. На разных судах совершенно разное оборудование. И вот я попал на судно – это оборудование я никогда в жизни не встречал, а если бы я был на одном и том же судне, я бы знал только те виды оборудования, которые на нем»*. (Из речи электромеханика, 38 лет, стаж 15 лет).

По результатам исследования, только 6% опрошенных морских специалистов оценили уровень профессионализма кадров в морской отрасли как низкий. Эта оценка мотивирована, скорее, национальной составляющей профессии. Моряки отмечают различный уровень профессиональной подготовки в разных странах как результат отсутствия единого образовательного стандарта. 57,2% из числа опрошенных находят уровень профессионализма своих коллег достаточным для успешной совместной работы на судне, а 23,8% считают его высоким.

Механизм формирования ценностной модели основан на существовании некоего эталона. Нормы и образцы поведения членов социально-профессиональной группы детерминированы системой ключевых ценностей данной группы, в которой закодированы понятия о приоритетном и производном, правильном и неправильном, должном и недопустимом. Эталонные ценности морской корпоративной культуры представляют собой некий моральный кодекс,

установившийся под влиянием сущностных характеристик профессии моряка и исторических этапов ее развития.

Система профессиональных ценностей моряков складывалась в течение длительного времени и основана на флотских традициях и ритуалах. Прежде всего, нужно отметить традицию длительного существования в коллективе. Морское братство, коллективизм, корпоративность – это важнейшие ориентиры, устанавливающие нормы и стиль поведения. Для моряка коллектив является ценным и значимым, общинное становится важнее личного, общественное благо понимается как необходимое. Данная позиция сформирована из практической потребности в спаянном коллективе, так как это позволяет морякам выжить в сложных природных условиях, успешно справляться с возникающими аварийными ситуациями.

Моряки всех специальностей на вопрос «Что считается самым ценным в вашей профессии?» ответили: *«Самое ценное, пожалуй, взаимовыручка, умение работать в команде. Каждый за себя не получается, все равно ты с кем-то работаешь, ты один не работаешь. И когда есть авральная ситуация – все помогают»*. (Фокус-группа №1).

Помощь в беде судну любого государства, невзирая на политический контекст, расценивается как морской закон: *«Взаимовыручка обязательно, помощь вне зависимости от флага – это у всех моряков. Когда какая-то беда, то сразу первым приходишь на помощь»*. (Из речи второго помощника, 41 год, стаж 19 лет).

Важнейшим приоритетом также является надежность, честность, доверие – качества, напрямую связанные с этическими нормами. По убеждению моряков, в процессе работы в море *«вырабатываются чисто человеческие качества, появляется возможность узнать человека, узнать, кто с тобой рядом, насколько ты можешь на него положиться»*. Причем моряки, рассуждая на эту тему, говорят о море как о некоей «лакмусовой бумаге», которая проявляет все качества человека: *«Человек, пытающийся себя показать не тем, кем является на самом деле, в море раскрывается полностью»*. (Фокус-группа №1).

Таким образом, качественные исследования показали, что высокий уровень профессионализма, коллективизм, надежность и доверие являются актуальными ценностными установками для современной корпорации российских моряков. В ходе исследования установлено, 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 наше исследование, ориентирует на реализацию потребностей моряков, как профессиональной группы, в централизованной организации труда и в наличии авторитетного лидера.

Так как, по результатам нашего исследования, морская корпоративная культура – это культура доминирующего иерархического типа с жесткой вертикалью власти, мы предполагаем, что в морской корпоративной среде активно поддерживаются и реализуются такие ценности как организационный порядок, дисциплина, стабильность норм и правил, приверженность традиции.

Исследования показали, что преобладающее число опрошенных моряков, а именно 144 из 154 (93,5%) считают традиционный морской порядок, основанный на жестком распределении ролей и подчинении низших по должности вышестоящим, не только справедливым, но и единственно возможным способом организации труда на судне: *«Потому что, в данном случае, иерархия играет очень большую роль. Иерархия получается из-за того, что старшие офицеры – это более опытные офицеры. Они имеют большой опыт работы на разных судах и различные ситуации знают как решить. И частенько благодаря их работе разрешаются очень сложные ситуации»*. (Из речи электромеханика, 38 лет, стаж 15 лет).

Участники исследования подтвердили, что основным документом, регламентирующим жизнь на судне, является судовой Устав: *«Наши обязанности – что каждому из нас можно делать, что нельзя, были расписаны по Уставу»*. (Из речи старпома, 44 года, стаж 21 год).

Моряки глубоко убеждены, что равенство на судне невозможно, и именно властный характер отношений и взаимодействий между капитаном и экипажем обеспечивают необходимый порядок на борту. Моряки с настороженностью и даже с неудовольствием относятся к возможным сценариям организационных изменений на основе демократических ценностей. На вопрос, хотели бы вы участвовать в принятии решений во время рейса, все участники исследования ответили отрицательно: *«Капитан может спросить наше мнение, если сочтет нужным, но решает всегда он»*. Централизованный процесс принятия решений капитаном является залогом здоровых профессиональных отношений в рейсе и никогда не оспаривается экипажем.

Степень влияния капитана на вверенную ему команду, с одной стороны, и степень потенциального уважения и доверия команды к своему лидеру, с другой, настолько велики в морской профессии, что некоторые западные исследователи склонны видеть в этом проблему. Речь идет о так называемом «деструктивном послушании», когда команда, в силу сложившегося порядка, подчиняется некорректно отданным приказам, соглашается с необоснованными решениями капитана, не имея полномочий их оспорить, чтобы предотвратить опасную ситуацию [276].

В ходе интервью выяснилось, что в российской морской корпорации принято оценивать личность капитана не только на основании формальных признаков власти, но и в соответствии с нравственными критериями. Основным оценочным маркером, по мнению наших респондентов, является реализованная или нереализованная по каким-то причинам ответственность капитана за экипаж. Наш респондент, комментируя сложную ситуацию, в которую попало судно по вине капитана, замечает: *«Реально судно, его жизнь очень зависит от капитана. И капитан сыграл отрицательную роль в этом плане. Он не проявил такую*

позицию, как ответственность за экипаж, за судьбу экипажа, его состояние, а больше думал о своей будущей карьере в этой компании, о том, как к нему будут относиться и сколько он денег получит». (Из речи электромеханика, 38 лет, стаж 15 лет).

Исследования показали, что для российского моряка очень важно, чтобы капитан был лидером не только формальным, сочетал в себе профессиональные и общечеловеческие эталонные стандарты, был, по словам нашего респондента, «уважаемым человеком, много знал, был достойным». Капитан, достойный своего звания, - *«это опытный «морской волк», как говорят моряки, который много лет в этой профессии, который знает моря и океаны, ни разу не подводил экипаж».*

Если же капитан не соответствует данным представлениям, российский моряк может нарушить субординацию, игнорируя дистанцию власти: *«Ну и все, я его послал, и больше к нему не обращался. Перестал с ним здороваться и все».* Полагаем, что демонстрация данных образцов поведения обусловлена относительно низкими индексами дистанции власти, характерными для русских моряков. В западных исследованиях, посвященных проблемам эффективных комбинаций национальностей в смешанных экипажах, мы находим немногочисленные упоминания о российских моряках, касающихся соответствия их тому или иному типу культуры по Г. Хофстеде. Так, И. Теотокас и М. Пруголаки считают, что модели поведения российских моряков свидетельствуют о том, что они являются носителями культуры с более низкими индексами дистанции власти относительно, например, греческих, индонезийских, китайских, филиппинских моряков. Тот факт, что российский моряк, по мнению исследователей, может подвергнуть сомнению позицию руководства, а в экстренных случаях даже обойти вышестоящую инстанцию, делает затруднительным их сотрудничество на борту с моряками из стран с более высокими показателями дистанции власти [288].

По результатам нашего исследования, российские моряки действительно способны проявить известную долю самостоятельности, взять инициативу в свои руки, если этого требует ситуация. Участник нашего опроса, 38-летний

электромеханик, длительное время плавающий на иностранных судах, следующим образом комментирует причины проблемного рейса: *«Капитан был литовец, русскоязычный, он устранился от своих прямых обязанностей. И от снабжения он отстранился, отказался просить провизию, хотя провизия у нас заканчивалась и по вопросам денег тоже. Он устроил такую ситуацию, что нам пришлось объединяться – несколько человек из «машины», чтобы противостоять его позиции, И в итоге, мы решали проблему со снабжением, часто звонили напрямую хозяину компании».*

Показательны также свидетельства бортового технолога, 44 года: *«Конфликты случаются, когда капитан начинает наглеть, подымает полные подъемы некачественной рыбы, нарушает технологии. Я отказываюсь принимать, так как она долго не хранится и есть претензии со стороны работодателя, так как они не могут потом ее реализовать. Работодатель, конечно, в этом случае на моей стороне».*

Исследуя формирование парадигмы ценностей, призванной регулировать организационный порядок на судне, необходимо констатировать преобладание элементов безоговорочного послушания в дискурсе моряков, происходящих из восточных этносов или воспитанных в мусульманских традициях.

Кроме того, применяя модель культурных измерений Г. Хофстеде к морской корпоративной среде, можно обнаружить некоторую зависимость между коллективизмом, характеризующим восточные культуры, в том числе мусульманские, и частотностью аварий, связанных с человеческим фактором.

Согласно теории Г. Хофстеде, в коллективистских национальных культурах ценятся сильные и сплоченные внутригрупповые отношения и несомненная лояльность, в то время как индивидуализм как отличительная черта западных культур характеризуется ослабленными связями между членами социальной группы [187, с. 51]. С. Лу и Т. Ченг, изучая проблему аварийности в мировом судоходстве, предположили, опираясь на концепцию Г. Хофстеде, что индонезийские и филиппинские моряки менее склонны к риску, чем их западные коллеги [224, с. 460].

В подтверждении данного тезиса опрошенные нами российские моряки-мусульмане заявили, что в критической ситуации скорее выберут тактику избегания необоснованных рискованных действий, не подкреплённых приказом капитана, объясняя свою позицию чувством повышенной ответственности главы семейства перед своей семьёй, ее благополучием и благосостоянием.

Как известно, интегрированная система исламского мировоззрения основана на идее патриархата и патернализма. Переплетение ислама и других особенностей восточной национальной культуры создает определенный культурный канон, усвоение которого позволяет морякам адаптироваться к существованию в весьма специфической морской рабочей среде, где по-прежнему доминирует исторически закреплённая модель авторитаризма и иерархического подчинения. Моряки, воспитанные в культурных традициях подчинения и уважения к старшим, то есть, с большой дистанции власти, по Г. Хофстеде, с большей вероятностью способны поддержать иерархический тип морской корпоративной культуры, в точности выполнять приказы, не комментируя и не искажая их суть, и тем самым способствовать концепции безопасности.

Таким образом, современная профессиональная корпорация моряков обнаруживает сильно 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.

Моряки представляют собой довольно интегрированную профессиональную группу, однако их деятельность направлена на взаимодействие в рамках данной группы и отмечена слабыми контактами с внешней средой.

Специфика условий их труда предполагает временную изоляцию от привычной жизни. Сам факт пребывания в море, на судне, то есть в условиях неестественных для человека, крайне негативно сказывается на его жизнедеятельности. Моряки постепенно свыкаются с мыслью, что их жизнь протекает по-иному, чем у остальных людей, у них складывается своя система координат, точкой отсчета в которой является условия рейса. При этом со

временем моряк адаптируется и ощущает себя более комфортно в рейсе, чем на берегу. В море понятия «рабочее время» – «свободное время» утрачивают привычный смысл, судно становится домом для моряка. После длительных рейсов наступает период быстрой адаптации к уже изменившимся условиям жизни на берегу: *«Даже те связи, которые были раньше, какие-то знакомые, все равно теряются, друзья потихоньку теряются. Кто-то где-то развивается, а ты вроде как стоишь на месте, вроде бы как денег заработал, пришел – но здесь уже все по-другому».* (Из речи судового механика, 38 лет, стаж 17 лет).

Ускоренная социализация в период между рейсами крайне редко бывает удачной; как правило, моряки, находясь вне профессии, быстро утрачивают самооценку и смысл жизни. Только в рейсе морской специалист может в полной мере проявить свои профессиональные и личностные качества, приближаясь к достижению своих жизненных целей.

С другой стороны, оторванность от семьи и близких вызывает у моряков дискомфорт, эмоциональную нестабильность и незащищенность, чувство вины. Некоторые из наших респондентов, оставшиеся в профессии на всю трудовую жизнь, высказали нечто похожее на сожаление о прожитых вдали семьи годах: *«Если бы мне сегодня выбирать, я бы выбрал профессию на берегу. Да, деньги были всегда, но слишком высокая цена».* (Из речи судового электрика, 58 лет, стаж 25 лет).

Молодые респонденты в ходе беседы не скрывают своего разочарования, вызванного разлукой с семьей. Примечательно, что они, по их словам, были психологически подготовлены к этому испытанию, но на практике оказываются угнетенными вынужденным одиночеством.

Начинающий моряк 26 лет, отработавший три рейса, с особой горечью говорит о невозможности быть неотлучно с семьей: *«Скучаешь по жене и маленькому ребёнку, и больше даже по ребёнку – ребёнок растёт без тебя. Ты уехал, через полгода приехал – он опять вырос, какие-то такие моменты упускаешь. И фотографии посылаешь, но все равно –*

фотографии фотографией, а другое дело ты, когда приезжаешь домой, и ребёнок узнаёт».

Или: *«Первый месяц рейса после отдыха очень трудный, тебя просто съедает тоска по дому».* (Из речи четвертого механика, 32 года, стаж 11 лет).

В дискурсе более опытных моряков, рассуждающих о разлуке с семьей, доминирует тема «привыкли», «свыклись»: *«За двадцать шесть лет совместной жизни уже как-то «притесалось», но все равно друг без друга скучаем, по семье скучаем, они по мне скучают».* (Из речи капитана, 55 лет, стаж 35 лет).

Примечательно, на наш взгляд, что моряки в своих словесных реакциях демонстрируют различную степень эмоциональной привязанности к дому и семье. В ходе исследования было выявлено несколько типов личности моряка, отличающихся способностью переносить состояние изолированности от семьи или полное отсутствие семейных отношений.

Для моряков, увлеченных профессией, воспринимающих ее как возможность проявить свои мужские качества, бросить вызов опасности, семья, домашний образ жизни – это олицетворение стабильности, постоянства, рутинности. Ценящие море как переменчивое и текучее пространство, они с трудом переносят перерывы между рейсами, как правило, неумело распоряжаясь свободным временем, стремятся вновь в свою привычную среду. Из речи капитана, 48 лет: *«Я две недели дома, у меня уже все, голову срывает, в моря надо уходить».* Попытка интерпретировать подобные высказывания отсылает нас к архаической метафоре «ухода в море» как способе освобождения от коллективных связей, от земных измерений, угнетающих моряков, стихийная природа личности которых отвечает стереотипным представлениям о моряке как об «одиноким волке, повенчанном с морем», бытующим в традиционной морской культуре. В наших исследованиях данный тип личности моряков, условно названный нами «настоящий моряк», представлен 46% от общего числа опрошенных.

Моряки, воспринимающие профессию только как средство заработка, чувствуют повышенную финансовую ответственность перед семьей. Из речи старпома, 42 года, стаж 19 лет: *«Другие, наоборот, в основном, только за деньгами приезжают, надо семьи обеспечивать»*. Это тип «моряков, бросивших якорь», для которых приоритетными являются интересы и ценности семьи.

«И когда у вас есть все, о чем вы мечтали, потом появляется семья, у семьи появляются свои цели и работа уходит на второй план», – замечает судовой механик (35 лет, стаж 12 лет).

Данный тип личности достаточно распространен в морской профессиональной среде, в нашем исследовании он составил около половины от общего числа участников опроса. Примечательно, что моряки этого типа не склонны идентифицировать себя с морской профессией на долгосрочную перспективу, воспринимая ее как необходимую ступень дальнейшей карьеры на берегу.

Таким образом, исследования показали, что семейные ценности, несомненно, входят в парадигму ядерных ценностей морской корпорации. Однако применение дискурсивного анализа позволило выявить различные интерпретации семейных связей и различную степень зависимости моряков от их влияния. Это доказывает, что профессиональная группа моряков внутренне неоднородна: одни ее представители воспринимают свою профессию как ценность, другие же рассматривают работу в море, скорее, как средство поддержки семейного благополучия и возможность обретения стабильного материального достатка.

Морские специалисты, являясь частью морской профессиональной корпорации, сталкиваются с проблемой преодоления множественности этических регуляторов, неизбежно возникающей вследствие интеграции личных и профессиональных ценностных ориентаций. Личная зависимость современного моряка от профессии все более возрастает, при этом профессия рассматривается не только и не столько как возможность реализовать карьерные устремления, а как весомый фактор, образующий личность, как дополнительный источник самооценки, признания и уважения.

Одними из доминантных качеств личности моряка являются мужество, выносливость. Респонденты описывают этап вхождения в профессию как очень тяжелый: *«Сначала было сложно. Первое время выброситься хотелось за борт. А сейчас я своей жизни без моря не представляю»*. (Из речи 2-ого помощника, 31 год, стаж 10 лет).

Морякам, у которых еще нет опыта работы, не хватает выносливости: *«Мой самый первый рейс был на рыбацком судне, тогда я был еще совсем мальчишкой, и для меня этот рейс был очень сложным, были мысли поменять работу»*. (Из старпома, 43 года, стаж 21год).

Способность стойко переносить физические и психологические испытания приходит в процессе освоения специальности, так как трудности, с которыми сталкиваются моряки, способствуют их психологической адаптации. Многие опрошенные моряки с уверенностью сказали, что работа в море сформировала у них качества, необходимые мужчине: *«Да, я стал более мужественным, сильным, выносливым»*. Или: *«Во время работы появляется эта мужественность. Поначалу нервничаешь, но со временем привыкаешь, и нормально реагируешь даже в рискованной ситуации»*. (Фокус-группа №4).

Следует отметить, что под влиянием личных ценностей формируются соответствующие ценности корпорации. Так, маскулинность – это яркий признак морской корпоративной культуры. Показательны следующие высказывания моряков: *«На вахте иногда посмотришь на карту моря – там 3 тысячи метров под тобой, но об этом не думаешь»*. (Старпом, 40 лет, стаж 21 год).

Или из речи капитана, 55 лет: *«Страшно всегда. Нет такого человека, который ничего не боялся бы. Но переживаешь не за себя, а за вверенное мне судно, за экипаж. В тумане, когда проходишь узкости, расхождение с парходами, штормовая погода: ты же не один идешь, а много парходов, судов, особенно по Европе. Это море – всякое может быть»*.

Экипаж подбирается капитаном с учетом наличия – отсутствия указанных качеств: *«Собираешь судовое собрание, объясняешь людям, какая предстоит*

работа. Если кто-то не готов к таким испытаниям, просим сразу уйти с парохода, тут же делают замену».

Таким образом, культура морской корпорации корректирует поведение и личные качества работников, направляет их в нужное для руководства русло. Ценности передаются из поколения в поколение, от старшего к младшему, имеет место наставничество: *«Я пошел на пароход – вообще ничего не знал, мне все показывали, всему учили, все рассказывали. Сейчас к нам приходят молодые – уже я учу».* Или из речи капитана, 52 года: *«Фактически у старых капитанов я и учился морской практике».*

Для успешной адаптации в профессии работник должен знать идеалы и ценности своей профессии и иметь возможность их реализовать. Если личность по какой-то причине не разделяет ценности корпорации и не руководствуется ими при исполнении служебных обязанностей, ее поведение будет вызовом традиции.

Закрытая структура морской профессии способствует устойчивости ценностной системы и связанных с ней норм и правил поведения. Идеалы, ценности, образцы поведения корпоративной культуры моряков четко выстраиваются в приоритетные ряды, их влияние на поведение людей очевидно. Кроме того, морская культура практически не смешивается с другими корпоративными культурами: новые работники, быстро ассимилируясь, утрачивают сложившиеся ранее ориентиры и приспосабливаются к новой духовной и профессиональной среде: *«Заходишь на корабль – становишься другим человеком. Это как отдельное государство. Забываешь свои старые привычки, тебя уже другое начинает интересовать, другое начинаешь ценить».* (Из речи стармеха, 41 год, стаж 19 лет).

Моряки, только вступающие в профессию, усваивают коллективные убеждения и шаблоны поведения, характерные для морской корпорации, таким образом, становясь частью системы, постепенно приобретая качества, идентичные данной профессиональной группе. Факт существования преемственности позволяет сделать вывод о наличии устойчивых механизмов существования морской корпоративной культуры.

Таким образом, по данным проведенного социологического исследования, в современной морской корпоративной культуре доминирующими ценностями являются: профессионализм (81,2%), ответственность (76,4%), командная работа (98,3%), надежность и доверие (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%).

Общий результат представлен на Рисунке 3



Рисунок 3 – Доминирующие ценностные ориентации моряков

Парадигма корпоративных ценностей предопределяет личные качества современного моряка: мужественность (55,3%), оптимизм (63,0%), выносливость (64,2%), юмор (60,0%).

В современной теории организации утверждается, что в успешной корпорации ценности, декларируемые управлением корпорации и ценности ее сотрудников конгруэнтны. Стремясь соответствовать новым направлениям в науке, корпорации формируют миссию и стратегию управления, ориентируясь не на формальные правила и инструкции, а на ценности и традиции. Анализ морских организационных практик показал, что в морских корпорациях управление все

еще осуществляется посредством формально утвержденной политики компании, регламентирующей нормы поведения ее работников: *«Алкогольная политика, информационная политика, очень много политик. И за каждую политику человек подписывается, когда идет на контракт»*. (Из речи электромеханика, 38 лет, стаж 15 лет).

Согласно данным, полученным в ходе исследования системы ценностей морской корпоративной культуры, наблюдается некоторое расхождение между желаемой моделью корпоративной культуры, построенной на рекламируемых организацией ценностях, и реально существующей корпоративной культурой. Так, толкование управленческими структурами одной из ключевых организационных концепций, связанной с вопросами безопасности, входит в противоречие с отношением к безопасности сотрудников. Моряки убеждены, что безопасность рейса напрямую зависит от профессионализма и компетентности экипажа, в то время как морские компании стремятся установить фиксированные правила и нормы реагирования на все виды организационных рисков.

В организационной культуре безопасности, насаждаемой компаниями, ценным является четкое следование инструкции и контролируемая отчетность. Наши респонденты высказали мнение, что безопасность рейса не может быть обеспечена только лишь бюрократическими процедурами, навязанными сверху. *«Без этого раньше как-то ходили, и ничего страшного не было. Вопрос с безопасностью более остро стоит, значит, дисциплины стало меньше, поэтому, видимо, только так можно привести к ответственности людей, чтобы у них были свои обязательства перед компанией. Если человек нормальный, профессионал, он будет стремиться к безопасности без всяких подписей»*, - рассуждает третий помощник, 37 лет, стаж 25 лет.

Для экипажа именно традиционные морские корпоративные ценности, такие как профессиональное мастерство, знания, опыт, трудовая дисциплина, являются ориентирами поведения в условиях риска и обеспечивают безопасность в ситуациях, которые не охватываются формальными правилами. Моряки считают, что опытного моряка отличает от новичка в профессии именно наработанная

способность демонстрировать образцы ситуативного поведения, а не строго следовать инструкции.

Очевидно, что организационные ценности определяются и поддерживаются управлением в морских организациях с целью контролирования и корректировки поведения их членов. Но также очевидно, что декларируемые организацией ценности часто имеют формальный характер и плохо приживаются в среде непосредственных носителей корпоративной культуры. Дегармонизация ценностных систем может привести к сдвигам в моделях поведения сотрудников в сторону активного и пассивного сопротивления политике и идеологии организации. В этой связи важным представляется изучение сущностных характеристик культуры морской корпорации в целях разработки механизмов более эффективного взаимодействия между менеджментом морского транспорта и моряками. В соответствии с новейшими тенденциями практик управления, приоритетные позиции в процессах управления морской отраслью должно занимать управление, ориентированное на фундаментальные корпоративные ценности, посредством корректно идентифицированной корпоративной культуры.

Таким образом, профессиональные корпорации в процессе своей жизнедеятельности вырабатывают систему ценностных ориентаций, которые, взаимодействуя с личными ценностями представителей корпорации, формируют их мировоззренческие установки и модели социального поведения. Система морских корпоративных ценностей не только регулирует уклад жизни на судне, но и оказывает значительное влияние на профессиональную реализацию современных мореплавателей, формируя такие востребованные в морской корпорации качества как корпоративная приверженность, самоотдача, верность корпоративным идеалам. Морская трудовая этика ориентирована на культивирование в корпорации российских моряков ценностных установок на коллективизм, умение работать в команде, взаимовыручку, имеющих первостепенное значение для организации труда в профессиональном сообществе моряков, представляющемся закрытым микрокосмосом со значительными структурными ограничениями и рисками.

Следующим блоком исследований выступает анализ и интерпретация символов и артефактов морской корпоративной культуры.

Знаково-символическая составляющая морской корпоративной культуры.

Первичные представления о морской профессии формируются под влиянием морской символики, отражающей особенности имиджа профессии. Символы, ритуалы, эмблемы, форменная одежда, стиль общения, язык – все, что имеет зрительную, слуховую и тактильную фиксацию, составляет официальную, внешнюю атрибутику профессии «морское дело».

Анализ методологических подходов исследования феномена корпоративной культуры дает основание утверждать, что интерпретационные подходы к изучению культуры корпорации соотносятся с семиотическими представлениями о ее природе.

Опираясь на интерпретационную теорию К. Гирца [162], в основе которой лежит представление о культуре как о знаково-символическом контексте, нами была предпринята попытка проиллюстрировать, как символы и их ритуальные репрезентации генерируют карту реальности, формируя мировоззрение, верования и систему ценностей профессионального сообщества моряков. По нашему убеждению, морскую мифологию необходимо интерпретировать как семиотическую систему коммуникации, являющуюся одним из регуляторов современной морской реальности.

Базовыми концептами мифологического мышления моряков являются универсальные концепты моря как «другого» пространства и морской воды, семантически противопоставленного концепту «пресная вода». В морских мифах различных этнических культур отчетливо прослеживается дихотомия моря и суши как двух пространственных измерений, за противопоставлением которых скрыто множество исторически обусловленных семантических реконструкций и интеллектуальных аллюзий. Образ моря воспроизводится как неизведанная и

зловещая для человека стихийная сила, которую невозможно ни укротить, ни подчинить.

Морские и рыбацкие суеверия порождены страхом перед пугающей силой моря и желанием «задобрить» откупом мифических существ, обитающих в нем. Участники нашего опроса, работающие на рыболовецких судах, подтвердили, что *«в день открытия сезона путины кладут бутылку водки в сеть на удачную ловлю рыбы»*. В морской среде сильно суеверие, что *«плавание не будет счастливым, если не бросить Нептуну монетку»*. Если удача благоволит рыбакам и они получают большой улов, самую большую рыбу отдают языческому морскому божеству в знак благодарности. (Фокус-группа №5).

По свидетельствам наших респондентов, приметы по-прежнему являются важным элементом жизни моряка: *«В понедельник плохая примета начинать свой путь. Обычно собираемся идти на ночь в понедельник»*.

Поверье, что свист на судне привлекает несчастья, существует в морской практике и сегодня: *«На судне свистеть ни в коем случае нельзя. Разрешено только боцманам, и только с помощью специальной боцманской дудки, потому что в шторм, например, в плохую погоду можно таким образом только достучаться до каждого из матросов, которому нужно будет подать определенный сигнал»*. (Из речи судового механика, 56 лет, стаж 32 года).

Или из речи капитана, 81 год: *«Нельзя становиться спиной к борту, можно вылететь, так несколько капитанов вылетело. Вот когда смотришь долго в воду, какая-то сила начинает вроде как тянуть. Происходят такие явления»*.

Примечательно, что моряки с большой долей серьезности относятся к верованиям и охотно признаются, что используют суеверия в рабочих практиках: *«Про зайцев нельзя говорить, говорят ушатый, медведь. Про зайцев не дай бог ... был случай у нас один. Капитан был в рыбколхозе «Ленино», он выдал: «Я в эти приметы не верю!» Взял себе на рулевой рубке нарисовал зайца с волком, из «Ну погоди!», на всю рулевую рубку. Так с ним капитаны старые не разговаривали, не здоровались. И он в ту путину ничего не поймал. Вот как? Верить или не верить в эти приметы!»?* (Из речи второго механика, 37 лет, стаж 21 год).

На вопрос, действительно ли присутствие женщины на корабле сулит беду, мы получили следующий ответ: *«Ну не то что бы беду – у нас на корабле женщины-уборщицы. Женщинам или постороннему человеку запрещено входить в машинное отделение. Считается, что если они зайдут, будет беда. Если им надо что-то спросить, то они кричат сверху»*. Эта позиция подкрепляется устойчивым убеждением моряков о том, что корабль – это преимущественно мужское пространство. (Из речи третьего механика, 31 год, стаж 9 лет).

Заметим, что одной из актуальных тенденцией развития профессии «морское дело» является гендерная интеграция, начавшаяся на флоте, что вызывает открытое неприятие моряков: *«Я считаю, женщина должна сидеть дома, на берегу. Не женское это дело - в моря ходить, женщина есть женщина»*. Моряки убеждены, что на борту все в равных условиях и нет места привилегиям по гендерному признаку. Капитан российского рыболовецкого судна, принявший участие в опросе, утверждает, что даже повара на судне должны быть мужчины: *«Женщина, к примеру, просит поднять мясо с провизионки, хотя это ее обязанность. Многие ребята заняты или после вахты могут отдыхать – идешь помогать, т.к. коллектив дружный, сплоченный, хотя это должен делать сам повар, поднимать это мясо, тягать, выбрасывать мусор»*. (Из речи капитана, 55 лет, стаж 35 лет).

Сопrotивляясь процессам проникновения женщин в профессию, моряки движимы внутренним стремлением сохранить морскую культуру, так как содержание и значение морских ритуалов и церемоний ориентировано, прежде всего, на актуализацию мужской идентичности. Одно присутствие женщины на борту в качестве члена экипажа искажает символику ритуального действия. Например, традиция пересечения линии экватора или полярного круга, существующая как на российских судах, так и на судах иностранных компаний, требует физической выносливости и стойкости духа. Моряка, первый раз пересекающего экватор и линию полярного круга, в конце ритуала бросают в бассейн с морской водой: *«Накрывают столы, переодеваются в чертей, в*

Нептуна, бросаю в бассейн тех, кто в первый раз перешел экватор». (Из речи шеф-повара, стаж 36 лет).

В западных исследованиях мы находим свидетельства моряков, утверждающих, что обряд претерпевает изменения в связи с появлением женщин на флоте. Для женщин холодная вода подогревается, то есть содержание обряда приспособляется к изменившимся условиям в морской профессии. При этом моряки-мужчины с неодобрением относятся к подобным трансформациям; считают, что это разрушает целостность и смысловое наполнение данного ритуального действия [301, с. 240].

Морские обряды и ритуалы представляют собой повторяющиеся действия, которые проводятся с участием всей команды в определенное время с определенной целью и имеют скрытый символический характер. Так, ярким морским ритуалом является ритуал посвящения в моряки как одна из форм инициации. Данный обряд предназначается для «новичков» и состоит в том, чтобы заставить новых членов команды очистить трюмы. Моряки должны пройти испытание, и только после этого они станут полноправными членами команды. Кроме чувства идентичности данный обряд призван внушать морякам некоторые корпоративные ценности, например, представление о том, что на судне нет чистой и грязной работы и нет места фаворитизму.

Анализ основных категорий морских праздников и связанных с ними ритуальных действий позволяет утверждать, что доминирующим структурным элементом в них является морская вода. Ритуалы, действие которых сопровождается погружением в морскую воду или поглощением морской воды, символизируют момент пересечения участником ритуала невидимой грани между мирами, проникновение в другое пространство. Погружение интерпретируется в них как ритуальная смерть, а последующее всплытие как символическое воскрешение в другом качестве. Истоки таких популярных в морской среде праздников как День Нептуна восходят к древним ритуальным практикам посвящения в моряки, связанным с серьезными физическими и нравственными испытаниями. Быть моряком – это значит жить особенной жизнью, всегда

пребывая между мирами. Это созвучно содержанию известного афоризма, которое традиционно соотносят с именем греческого философа Анархазиса: «Есть три рода людей: те, кто жив, те, кто мертвы, и те, кто в море».

Интерес представляют также ритуалы и традиции, связанные с разбрызгиванием морской воды, символический смысл которых состоит в заклинании на хороший улов, или избегании вредоносного влияния «злых духов» и других опасностей, подстерегающих в море. Например, опрошенные рыбаки рассказали, что перед отплытием принято обрызгивать морской водой лодку, барк или судно, остерегаясь дурного глаза и несчастий. Известный всем ритуал разбивания о борт нового судна бутылки вина имеет то же значение.

Данные, собранные в ходе исследования, показали, что современная морская корпоративная культура обогащается новыми традициями. Например, относительно новой можно считать традицию, появившуюся на так называемых судах-заводах, существовавших в советском рыбном флоте, где рыбу не только ловили, но и перерабатывали: *«На рыболовных судах мы отмечали День урожая. Это когда лов закончен, последний пак рыбы несут капитану, разрисовывают его красиво. Капитан накрывает поляну экипажу».* (Из речи шеф-повара, стаж 36 лет).

Некоторые старые традиции узнаваемы, но дополнены современными мореплавателями новыми содержательными элементами. Например, из речи морского кока: *«Переход Дрейка – это когда тебе выдают диплом кока, могут еще проколоть сувенирную серьгу. Там интересное место – два океана сходятся».* (Из речи шеф-повара, стаж 36 лет).

Таким образом, наиболее устойчивой традицией в современном гражданском флоте является традиция перехода линии экватора или линии полярного круга, этимологически восходящая к средневековым европейским практикам посвящения в члены профессиональной корпорации морских торговцев. Ее существование в современных морских практиках подтвердили 82% моряков, опрошенных в ходе нашего исследования. Оставшиеся 12%, в основном, молодые люди, заявили, что им не приходилось быть участником

какого-либо ритуала, а о морских традициях они знают только понаслышке: *«Вот были традиции такие, когда проходили экватор, но у нас их уже нет, потому что судовладельцы такие требования предъявляют к людям и такие традиций они не особо поощряют. Им важно получить прибыль, каким образом - не так важно, поэтому многие такие вещи, как традиции начинают убиваться»*. (Из речи электромеханика, 38 лет, стаж 15 лет).

Корпоративная атрибутивность как важнейший элемент морской корпоративной культуры находит выражение не только в морских традициях, церемониях и ритуалах, но также в артефактах, таких как логотипы, морская символика, форменная одежда и вербальных символах, имеющих метафорическое значение, понятное только в культурных рамках морской профессии. Атрибуты морской профессии имеют глубокие исторические корни, их происхождение и бытование может быть интерпретировано в историческом контексте, и каждый из них, в свою очередь, интерпретирует то или иное событие в истории морского дела. В большинстве из них закодирована информация о выдающихся личностях, ставших героями и легендами для морского братства, о памятных датах, об основоположниках той или иной морской традиции – обо всем, что в совокупности составляет культурное наследие, передающееся из поколения в поколение.

Моряки как социокультурная группа характеризуются особой приверженностью символическим жестам, понимаемым как коммуникативные знаки. Это выражается в формулах ежедневного приветствия на судне согласно чину и статусу, например, салютовании как невербальных формах обращения, символизирующих уважение и подчинение морской дисциплине.

Актуальными в современной морской культуре остаются элементы визуальной атрибутики. Наши респонденты рассказывают: *«Российские суда несут, естественно, свой флаг, и в зависимости от фирмы на трубах идет надпись компании, у каждой компании свой логотип. У нас, например, было написано «Арктик Мор. Торговые суда в Мурманске» – белый медведь на трубах приварен; у ледоколов там свои знаки, могут впереди челюсть акулы нарисовать»*.

Если в другое государство заходишь, должен поднимать на матче флаг того государства, в которое тыходишь». (Из речи капитана, 43 года, стаж 25 лет).

В связи с этим необходимо упомянуть о существовании в морской международной практике невербальной знаковой системы общения, основанной на манипулировании комбинациями флагов: *Флагами можно даже разговаривать. Допустим, нужен лоцман – поднимаешь флаг лоцмана; к примеру, нужна медицинская помощь – один флаг поднимаешь, если какая-то еще другая, то ряд флагов выстраивается. Это очень популярно в торговом флоте».*

В то же время, некоторые символы, отражающие особенности внешнего образа моряка, являются устаревшими, не применяющимися в настоящее время как обязательные.

Например, принято считать, что первейший атрибут морской профессии – это форма. Ношение специализированной одежды и особых знаков отличия, во-первых, делает видимым статус моряков, во-вторых, дает им ощущение принадлежности к Морскому флоту. Однако, как показали исследования, форма – это обязательный атрибут для военных моряков и моряков пассажирских лайнеров, тогда как на торговых и рыболовецких судах ношение формы не регламентируется уставными документами. Лишь некоторые судоходные компании, заботящиеся о своем имидже, требуют от своих работников соблюдения этой красивой морской традиции. Торговый, рыболовецкий флот форму, как правило, не носит: *«Формы нет. Тельняшки носим. Есть форменные свитера с погонами. Но это по своему желанию, необязательно».* (Из речи матроса, 28 лет, стаж 9 лет).

На вопрос «Хотели бы вы носить форму?» мы получили отрицательный ответ: *«Для нашей работы не стоит. Разве что если быть помощником капитана».* Специфика работы предопределяет возможность существования этой традиции. На рыбодобывающих и рыбообрабатывающих судах форма рассматривается как неуместный аксессуар, так как работа на рыбе и в машинном отделении по преимуществу грязная. И только капитан и старпом могут ходить по форме: *«Есть такое: вы в подвале работаете, внизу в мазуте, в соляре и в*

масле, а мы тут в белых и чистеньких кителях ходим на мостике». (Из речи судового механика, 35 лет, стаж 15 лет).

Показательна также реплика капитана, констатирующая наличие формы для руководящих чинов: *«Форма морская, но не военная, а гражданского торгового флота»* (капитан, 43 года, стаж 25 лет). Одежда у моряков, как и у военных, строго регламентирована, каждая деталь имеет символичное значение. Отмечено, что моряки старшего офицерского состава с особым достоинством носят форму, считают её первейшим показателем причастности к морской гильдии.

В кампаниях, специализирующихся на перевозках людей, к внешнему виду экипажа выдвигаются повышенные требования, так как внешняя атрибутика, следование морской традиции «работает» здесь на имидж кампании: *«На норвежском «пассажире» требовалось, чтобы на мостике и в «машине» была форма и погоны, чтобы все солидно было».* Или: *«На пассажирских судах, там и форма, у каждой страны свои пуговицы морские, с якорями, звездами».* (Фокус-группа №1).

Таким образом, атрибутивность в контексте культуры морской корпорации выступает как исторически обусловленный артефакт, элемент социокультурного наследия, и в настоящее время поддерживается лишь частично. Было также установлено, что атрибутивно-символический уровень выступает формой влияния корпоративной культуры на эффективность морской отрасли и по своему содержанию является материальным выражением ценностно-коммуникативной составляющей морской культуры.

Языковые средства экспликации образцов морской корпоративной культуры.

Приобщение моряков к морским традициям, ценностям и нормам, знакомство с ритуалами, атрибутикой, мифологией морской профессии формирует корпоративизм, так называемый корпоративный дух. Ведущую роль в

этом процессе могут играть механизмы первичной передачи признаков корпоративной культуры, в том числе языковые средства.

Языковые символы в метафорической форме отражают образы сознания, сформированные под влиянием морской профессии. То, как моряки организуют и выражают свой профессиональный опыт, закрепляется посредством вербально оформленных маркированных языковых единиц профессионального языка, к которому принято относить термины, профессионализмы и профессиональный жаргон.

Применяя дискурсивный подход, мы определяем языковой материал как структурированную совокупность языковых средств, используемых определенной языковой общностью людей в разрезе стратификационной дифференциации, отражающей деление общества на социальные группы, профессиональные группы и т.п.

Так, социальная группа представителей морских профессий, изучаемая нами, составляет языковой коллектив – «совокупность индивидов, обнаруживающую определенное единство языковых признаков и отличающуюся от других языковых коллективов инвентарем языковых единиц» [86]. Следовательно, специалисты морского дела являются языковым коллективом, поскольку используют характерные для морской среды языковые ресурсы. Экстралингвистической (внеязыковой) основой объединения этих индивидуумов в языковой коллектив является принадлежность к морским профессиям.

Язык является эффективным средством отражения и познания мира. Но, отражая мир, язык преобразует объективную реальность. Таким образом, создается языковая модель мира, уникальная для каждого этноса, для каждого речевого коллектива, ограниченного территориально, социально или профессионально. Становясь членом такого коллектива формально, индивид начинает осознавать себя его частью только тогда, когда усвоит модели мышления, поведения и языка, принятые в этом коллективе. Взаимосвязь мышления, сознания и языка отражается в понятии «языковая ментальность».

Ментальность, то есть объединенная духовность, отражает всю историю формирования социальной группы и является составной частью ее культуры.

Языковая ментальность моряков характеризуется двойственностью и динамичностью. Это выражается в умении переключаться с одних разновидностей языка на другие, определяемые условиями общения. В зависимости от языковой ситуации представители данной социальной группы свободно переходят с кодифицированного языка на специфический арготический язык. При этом речь не идет о разных языках, а лишь о различных представлениях об одном и том же материальном предмете или абстрактном понятии. Стремление по-иному взглянуть на привычную вещь, по-иному ее назвать лежит в основе возникновения профессионального сленга. Важно, чтобы новое слово в своем звуковом облике стало понятным всем участниками коммуникативного акта в рамках профессии, и было принято ими как рабочая лексическая единица. Такие новые слова являются результатом коллективного словотворчества членов корпорации и, как правило, не выходят за рамки данной профессии. Здесь проявляется одна из важнейших функций профессионально маркированных слов – быть средством идентификации («свой» – «чужой») и самоидентификации, то есть осознанием себя в профессии.

Несмотря на узкую сферу бытования, новые лексемы оказывают значительное влияние на кодифицированный литературный язык. Во-первых, их появление свидетельствует о нереализованных возможностях языка. Речевая коммуникация в рамках литературного языка всегда регламентирована семантическими нормами, которые имеют четкие границы. Словотворчество же расширяет эти границы, предлагая коммуникантам возможность активно участвовать в создании языковой картины мира. Во-вторых, некоторые профессионально маркированные слова семантически переосмысливаются и уже с другими значениями входят в состав общенародной лексики: *мостик* – место на палубе, откуда капитан командует кораблем, *аврал* – первоначально морская команда «Все наверх!»).

Профессиональный язык любой специальности имеет стандартную структуру: термины, профессионализмы и профессиональное аргю (жаргон). Моряки как представители определенной профессии и как корпоративная группа пользуются специальным языком практически во всех сферах жизнедеятельности. Поэтому понятие «морской язык» рассматривается также как средство социальной дифференциации; в связи с этим в работе, наряду с терминами «язык специальности», «профессиональный язык», используется также термин «социолект». Элементы социолекта, реализуемые в различных языковых ситуациях как акты общения «среди своих», в своей совокупности образуют коллективный речевой портрет своих носителей. Анализ речевого портрета, коллективного или индивидуального, предполагает анализ, прежде всего, лексического уровня данного социолекта.

Лексическая система «морского языка» воплощает в себе своеобразие морской профессии, свидетельствует о фантазии и творческом потенциале ее отдельных представителей. Обогащение морской лексики, появление новых лексем происходило вследствие развития профессии моряка, судостроения, мореплавания. Эти процессы происходили, в первую очередь, за счет заимствований из европейских языков и касались исключительно терминологии и профессионализмов: барк, бриг, бригантина, бот, галера, корвет, катер, крейсер, фрегат, шлюпка, ял, яхта; дек, бак, ют, борт, киль, трюм, кубрик, рангоут, мачта и др.

Профессионализмы обозначают специальные понятия, орудия или продукты труда, поэтому их иногда называют специальными словами или специальными терминами. Применительно к морскому делу это все слова, имеющие фиксацию в специальных словарях, в справочниках по судовождению и судостроению и функционирующие в устной речи моряков как показатель профессиональных компетенций.

Структура этого пласта морской лексики неоднородна. Среди них встречаются узкоспециальные слова, например, *шканцы* – часть верхней палубы корабля, *турачка* – шпиль и слова более широкого употребления, например,

кортик – холодное оружие в виде кинжала у командного состава морского флота. Важнейшей отличительной чертой профессионализмов является их семантическая нейтральность: они используются только в прямом значении и лишены экспрессивно – стилистической окраски.

Лексика морского жаргона образует наиболее яркую, наиболее экспрессивную составляющую обобщенного речевого портрета моряков. Наряду с морскими шутками, анекдотами, приметам, ритуалами она образует своеобразный фольклор данной социальной группы.

К проблеме включения профессиональных жаргонизмов в специальную (профессиональную) лексику исследователи относятся далеко неоднозначно.

Д.С. Лихачёв обосновал социальную функцию арго: в нем отражаются не индивидуальные, а социальные эмоции. Социальный характер арготического или жаргонного слова он видит в социальном характере смеха. Главный признак арготического слова – элемент смешного, эмоциональная насыщенность [59].

Проблема разграничения профессиональных жаргонизмов, терминов и профессионализмов, намеченная Д.С. Лихачёвым, исследуется в настоящее время и находит решение в работах Е.Г. Борисовой, И.Б. Голуб, Л.З. Подберезкиной, Е.Н. Сердобинцевой, Е.А. Федорченко, Ю.В. Сложеникиной и др.

В данной работе под профессиональными жаргонизмами морского социолекта понимаются лексемы, используемые в профессиональной речи моряков, представляющие стилистически сниженные дублиеты литературных слов, имеющие выраженный аберрантный характер и отличающиеся яркой эмотивностью и субъективной оценочностью.

Базой для образования профессионализмов и жаргонизмов моряков являются, как правило, уже имеющиеся в языке лексемы. Лексические единицы морского жаргона возникают в результате метафорического переосмысления основных понятий морской профессии. Результатом возникших ассоциаций становится новое слово, слово-двойник, существующее в языке наряду с кодифицированным его эквивалентом.

В ходе анализа дискурса современных моряков были выявлены наиболее используемые субстантивные метафоры, семантически соотнесенные с образом корабля как ядерного концепта сферы мореплавания: *дракон* – боцман, *дед* – старший механик, *белые рубашки* – механики о судоводителях, *пылесос* – тип современного рыболовецкого судна, *концы швартовые* – веревка, *лайба* – судно, *голяк* – веник, *голячить* – подметать палубу, *подвал* – машинное отделение, *мотыля* – моторист, *голубятня* – ходовой мостик, *машка* – швабра, *яшка* – якорь, *обрез* – таз, *коменс* – порог, *задрайка - дверь*, *переборка* – стенка.

Согласно данным исследования, в речи моряков частотны также метафорически переосмысленные морские термины, объединенные семантикой действия, процесса. В их образовательной структуре доминирующим является глагол: *встать к стенке* – пришвартоваться к причалу, *покалечиться* – помять корпус корабля во время неумелой швартовки, *привязаться* – пришвартоваться, *взять за ноздри* – взять на буксир, *опуститься в низы* – спуститься в механическое отделение, *низы* понимаются как личный состав, работающий в помещениях нижней палубы, найти «морские ноги» – победить морскую болезнь и др.

Семантическое поле данных морских неологизмов содержит основанные на ассоциативных связях интерпретации уставных отношений на судне, статусных различий между моряками различных специальностей. Например, отношение команды к боцману, который по должности обязан следить за дисциплиной, быть жестким, метафоризировано в лексеме «дракон». Наблюдаемый в гражданском флоте антагонизм между моряками, работающими на палубе, и механиками машинного отделения проявлен и зафиксирован в таких контекстуально антонимичных парах как «белые рубашки» – «подвал», «верхи» – «низы».

Для образования жаргонизмов морского социолекта используется весь словообразовательный потенциал русского языка. Так, продуктивным способом представляется образование новой лексемы в результате редуцирования морфемной структуры базовой лексемы: мех (механик), док (доктор), беска (бескозырка) - у военных моряков, пом (помощник), старпом (старший помощник

капитана), стармех (старший механик). Причиной появления такого рода сокращений является стремление коммуникантов сэкономить время и минимизировать усилия артикуляционного аппарата, направленные на беглое произнесение слова.

Интересным способом образования новых единиц социолекта является каламбур как элемент языковой игры, к которой относятся намеренное искажение слова, обыгрывание звукового состава, внутренней формы, связей с другими словами, каламбуры [55, с. 2].

Активное использование каламбура в разговорной речи – отличительная черта речевого поведения моряков. Игра на разных значениях слова обычно используется в целях создания смешного, комичного и является одним из самых выразительных средств языка. Наряду с анекдотами, розыгрышами, морскими шутками и байками, каламбур образует жанровую систему морского фольклора в категории комического, реализуемую в юмористическом дискурсе моряков.

Эффективность пользования «игрой словами» как средством общения зависит от коммуникативной задачи, общности условий труда коммуникантов, их принадлежности к единой корпоративной культуре. Наличие этих факторов позволяет субъекту речи использовать лексические структуры, которые адресат речи должен распознать и правильно интерпретировать. Например, морской профессионализм «утка». Он используется для обозначения двурогой металлической планки, служащей для укрепления не слишком толстых свободных концов снастей. Снасть укладывается на утку восьмеркой, а удерживается за счет силы трения. Эффект здесь построен на столкновении двух различных смыслов в одном звуковом комплексе. Коммуникант, не имеющий отношения к морскому делу, не сможет верно идентифицировать эти смыслы и поэтому не сможет поддержать коммуникацию.

Участники нашего исследования подтверждают, что в морских рабочих практиках юмор является важной составляющей; в своих рассуждениях о специфике работы в море моряки всех возрастов отмечают его объединяющую силу. *«Ну, конечно, без юмора в море никак нельзя, постоянно веселимся,*

анекдоты рассказываем, разные истории из жизни - моряки делятся. С чувством юмора на флоте нормально, потому что без юмора там никак не обойтись. Если все серьезно, то очень тяжело будет». (Из речи капитана, 46 лет, стаж 25 лет). Примечательно, что устоявшуюся в морской профессии смеховую модель поведения, выраженную в готовности пошутить или ответить на шутку, моряки демонстрируют и вне контекста работы в море, на уровне межличностных контактов на берегу.

В ходе интервью выяснилось, что молодые моряки с затруднением воспроизводят элементы живой разговорной речи, используют их в процессе работы лишь отчасти. Это подтверждают в своих комментариях моряки со стажем: *«У них нет даже понятия, что это такое... ну допустим не пол, а палуба нужно говорить, выйти из помещения на палубу на флоте, а у них на улицу выйти. Нет такого, что иллюминатор – это окно по-флотски называется, галюн – это туалет. Названий молодое поколение вообще не знает. Мне, например, было даже интересно изучать все эти названия, я старался их запомнить. А они даже не стараются!»* (Из речи судового механика, 54 года, стаж 33 года).

В прошлом молодые морские специалисты приобретали первый профессиональный опыт на отечественных судах и имели возможность постигать культурные формулы, в том числе и языковые, посредством общения с более опытными моряками, которые, как наставники, приобщали их к жизни в море. В современном мореплавании, отличительной чертой которого является доминирование многоязычных экипажей, система наставничества поддерживается далеко не везде, ее функции замыкаются на поддержании профессиональных компетенций. Лингвокультурная преемственность в условиях работы на иностранном судне, в иноязычном окружении, становится невозможной, вследствие чего моряки теряют навык использовать социолект как альтернативный морской язык.

Итак, существование профессионального языка объясняется объективной потребностью индивида быть частью замкнутой социальной группы,

ограниченной профессиональной деятельностью. К морской лексике мы относим слова, отражающие морские понятия, а также экспрессивно-окрашенные слова и устойчивые идиомы. Специфическим средством речевой коммуникации моряков выступает язык неофициального общения, овнешняемый посредством социально-группового диалекта (социолекта). Наличие данного языка является ярким атрибутом морской корпоративной культуры и доказывает, что специалисты морского дела представляют собой языковой коллектив, поскольку используют характерные для морской среды языковые ресурсы. Однако необходимо отметить, что социолект способен выполнять идентифицирующие функции в контексте одной национальной культуры. Применение данного языка как средства общения в многонациональных экипажах практически исключено.

Специфика социальных коммуникаций российских моряков в условиях работы в поликультурной среде.

Корпоративная культура, сформированная в морской профессии, оказывает влияние на каждого представителя этой социальной группы, в известной степени предопределяя не только стиль и образ жизни, но и специфику коммуникации.

Важным средством транслирования ценностей морской корпоративной культуры является коммуникация внутри корпорации, предполагающая не только информационный обмен, но и обмен представлениями, идеями, интересами, а также эмоциональный контакт. Под коммуникацией имеется в виду вербальный язык и невербальная система знаков в виде жестов, мимики, пантомимики, используемых членами корпорации в целях межличностного общения. Коммуникационная составляющая в морской профессии занимает важнейшее место, так как она напрямую связана с проблемой межличностного взаимодействия в условиях вынужденного сосуществования. Длительное пребывание в относительно замкнутом пространстве определяет специфику общения моряков: *«На судне как в общежитии: мы жили в каюте вчетвером.*

Общались, фильмы вместе смотрели, разговоры друг с другом поддерживали. Мы не ругались, но и не очень дружили». (Из речи матроса, 29 лет, стаж 10 лет).

Исследования показали, что коммуникация в рамках морской профессии внутренне неоднородна: прослеживается дифференциация формального и неформального стиля общения: *«Люди общаются, по работе - это одно, а в быту, на отдыхе или в порту чуть по-другому: более свободно».* (Из речи старшего помощника, 45 лет, стаж 26 лет).

Совместный труд, общая ответственность за свои действия неизбежно сопровождается коммуникацией, так как необходимо четко выполнить команды, достичь взаимопонимания. Коммуникативные акты такого рода усложняет тот факт, что морякам приходится работать по преимуществу на иностранных судах, где экипаж многонационален: *«Ты понимаешь, по крайней мере, ну а сказать, конечно, проблема, на ломаном английском начинаешь разговаривать».* (Из речи четвертого механика, 31 год, стаж 9 лет).

Английский язык на судах иностранных компаний официально признан рабочим языком, вся рациональная коммуникация осуществляется по-английски, с использованием международной морской терминологии, то есть морского профессионального языка.

Высокий уровень владения языком является механизмом доступа к фундаментальным ценностям иной культуры и позволяет быть более осведомленными о конкретных аспектах этой культуры. Ограниченное понимание языка и беглость могут создать ощущение отдаленности, разобщенности и даже разочарования, вследствие которого может быть затруднено взаимодействие в профессиональном контексте и исключены личные контакты.

Большинство опрошенных моряков, а именно две трети от общего их числа, отмечает, что коммуникативный барьер составляет для них серьезную проблему: *«Когда мы попадаем в их пространство, приходится изучать их язык. Я у испанцев работал три года, те мне сразу сказали, что на английском языке не*

общаются, русского тоже не знают, если ты у нас работаешь – изучай испанский». (Из речи матроса, 28 лет, стаж 10 лет).

Еще более проблематичной в условиях полиглоссии становится неформальная коммуникация. Возможность диалогических отношений между людьми, взаимодействие на уровне мыслей, идей, непосредственный эмоциональный контакт практически сходит на нет: *«Естественно, английский не каждый знает в полной мере, как русский, чтобы общаться на абсолютно все темы».* (Из речи старпома, 51 год, стаж 29 лет).

Тот факт, что на рыболовецких судах экипажу не предоставляют отдельных кают, предполагает эмоциональное сближение людей, но на практике только усугубляет ситуацию: *«Мы жили в каюте вчетвером. У каждого своя жизнь, свои интересы».* Или: *«Вне работы общаться трудно. У нас если каюта на двух, то мы стараемся, чтоб в разных вахтах работать, то есть я прихожу – он уходит».* (Из речи матроса, 26 лет, стаж 4 года).

Таким образом, специфику коммуникации лиц морских профессий в поликультурном пространстве предопределяет осознание общности условий труда, обязательности выполнения определенной совместной деятельности.

Коммуникация моряков в иноязычном окружении представляет собой, скорее, коммуникативную способность передавать нужную информацию и адекватно реагировать на конкретные команды и поручения.

2.4. Трансляция морской корпоративной культуры в профессионально ориентированном вузе

Решение проблем формирования корпоративной культуры тесно связано с внедрением отраслевых стандартов культуры морской профессии и обусловлено новыми требованиями морского ведомства к культуре профессионального общения, качеству исполнения профессиональных обязанностей и даже внешнему виду моряков.

Опыт многих успешных западных и отечественных организаций и корпораций свидетельствует о том, что внедрение принципов корпоративной культуры в процесс обучения будущих морских специалистов позволяет значительно повысить эффективность исполнения служебных обязанностей за счет формирования профессионально значимых качеств будущих моряков, оптимизировать условия профессиональной деятельности, наиболее успешно использовать материально-технические ресурсы.

Мы убеждены, что только процессы обучения способны инициировать изменение миссии и стратегии корпорации, обеспечивающих долгосрочную перспективу ее развития, и, вслед за К. Аджирисом, рассматриваем корпоративное обучение как «процессы обнаружения и исправления ошибок» [119, стр. 116].

Процесс адаптации будущих специалистов в выбранной профессии начинается еще в период обучения. Вузы специализированной направленности (военные, морские) в большей степени аккумулируют культурное наследие корпорации, так как их собственная корпоративная культура опосредована субкультурой корпорации.

Так, Керченский государственный морской технологический университет, занимающийся подготовкой морских специалистов для флота и портов, традиционно сохраняет и передает основы морского корпоративизма. Система обучения в морском вузе сформировалась в соответствии с его миссией, которая состоит в повышении престижа морского образования. Большинство курсантов понимают и принимают миссию вуза, в котором они обучаются. Курсанты осознают, что главная задача вуза состоит в обеспечении морской отрасли высококвалифицированными кадрами.

Важным фактором приобщения моряков-курсантов к корпоративной культуре становится осознание ими значимости своей профессиональной деятельности, принятие и следование стандартам поведения, корпоративной идеологии морского профессионального сообщества.

Рассмотрим более детально элементы корпоративной культуры курсантов КГМТУ. Первое ознакомление курсантов с морской субкультурой происходит на поверхностном уровне внешних проявлений культуры, к которым мы относим такие атрибуты морского вуза как герб, эмблема, флаг, гимн, интерьер с применением морской символики, веб-сайт, стиль общения работников вуза. Опросы показывают, что курсанты хорошо знают атрибутику своей образовательной организации, без труда различают ее составляющие, что является результатом проводимой организационной политики администрации вуза. Вузовский сайт понимается и используется курсантами как канал информационной коммуникации.

Важным фактором приобщения курсантов к морской корпоративной культуре является введение обязательного ношения морской формы. В данном случае форма служит средством психолого-педагогического воздействия, применяемом в целях воспитания в будущих моряках чувства ответственности, дисциплинированности. Кроме того, форма стимулирует процесс самоидентификации первокурсников в статусе «я – курсант». Изменение статуса сопровождается изменениями мировосприятия и поведенческих реакций курсантов. Характерно, что отношение курсантов к традиции единой морской формы, принятой в вузе, трансформируется от первого курса к четвертому. Выпускники, уже прошедшие практическую подготовку, склонны рассматривать требование одеваться по форме и обязательные утренние построения как излишний атрибут, имитирующий уклад и традиции военных моряков: *«Все усложнили с этой формой, с этим построением»*. (Фокус-группа №6).

Таким образом, за внешними проявлениями морской корпоративной культуры стоит ее содержательное наполнение. На глубинном уровне мы дифференцируем 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.

В морском вузе сложились формальные и неформальные традиции, призванные поддержать у будущих моряков позитивно окрашенное отношение к морской профессии. Курсанты в равной мере приобщаются как к официально проводимым мероприятиям, поддерживающим морскую тематику, так и к неформальным событиям и праздникам. При этом, в спортивных мероприятиях курсанты принимают участие с большим желанием, считая их наиболее полезными. В научную деятельность вовлечен небольшой процент курсантов. Многие из них не видят в занятиях наукой практической необходимости, так как для них приоритетным является освоение профессии и получение диплома. В ходе интервью выяснилось, что курсанты стремятся как можно быстрее закончить учебу в вузе и приступить к профессиональной деятельности.

Респонденты из числа курсантов вуза, принявшие участие в исследовании, четко определили нишу профессиональной деятельности в морской и рыбохозяйственной отрасли, в которой они могли бы реализоваться как профессионалы. Курсанты всех специальностей признались, что предпочли бы работать в транспортном флоте: *«Транспортный флот более стабилен и более адекватен в плане работы. Там обычный рабочий день, нет никаких неформальных обстановок и вахт, которые длятся 24 часа в сутки, то есть судно работает постоянно, в отличие от торгового флота, где вахту несут только на мостике, то есть курируют только по судну, и в машинном отделении просто проверяют состояние. В рыбной промышленности такого нет, там все-таки тяжелее».* (Фокус-группа №6).

Или: *«Это тяжелая работа, очень тяжелая. И в принципе доход, заработная плата не такая уж высокая».* (Фокус-группа №6).

По результатам исследования, курсанты ФГБОУ ВО «КГМТУ» считают, что негативными характеристиками выбранной ими профессии является напряженный труд (96,2%), отсутствие возможности распоряжаться своим

временем, регламентированность жизни на судне (87,5%), изолированность от привычной среды (87,4%), потенциальные риски (76,4%), длительное пребывание в небольшой группе (63,2%). Схема ранжирования ответов респондентов представлена на Рисунке 5.

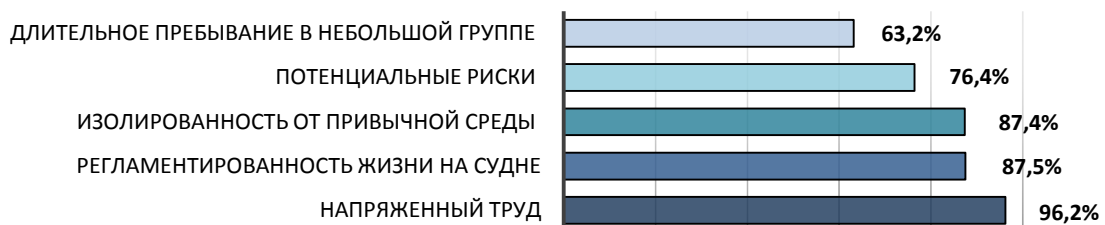


Рисунок 5 – Мнения респондентов о негативных составляющих морской профессии

Как известно, постижение основ профессии более успешно осуществляется в процессе включенности обучающихся в аутентичные рабочие ситуации и контексты. Этап прохождения практики рассматривается вузом как эффективный инструмент культурного наследования в процессе адаптации курсантов к культуре морской корпорации. Курсанты также отмечают важность этого элемента образовательного процесса: *«На практике лучше всего учишься, потому что в университете только теория. Проще говоря, специфику судна мы поняли, но из личного опыта понять и просто со слов – это разные вещи»*. (Фокус-группа №6).

Практика курсантов российских морских вузов и, в частности ФГБОУ ВО «КГМТУ», традиционно осуществляется на борту учебных парусных судов. Данная традиция восходит к дискуссии, возникшей в европейском морском образовании в 90-х годах XIX столетия относительно методов специальной подготовки будущих моряков. Традиционалисты вопреки реформаторам настаивали, что кадеты должны быть обучены «по старому обычаю», то есть на парусных грузовых судах, считавшихся «фабрикой моряков» [281, с. 26 – 27].

Будущий морской специалист торгового флота должен был приобретать первичные навыки профессии на паруснике, даже если его дальнейшая трудовая жизнь будет проходить на паровых судах, доминировавших тогда на флоте.

Посредством таких плавательных практик достигалась генеральная задача морского образования – сделать из мальчиков настоящих мужчин, выработать у них такие традиционные морские корпоративные качества, как мужество, физическая выносливость и ловкость, профессионализм. Приверженец традиционализма в морском образовании, Л. Аренхольд пишет: «Это не сами по себе упражнения с парусом, которые формируют эти прекрасные морские качества, а, скорее, полнота жизни и опыта на борту парусного судна. Постоянная борьба с ветром и погодой, ощущение зависимости исключительно от собственных возможностей и необходимость преодолевать все эти трудности - все это формирует хорошего моряка и вызывает законную гордость за профессию» [цит. по 145, с. 237].

Культивируя преемственность базовых корпоративных ценностей, профессиональных и этических, морское образование становилось гарантом сохранения традиционного морского порядка, морского корпоративного духа.

Плавательная практика на учебном судне является обязательным элементом современного образовательного процесса и осуществляется на втором и третьем курсе профессионального обучения. Согласно традиции, курсанты идут в первый рейс именно на паруснике, который становится для них отличным тренажером в выработке навыков сопротивления погодным условиям, преодоления морской болезни, отработки таких профессионально востребованных техник как поднятие на мачту, закручивание и разворот парусов, завязывание морских узлов, движение по трапу, управление судном.

Исследования показали, что опыт плавания 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, только 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. Наши респонденты, прошедшие практическую подготовку, рассказывают о новых для них ощущениях отстраненности, дистанцирования от привычной для них жизни и осознания себя в ней. Личное постепенно отходит на второй план, приходит осознание, что *«ты – часть команды и должен работать как часть команды»*.

Необходимо отметить, что умение работать в команде является одной из базовых компетенций, формирование которой обусловлено программой профессиональной подготовки квалифицированных морских кадров. Однако выработка необходимого стандарта командного поведения в процессе освоения курсантами теоретических курсов представляется затруднительной, так как в российских морских университетах применение активных методик обучения, таких как отработка навыков командной работы на тренажерах, является, скорее, исключением, чем правилом. Согласно данным нашего исследования, в ФГБОУ ВО «КГМТУ» данные методики не применяются. Таким образом, концепция командной работы реализуется в российском образовательном пространстве, в большей мере, посредством обязательного введения в учебный процесс этапа практической подготовки курсантов.

По результатам нашего исследования, большинство опрошенных курсантов (66,7%), прошедших практику на учебном парусном плавательном судне, довольны ее результатами и рассматривают ее как необходимый опыт постижения основ профессии. Однако, значительное число курсантов (около 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 32,6% от общего числа опрошенных курсантов. Эта группа респондентов считает, что, наряду с

обязательной униформой, эти элементы характерны, в большей степени, для военно-морского стиля и культивирование их в программе практической подготовки курсантов гражданского флота является необоснованным.

Новые стандарты кадровой политики мирового судоходства ориентированы на формирование у молодых специалистов компетенций, необходимых для работы в многонациональных профессиональных командах.

В контексте современных западных исследований мы находим данные, подтверждающие актуальность идеи о необходимости внедрения социокультурного подхода в морское образование [129; 218; 192]. По словам ведущего специалиста в области международного круизинга Д. Бентона, «образованный моряк должен быть в состоянии понять сходства и различия между людьми и выработать способность решать проблемы, возникающие именно из этих различий» [129, стр. 20].

Я. Хок, ссылаясь на П. Питканена, замечает: «Основная цель обучения культурным различиям состоит в выработке критического взгляда на вопрос о культурных предубеждениях, освобождении от зависимости, ограничивающей личностное развитие и межкультурный диалог, подразумевающий обоснованность существования различных форм жизни и необходимости их изучения [193, стр.76].

Таким образом, морское образование, ориентированное на изучение культурных различий, призвано сформировать у будущих квалифицированных моряков необходимую в условиях современного мореплавания социокультурную компетенцию, представляющую собой умение воспринимать и правильно интерпретировать последовательную проекцию элементов культур, наличествующих в поликультурной рабочей среде.

Однако, исходя из данных, полученных в ходе анализа западных публикаций по данной проблематике, «только 31,4% респондентов-моряков сообщили о прохождении курсов или учебных программ, касающихся вопросов межкультурного взаимодействия» [198, с. 44]. Практика внедрения подобных курсов в учебные программы является стандартной, в основном, для персонала

пассажирских лайнеров. Около 70% подтвердили, что они не были обучены навыкам взаимодействия в условиях смешанного крьюинга на этапе профессионального обучения, а также этапах дальнейшего повышения квалификации.

Основы кросс-культурного взаимодействия как предмет изучения может быть интегрирован в стандартную программу обучения моряков при наличии социального запроса в виде обязательных требований судоходных компаний из организаций МЕТ и наличия правового обеспечения Международной морской организацией.

Сегодня одним из университетов, традиционно уделяющих внимание кросс-культурному образованию моряков, является Калифорнийская Морская Академия. Крупные судоходные компании, преимущественно шведские и норвежские, обучают командный плавсостав специфике управления судном, укомплектованного смешанным экипажем. Я. Хок упоминает немецкую судоходную компанию NaragLloyd, которая организывает 4-хмесячные курсы обучения кросс-культурной коммуникации во время прохождения курсантами старших курсов практики на учебном судне [192]. Некоторые судоходные компании организуют подобные курсы, но по сокращенной программе, для членов экипажа непосредственно перед рейсом. Однако подобные прецеденты в мировой судоходной практике немногочисленны.

Как показали исследования, в современной модели российского морского образования не выработаны соответствующие методики, направленные на улучшение так называемых нетехнических навыков, обеспечивающих профессиональное и социальное взаимодействие моряков в условиях рейса. В ходе опроса курсантов старших курсов ФГБОУ ВО «КГМТУ» были выявлены предпосылки к внедрению подобных методик в учебный процесс. Наши респонденты заявили, что недостаточно осведомлены в вопросах восприимчивости к культурным различиям, склонны оценивать образцы поведения и ценности чужой культуры, несоотнесимые с атрибутами родной для них культуры, как неправильные, или даже «странные».

Процесс обучения основам профессионального и межличностного взаимодействия в кросс-культурной среде рекомендовано начать с предоставления курсантам теоретических и практических знаний о различных типах культуры, бытующих в современном морском рабочем пространстве, а именно о национальных культурах, общей корпоративной культуре, включающей профессиональную и организационную культуру современных мореплавателей, а также культуру безопасности. Это послужит основой для формирования у курсантов социально ожидаемых взглядов и качеств, таких как понимание и принятие культурных различий, способность адаптировать свое поведение и профессиональные навыки в кросс-культурной рабочей среде, интегрировать личные и профессиональные корпоративные ценности, справляться с проблемами идентификации и самоидентификации, неизбежно возникающими в «чужом» рабочем пространстве.

ВЫВОДЫ

Приведенные выше результаты исследования корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков позволяют сделать следующие выводы.

На формирование морской корпоративной культуры влияет ряд экзогенных и эндогенных факторов. К экзогенным факторам влияния нами отнесены внекорпорационные аспекты: политическая и экономическая ситуация, действующие законодательные акты, государственные установки, конкуренция на рынке, социальный контекст становления морской корпоративной культуры. Эндогенные факторы рассматриваются автором как факторы внутреннего воздействия, осуществляемого посредством корпоративной культуры. Данную группу факторов в нашем исследовании составили: кадровая политика в морской отрасли, конструирование морской корпоративной идентичности, образцы поведения персонала и преобладающий стиль управления командного состава судна.

Современная корпоративная культура моряков сочетает в себе признаки доминирующих типов иерархической и клановой культуры. Иерархический тип культуры определяется по следующим признакам: присутствует четкая регламентация служебных обязанностей моряков, жесткая дисциплина, авторитарный стиль управления. Влияние кланового типа культуры проявляется в уважении морских традиций, высокой сознательности членов экипажа на рабочем месте, коллективизме, патриархальной системе взаимоотношений подчиненных и руководителя (капитана).

На основании анализа данных, полученных в результате проведенных исследований, мы пришли к выводу, что корпоративная культура моряков содержит в себе как ядерные компоненты, объединяющие представителей всех видов специальностей в один профессиональный социум, так и периферийные характеристики, которые отличают представителей разных морских специальностей. В целом, профессиональной корпорации российских моряков присущ ряд следующих черт:

1. Профессиональная жизнедеятельность моряка протекает в строго регламентированных условиях, охватывающих все стороны жизни членов данного профессионального коллектива. Исторически сложившиеся реалии, нормы и ценности профессии моряка складываются в уникальный социокультурный опыт, в значительной мере обусловленный спецификой условий труда и особенностями социально-бытового характера.

2. Социальный портрет представителя морской профессии формируется под влиянием внешних атрибутивных признаков профессии моряка и ключевых ценностных ориентиров морского коллектива. Усвоение ценностей морской корпорации опосредуется всеми формами корпоративного поведения, включая правила, нормы, ритуалы, традиции. Морская профессиональная этика ориентирована на выработку у работников таких качеств как коллективизм, умение работать в команде, взаимовыручка, дисциплина, имеющих первостепенное значение для организации труда в профессиональном сообществе

моряков, являющим собой закрытый микрокосм со значительными структурными ограничениями и рисками.

3. Языковой узус представителей морской корпоративной культуры напрямую связан со спецификой их профессиональной деятельности. Использование морской лексики и морской терминологии позволяет выделить профессиональную группу моряков на фоне остальных социальных групп. Язык является посредником в процессе адаптации индивида в социокультурном пространстве данной корпорации. Коммуникация моряков характеризуется сложной и неоднородной структурой: наряду с официальным языком функционирует морской социолект, включающий термины, профессионализмы и профжаргон.

4. В морской профессиональной деятельности сложились формальная и неформальная коммуникативные модели. В формальных отношениях используется общепринятый кодифицированный язык и профессиональная терминология. Английский язык, признанный рабочим языком, обслуживает официальную сторону жизни на судне, вследствие этого слабая лингвокультурная подготовка моряков является причиной недостаточной вербальной координации на судне. Неформальная коммуникация моряков в условиях неидентичного культурного окружения связана с недопониманием и психологическим дискомфортом.

Корпоративная культура курсантов – отправная точка морской корпоративной культуры. Она формируется под влиянием двух сфер человеческой деятельности: педагогической и профессиональной. Корпоративная культура курсантов морского вуза в структурном отношении согласуется как с корпоративной культурой, сложившейся в вузе, так и с морской корпоративной культурой. Структуру ее образует сочетание и взаимосвязь внешних атрибутивных признаков корпоративной культуры и внутренних ее составляющих.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Наше обращение к вопросам исследования корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков обусловлено назревшей необходимостью теоретического обобщения и эмпирического анализа трансформационных процессов, явившихся следствием изменений социокультурных контекстов морских профессий.

Поставленная цель исследования – выявить специфику становления современной корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков в условиях включенности в поликультурные контексты профессиональной деятельности, в целом, достигнута.

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.

Морская корпоративная культура в данном исследовании определяется как совокупность разделяемых и поддерживаемых каждым моряком, как внутри,

так и вне корпорации социальных ценностей, норм, традиций, атрибутов, процессов интеракций и стереотипов социального поведения.

Развиваясь в культурно-историческом пространстве национальной культуры, корпоративная культура моряков формируется также под влиянием международной морской социально-правовой системы, определяющей социокультурные процессы, протекающие в современной морской профессиональной среде. Данная среда отличается уникальными характеристиками и специфическими механизмами регулирования, отличными от законов регулирования жизни на берегу. Наиболее показательными из них являются:

- потенциально опасная физическая среда, в которой осуществляются трудовые операции;
- изолированность профессиональной деятельности, ограничивающей социальные контакты во время длительных рейсов;
- традиционно иерархический характер судовых команд, сочетающих признаки гражданской профессиональной структуры с квази-военными нормами;
- полиэтничность экипажей, реализующих трудовую деятельность.

Социологическое исследование демонстрирует, что корпоративная культура моряков в современном российском обществе претерпевает ряд трансформаций, обусловленных влиянием экзогенных и эндогенных факторов.

К числу экзогенных факторов, определяющих морскую корпоративную культуру в актуальных условиях ее бытования, отнесены социальные условия, политико-правовой и экономический контекст осуществления морской деятельности Российской Федерации. 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. Доминирующие позиции по степени влияния на становление современной морской корпоративной культуры 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 экономически выгодных ограничений для судовладельцев. Изменившиеся под влиянием данных факторов контексты профессиональной деятельности моряков представляют сегодня сложную профессиональную среду, характеризующуюся многообразием социокультурных взаимодействий и обменов.

Влияние эндогенных факторов (кадровая политика, конструирование морской корпоративной идентичности, тип культуры, тип управления, образцы поведения персонала) проявляется в изменении форм кадрового обеспечения отрасли, организационной структуры и организационных практик судоходных компаний. Нами выделен блок факторов организационно-управленческого характера как наиболее интенсивно влияющих на становление 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, распространение визуальной морской атрибутики. 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, мы выделили 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 обосновать идею о смешанном типе морской корпоративной культуры. Доминирование иерархического типа

предопределено идеологией командного и контрольного управления, заявляющей о себе в ориентации на должности и закрепленные за ними полномочия, исполнением официальных приказов, централизованном принятии решений. Наличие элементов кланового типа корпоративной культуры обусловлено существованием в морской профессиональной среде ценности коллегиальной работы, институализированной в актуальных формах социально значимых норм и стереотипов поведения.

Определяя культуру морской корпорации, необходимо отметить уникальность ее глубинных смыслов, яркую самобытность и выразительность культурных форм. Традиционность, укоренившаяся в морской профессии как ее обязательный атрибут, обусловлена влиянием многовековой истории мирового судоходства и опирается, прежде всего, на набор универсальных норм, качеств, ценностей и практик. Несмотря на трансформацию социокультурных оснований современного судоходства, можно говорить о сохранении традиционного морского уклада в организационных структурах и практиках современных международных судоходных компаний. Культурный тип российского моряка складывается под значительным влиянием традиционной национальной морской корпоративной культуры, основанной, прежде всего, на исторически сложившихся традициях, идеях преемственности, самодостаточности советской морской корпорации, высоких стандартах ее профессионализма и трудовой этики, однако претерпевает некоторые трансформации вследствие включенности в международное морское сообщество.

Исторически сложившаяся международная морская корпоративная культура сохраняет такие устойчивые характеристики как патриархальная подчиненность и иерархия. Моряки считают традиционный морской порядок, основанный на жестком распределении ролей и подчинении низших по должности вышестоящим, справедливым и единственно возможным способом организации труда на судне. В представлении же российских моряков распределение властных полномочий на судне должно быть основано не только на традиционном

иерархическом авторитете, но и на харизме лидера, способного создать особый «семейный» климат на борту, поощрять коллегиальность, интегрировать команду на основе общности интересов и доверии. Однако изменившийся характер современного мореплавания повлиял на тип лидерства на судне, трансформируя формальную и смысловую составляющую образа капитана как абсолютного лидера с неограниченными полномочиями. Тенденцией, отражающей реалии современного мореплавания, является изменение стиля руководства в сторону замещения модели авторитарного лидера более демократичными ее вариантами. Нарастание бюрократического компонента в морском деле приводит к размыванию привычной схемы функциональных обязанностей капитана и расценивается в морской профессиональной среде как проявление недоверия и неуважения к его морскому опыту и профессионализму.

Характер формирования идентичности также как и тип лидерства является воплощением духа культуры. Мужская идентичность (маскулинность) присутствует как определяющий атрибут в традиционной морской корпоративной культуре и означает наработанную способность моряков демонстрировать образцы инициативного поведения и профессионального мужества в ситуациях риска. В современном мореплавании отмечается тенденция снижения востребованности таких профессиональных качеств моряков как мужественность, самообладание, решительность, находчивость, приносящих повышенный риск в процесс реализации управления профессиональной деятельностью.

Корпоративная идентичность моряков в условиях глобализации мирового судоходства также претерпевает ряд трансформаций, так как ее формирование происходит в неоднородной культурной среде, с весьма ощутимыми культурными и языковыми различиями. Работа в смешанных экипажах приводит к размыванию понятия «корпоративное сообщество моряков», так как на процесс профессиональной идентификации накладывается процесс идентификации по этническому признаку. Представители различных этногрупп обнаруживают различные механизмы адаптации и идентификации себя с работой в море, используют различные когнитивные навыки и шаблоны для решения рабочих

задач, моделируют поведение в контексте мультикультурной рабочей среды судна под влиянием образцов и ценностей коренной культуры. Стереотипы поведения этнонациональной группы российских моряков в мультикультурной профессиональной среде обусловлены влиянием социокультурных кодов, укоренившихся в российской морской традиции.

Символическая репрезентация ритуалов, обычаев, верований, метафорических идиоматических выражений, артефактов, униформы, аутентичных графических изображений осуществляет своеобразную культурную трансмиссию, традиционно обеспечивает преемственность и универсальность морской корпоративной культуры. Обрядовые и символично-ритуальные практики имеют бытование в современном мореплавании, однако сила их эмоционально-психологического воздействия, основанного на переживании моряками чувства сопричастности к корпоративному сообществу, значительно ослабевает в наши дни. Актуальными в современной морской культуре остаются элементы визуальной атрибутики: логотипы, морская символика, форменная одежда (на пассажирских судах), широкое использование которых направлено на формирование корпоративного имиджа компании. Происходит трансформация многих морских традиций, обеднение их культурных смыслов, обусловленное ослабеванием организационно-управленческой функции поддержания морской корпоративной идентичности. Наиболее устойчивыми являются традиции, имеющие ритуализированное выражение интеграции «новичков» в морское сообщество. Возникновение новых традиций в современном мореплавании обусловлено потребностью судоходных компаний внедрять предписанные организационной политикой нормы и правила.

Исследование продемонстрировало, что рабочие практики российских моряков на иностранных судах в составе смешанных экипажей осуществляются в недостаточно интегрированной рабочей среде, с ограниченными социальными контактами моряков различных статусных и полиэтнических групп. В этой связи возникает необходимость создание иерархии общих ценностей, присущих внутророссийской морской корпоративной культуре и культуре международного

профессионального сообщества моряков. Ядерным элементом интегрированной системы ценностей указанных типов морской корпоративной культуры является идея морского братства, основанная на взаимовыручке, взаимопомощи, умении работать в команде и ценность профессиональной деятельности. Доминирующими профессиональными ценностями, не подвергшимися трансформации в новых условиях бытования профессии «морское дело», являются дисциплина, профессионализм, ответственность, строгий организационный порядок, надежность. Их константный характер обусловлен потребностью в безопасности профессиональной деятельности, сохранении жизни и здоровья в условиях профессиональных рисков.

Значительные трансформации в смешанных этнонациональных экипажах претерпевают такие корпоративные ценности как приверженность профессии, сплоченность (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.

Отклонение эталонной модели морской корпоративной культуры, основанной на трансляции декларируемых ценностей, от реально бытующей корпоративной культуры, формирующейся в условиях новой поликультурной среды, демонстрирует существование противоречия: нарушение принципа конгруэнтности личностных и корпоративных ценностных систем. Это вызывает необходимость выравнивания ценностных систем и их институциализацию посредством норм, установок и стереотипов поведения.

Жизнедеятельность моряка осуществляется в рамках формальной и неформальной групп. Формальная коммуникация осуществляется посредством общепринятого кодифицированного языка и использования профессиональной терминологии. В условиях неформальной обстановки наблюдается переход на живой разговорный язык, в котором смешаны элементы общего жаргона и профессионального социолекта.

Функционирование такого значимого элемента морской корпоративной культуры гражданского сообщества российских моряков как социолект в значительной степени утрачивается в каждом последующем поколении моряков. В современных многонациональных экипажах отсутствуют условия межпоколенческой преемственности данного варианта профессионального языка, при этом нарастают возможности обогащения этнонациональных морских социолектов включениями из разных языков и неологизмами, выработанными международным речевым сообществом моряков.

Диагностика корпоративной культуры курсантов профессионально ориентированного вуза показала, что усвоение ценностей морской корпорации начинает осуществляться в период обучения в морском вузе и опосредуется всеми формами корпоративного поведения, включая правила, нормы, ритуалы, традиции. Морской язык, являясь внешним атрибутом корпорации, может быть рассмотрен как механизм первичной передачи корпоративной культуры будущих моряков.

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 корпоративной культуре, сложившейся в профессиональном сообществе российских моряков.

В целом, собранный автором теоретический и эмпирический материал может стать основанием для разработки теорий профессиональных корпоративных культур, методологии изучения морской корпоративной культуры как паттерна сохранения знаний морской корпорации, ее интеллектуального ядра, воспитания командного духа моряков, приобщения курсантов к традициям и нормам поведения, культивируемым в профессиональном сообществе российских моряков. Преемственность образцов морской корпоративной культуры обеспечивает воспроизводство профессиональной группы гражданских моряков, устойчивость развития отрасли, эффективную организационную политику.

Обращение автора к исследованию корпоративной культуры моряков, предпринятое впервые в социологической науке, выявило, что данная разновидность профессиональной культуры требует дальнейшего научного осмысления. Изменившиеся в последние десятилетия условия экономической и социальной жизни в нашей стране, процессы интеграции российских моряков в поликультурное пространство внутрироссийского (включающее в себя все многообразие культур многонациональной России) и мирового судоходства трансформировали образ традиционной морской культуры гражданского сообщества российских моряков, наполнив ее новым содержанием.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аверина, В. А. Русская морская терминология: Источники и некоторые процессы формирования / В.А. Аверина // Русский язык: Вопросы функционирования и методики обучения. – 1995.- № 1. – С. 110–117.
2. Агеев, А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры / А.И. Агеев. – М. : Наука, 1991. – 106 с.
3. Алферова, Ю. И. Профессионально маркированные компоненты языкового сознания, репрезентированные единицами родного и изучаемого языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Ю. И. Алферова. – Барнаул, 2005. – 20 с.
4. Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989.
5. Армстронг, М. Основы менеджмента. Как стать лучшим руководителем / М. Армстронг, пер. с англ. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. – 512 с.
6. Бабурина, О. Н. Ретро-и перспектива судостроительной и судоремонтной отраслей Крыма в контексте возрождения морской индустрии России / О.Н. Бабурина // European journal of economics and management sciences. – 2015. – №2. – С. 89-92.
7. Базаров, Т. Ю. Организационная культура и лояльность / Т.Ю. Базаров // Управление корпоративной культурой. – 2013. – № 1. – С. 32–43.
8. Барышников, С. О. Инновации в подготовке кадров транспортной логистики / С. О. Барышников, А. Л. Степанов // Логистика: современные тенденции развития: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во ГУМРФ им. адм. С. О. Макарова. – 2014. – 24, 25 апреля – С. 29-31.
9. Бекелева, Е. А. Корпоративная культура в социальных организациях: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Е. А. Бекелева. – Рыбинск, 2010. – 28 с.

10. Бикметов, Е. Ю. Модели организационных коммуникаций в управленческой деятельности / Е. Ю. Бикметов, Г. Ф. Кунгурцева // Человеческий капитал. Научно-практический журнал. – 2012. – № 8. – С. 60–61.
11. Битулина, К. Ю. Корпоративная культура как фактор влияния на процесс становления организации: социологический анализ: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04 / Битулина Ксения Юрьевна. – М., 2005. – 20 с.
12. Богородский, Б. Л. Русская судоходная терминология в историческом аспекте: автореф. дис. ... докт. филол. наук. / Б.Л. Богородский. – Л., 1964. – 35 с.
13. Борисова, С. Н. Изучение профессиональных групп в отечественной социологии: основные теоретико-методологические подходы / С.Н. Борисова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2016. – № 2 (42). – С. 144–148.
14. Блинов, А. О. Искусство управления персоналом: учеб. пособ. для экон. колледжей и вузов / А. О. Блинов, О. В. Василевская. – М. : Гелан, 2001. – 412 с.
15. Ваганова, Е. В. Языковое сознание студентов технических и гуманитарных специальностей как представителей различных корпоративных культур: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е.В. Ваганова. – Челябинск, 2008. – 176 с.
16. Василевская, О. В. Искусство управления персоналом. / О. В. Василевская. – М., 2001. – 412 с.
17. Введенский, В. В. Лексико-генетическая и семантическая характеристика терминологии судоходного дела / Введенский // Проблемы структурной лингвистики. Л. – 1974. – С. 41–48.
18. Вилисова, Е. В. Ассоциативный эксперимент как метод изучения корпоративной культуры инженеров, врачей и юристов / Е. В. Вилисова // Жизнь языка в культуре и социуме: материалы конференции, посвященной 75-летию д. филол. наук, проф
19. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М.: Гардарики, 2003. – 528 с.

20. Воронин, И. Н. Корпоративные отношения и корпоративная культура организации / И.Н. Воронин, М.Ю. Козлов // Омский научный вестник. – 2007. – № 6. – С. 56–59.
21. Гайдукова, Г. Н. Использование потенциала корпоративной культуры в стратегии развития крупных государственных компаний: дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. / Г.Н. Гайдукова. – Белгород, 2009. – 25с.
22. Ганулич, М. А. Организационная культура предприятий малого бизнеса в условиях изменяющейся внутренней и внешней среды: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08. / М. А. Ганулич. – М., 2004. – 25 с.
23. Герасимова, Т. Н. Сообщество военных музыкантов и их профессиональная субкультура / Т. Н. Герасимова // Мир образования – образование в мире. – 2011. – № 4. – С. 15–20.
24. Гидденс, Э. Социология / Э. Гидденс. - М.: Эдиториал, 1999. - 704 с.
25. Голованова, Е. И. Отражение профессионального восприятия мира устной коммуникации фотографов / Е. И. Голованова // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология. Искусствоведение. – 2011. – № 24 (239), вып. 57. – С. 208–211.
26. Грачев, М. А. Суперкадры. Управление персоналом в международной корпорации / М. А. Грачев – М.: Дло ЛТД, 1993. – 352 с;
27. Григорьев, Н. Н. Формы и эффективность международной морской организации (ИМО) при борьбе с усталостью моряков / Н. Н. Григорьев, Д.Б. Сигаев // Вестник Государственного университета морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова. – 2017. – Т. 9. – № 3. – С. 506–515.
28. Groшев, И. В. Организационная культура : учеб. пособие / И.В. Groшев, П. В. Емельянов, В. М. Юрьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 288 с.
29. Гуц, Е. Н. Ассоциации, представленные некодифицированной лексикой: поиски адекватной методики описания / Е. Н. Гуц // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Лингвистика. – Вып. 2, № 11. – 2005. – С. 13–19.

30. Драчева М. В. Система «Берег-море» как сложное социальное образование / М.В. Драчева, В.А. Чигрин // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2015. – №3. – С.113-117.
31. Зверева, Т. В. Корпоративное взаимодействие российских граждан в налоговой сфере: концептуальная модель и средства ее реализации как инновационного способа управления налоговыми отношениями: монография / Т. В. Зверева. – Ростов-н/Д. : Ростиздат, 2012. – 324 с.
32. Елистратов, А. А. Лексические средства отображения корпоративной культуры спортсменов: автореф. дис. канд. филол. наук: 10. 02. 19. / А.А. Елистратов. – Челябинск, 2005. – 24 с.
33. Ерофеева, Т. И. Социолект: стратификационное исследование: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 1995. – 32 с.
34. Иванова, М. Е. Организационная культура как фактор эффективности деятельности специалистов: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Иванова Мария Евгеньевна. – Уфа, 2007. – 20 с.
35. Ильина, О. С. Корпоративная культура как стратегический инструмент управления современной организацией: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Ильина Оксана Сергеевна. – Тюмень, 2007. – 27 с.
36. Иноземцева, Л. П. Отражение корпоративной культуры преподавателей вуза в языковом сознании носителей русской культуры: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Л. П. Иноземцева. – Челябинск, 2012. – 20 с.
37. Истомина, О. А. Социально-психологические особенности морских экипажей в условиях длительных рейсов / О. А. Истомина. // Транспорт Российской Федерации. – 2007. – №12. – С.41–43.
38. Каланов, Н. А. Военно-морской жаргон // Массовая культура на рубеже XX-XXI веков. Человек и его дискурс : Сб. научных трудов // Под ред. Ю. А. Сорокина, М. Р. Желтухиной; ИЯ РАН. – М.: Азбуковник, 2003.
39. Калмыков, Н. Н. Корпоративная культура как фактор социального управления в государственной гражданской службе / Н. Н. Калмыков // Перспективы науки. – 2012. – №4 (31). С. – 25–28.

40. Капитонов, Э. А., Капитонов А. Э. Корпоративная культура и PR. / Э. А. Капитонов, А. Э. Капитонов. – М. : ИКЦ, 2003. – 416 с.
41. Капитонов, Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. – М. : Альфа-Пресс, 2005. – 351 с.
42. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. / Ю.Н. Караулов. М.: Наука, 1987. – 264 с.
43. Карташова Л. В. Организационное поведение : учебник / Л. В. Карташова, Т. В. Никонова, Т. Ю. Соломанидина. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 220 с.
44. Карлофф, Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Б. Карлофф ; пер. с англ. под науч. ред. А. В. Приписной. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
45. Карпов А. В. Организационная культура: понятие и реальность / А.В. Карпов, И. М. Скитяева, Н. В. Волкова и др. – М.: Ин-т психологии РАН, 2002. – 350 с.
46. Кокин, А. С. Трудовые конфликты на судах «удобного» и отечественного флагов: позиции правительства, судовладельцев, моряков / А.С. Кокин. – М. : Волтерс Клувер, 2008. – 424 с.
47. Конталев, В. А. Анализ состояния и перспективы современного рынка труда моряков. Характеристика российского рынка труда моряков. / В.А. Конталев // Транспортное право. – 2005. – № 4. – С. 2-13
48. Коровушкин, В.П. Военный социолект в английской и русской просторечной лексикографии. / В.П. Коровушкин – Череповец : ЧТУ, 2005. – 62 с.
49. Коровушкин, В. П. Основы контрастивной социолектологии : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. / В.П. Коровушкин – Пятигорск, 2005а. – 50 с.
50. Косолапов, Н. А. Глобализация: новые международные условия морской деятельности российской Федерации. / Теория и практика морской деятельности. Серия научных публикаций под редакцией проф. Войтоловского Г. К. Выпуск 3. Развитие морской деятельности в условиях глобализации (материалы научной

конференции) – М.: СОПС, 2004. – с. 10 – 26. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ocean.mstu.edu.ru/theory/files/20120202_1436-2.pdf 68-76

51. Костыря И. А. Особенности конкурентоспособности человеческих ресурсов на морском рынке труда // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2017. — № 4 (106). С.148-151.

52. Кочетов А. И. Организация самовоспитания школьников : кн. для учителя. / А. И. Кочетов. Минск, 1990. – 120 с.

53. Красовский, Ю. Д. Социокультурные основы управления бизнес – организацией : учеб. пособие / Ю.Д. Красовский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 391 с.

54. Кричевский, Р. А. Если Вы руководитель: элементы психологии менеджмента повседневной работе / Р. А. Кричевский. – М.: Дело, 1996. – 384 с.

55. Крысин, Л. П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета / Л. П. Крысин // Русский язык в научном освещении. – 2001. – №1. – С. 90–106.

56. Кубиц, Г. В. Языковое сознание как составляющая профессионализации юриста / Г. В. Кубиц // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Право. – 2007. – № 9. – С.102–105.

57. Леонард, А. Д. Корпоративная культура управления персоналом железнодорожного транспорта: социологический анализ : автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Леонард Анастасия Дмитриевна. – М., 2005. – 24 с.

58. Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения : монография / О. А. Леонтович. – Волгоград : Перемена, 2002. – 435 с.

59. Лихачев, Д. С. Арготические слова профессиональной речи / Д.С. Лихачев // Статьи ранних лет (сб-к). Тверь : Тверское областное отделение Российского фонда культуры, 1993. – С. 95–138

60. Логвинов, А. М. Эволюция организационной культуры крупных промышленных предприятий России во второй половине XX – начале XXI века : Дисс. докт. социол. наук: 22.00.06. / А. М. Логвинов – Красноярск, 2007. – 50 с.

61. Львов, В. М. Типология организационной культуры в новых изменяющихся социально-экономических условиях / М. Н. Львов, О. В. Нагиева // Журнал практического психолога. – 2007. – № 4. – С. 8–27.
62. Лукашевич, Е. В. Профессиональная культура в вузе: коммуникация, система ценностей, этика / Е. В. Лукашевич, Н. А. Кузнецова // Мир науки, культуры, образования. – 2008. – № 5(12). – 2008. – С. 89–93
63. Магура, М. И. Организационная культура / М. И. Магура, М.Б. Курбатова // Организационное поведение : хрестоматия / Ред.-сост. Д.Я. Райгородский. – Самара : БАХРАХ-М, 2006. – 751 с.
64. Макеев, В.А. Структура корпоративной культуры организации / В.А. Макеев // Власть. –2010. –№7. – С. 59-69.
65. Максимова Лариса Николаевна. Профессиональная культура в российском контексте социальных трансформаций: автореф. дис. ... доктора социологических наук: 22.00.06 / Максимова Лариса Николаевна. – Саратов, 2013. – 35 с.
66. Мансуров В. А. Конструирование новых статусных позиций в процессе профессионализации / В. А. Мансуров, О. В. Юрченко // Модернизация социальной структуры российского общества / Отв. ред. З.Т. Голенкова. М.: Ин-т социологии РАН, 2008. – С. 139–156.
67. Марковина И. Ю. Профессиональный образ мира: теоретические и экспериментальные подходы / И. Ю. Марковина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. Педагогические науки. – 2010. – Вып. 12, № 591. – С. 38–45
68. Мильнер Б. З. Теория организации: учебник / Б. З. Мильнер. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 480 с.
69. Могутнова, Н. Н. Корпоративная культура / Н. Н. Могутнова // М : Прогресс. – 2005. – С. 133.
70. Могутнова, Н. Н. Корпоративная культура: понятие, подходы / Н.Н. Могутнова // Социологические исследования. – 2005. – № 4. – С. 130–136.

71. Модель, И. М. Профессиональная культура муниципального депутата: теоретико-социологический анализ / И.М. Модель. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 1993. – 185 с.
72. Немировский, В. Г. Социология человека: от неклассических к постнеклассическим подходам. 2-е изд., перераб. и доп. / В. Г. Немировский, Д. Д. Неви́рко. – М.: «УРСС», 2007. – 400 с.
73. Одегов Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах. 2-е изд. перераб и доп. / Ю. Г. Одегов. – М.: Альфа-Пресс, 2008. – 944 с.
74. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие / Т. Н. Персикова. – М.: Логос, 2004. – 224 с.
75. Петрова О. В. Организационная культура как фактор развития инновационного университета. / О. В. Петрова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – №4 (1). – С. 12–18.
76. Покровская Н. Н. Нормативная и ценностная регуляция экономического поведения российских работников / Н. Н. Покровская // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2008. – Том XI, № 3. – С. 100–110.
77. Питерс Т. Основы. Лидерство: пер. с англ. / Т. Питерс. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в С.-Петербурге, 2006. – 160 с.
78. Подлесных В. И. Менеджмент./ В. И. Подлесных. // СПб. : Бизнес-пресса, 2002. – 467 с.
79. Потемкин В. К., Покровская Н. Н., Спивак В. А. Организационная культура : учебник для вузов. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 332 с.
80. Пригожин А. И. Методы развития организаций / А.И. Пригожин. – М.: МЦФЭР, 2003. – 864 с.
81. Романов, П. В. Социология менеджмента и организаций: учеб. пособие / П. В. Романов. – Ростов н/Д. : Феникс, 2004. – 288 с.
82. Рюттингер Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер. – М. : ЭКОМ, 1992. – 238 с.

83. Сащенкова, Н. Н. Организационная культура и ее влияние на эффективность организации [Электронные ресурсы] / Н. Н. Сащенкова. – Обнинск, 2001 – Режим доступа: www.countries.ru/library/orgculture/def3.htm
84. Селютин, А. А. Корпоративная культура вуза как совокупность текстов: лингвокультурологический анализ: дис.... канд. филол. наук: 10.02.19 / А. А. Селютин. – Челябинск, 2007. – 176 с.
85. Синецкий, В. П. О совершенствовании государственного механизма управления морской деятельностью в Российской Федерации. / Г.К. Войтоловский, Н. А. Косолапов, В. П. Синецкий. Стратегия: импульсы к разработке. Выпуск 9. «Теория и практика морской деятельности» – серия научных публикаций под редакцией проф. Войтоловского Г. К. – М.: СОПС, 2005. – 137 с.
86. Словарь социолингвистических терминов / М., 2006. – 312 с.
87. Солнышкина, М. И. Профессиональный морской язык. / М.И. Солнышкина. – М. : Academia. 2005а. – 256 с.
88. Солнышкина, М. И. Словарь морского языка / М.И. Солнышкина – М. : Academia, 2005б. – 279 с.
89. Соломанидина, Т. О. Организационная культура компании: учеб. пособие / Т. О. Соломанидина. – М. : ООО «Журнал управление персоналом», 2003. – 456 с.
90. Спивак, В. А. Корпоративная культура: Теория и практика / В.А. Спивак. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.
91. Субочев Н. С. Организационная культура государственной гражданской службы субъекта Российской Федерации как фактор социального развития региона : диссертация ... доктора социологических наук : 22.00.08 / Субочев Николай Сергеевич. – Волгоград, 2006. – 325 с.
92. Тесакова Н. В. Миссия и корпоративный кодекс. / Н.В. Тесакова. – М. : РИП-Холдинг. 2003. – 188 с .
93. Тихомирова, О. Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. заведений / О.Г. Тихомирова. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 151 с.

94. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э.Тоффлер: Пер. с англ. – М. : «Издательство АСТ», 2002. – 557 с.
95. Тощенко, Ж. Г. Новый взгляд на понятие «корпоративная культура» [Электронный ресурс] / Ж. Г. Тощенко, Н. Н. Могутнова Н.Н. – Режим доступа: www.library.tomsk.ru
96. Томилов, В. В. Культура предпринимательства: учебник / В.В. Томилов. – СПб. : Питер, 2000. – 368 с.
97. Усманов, Б. Ф. Стиль управления: методологические и социологические аспекты / Б. Ф. Усманов. – М.: ИНФРА, 1993. – 203 с.
98. Фалькова, Е. Г. Межкультурная коммуникация в основных понятиях и определениях: метод. пособие / Е. Г. Фалькова. – СПб. : Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. – 77 с.
99. Франц, А. С. Корпоративная культура университета (этико-аксиологический аспект) / А. С. Франц // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2. – С. 26–30.
100. Фролов, С. С. Социология организации. / С.С. Фролов. – М. : Гардарики, 2001. – 384 с.
101. Харченко, Е. В. «Организационная лингвистика»: миф или реальность? / Е.В. Харченко Л.А. Шкатова // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение. – 2009. – №17 (155). – С. 90–94.
102. Ханевич, А. П. Организационная культура высшего учебного заведения в современной России : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 / Ханевич Анна Петровна. – Ставрополь, 2009. – 173 с.
103. Чернец, Е. В. Корпоративная культура государственной службы: социолингвистический и лингвокультурный подходы: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е. В. Чернец. – Челябинск, 2011. – 17 с.
104. Черных, Е. А. Типологии организационных культур [Электронный ресурс] / Е. А. Черных. – Режим доступа: [http://corpulture.ru / content / klassifikatsiya-tipologii-organizatsionnoi-kultury](http://corpulture.ru/content/klassifikatsiya-tipologii-organizatsionnoi-kultury)

105. Чилимова, Г. А. Корпоративный аспект в морской отрасли. / Г.А. Чилимова // Морская отрасль в контексте социальных процессов: технологии, риски, ценности: материалы международной научно-практической конференции. – Керчь, 2015. – С. 75–78.

103. Царицынский, В. В. Корпоративная культура как фактор мотивации работников предприятий железнодорожного транспорта в условиях реформирования: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.08 / Царицынский Владислав Викторович. – Саратов, 2003. – 16 с.

104. Шарлай В. Б. Проблемы социальной адаптации в условиях работы в море и факторы ее успешности / В.Б Шарлай // Научные труды Дальрыбвтуза. Серия: Социологические науки. – 2009. – С. 76-79.

105. Шевченко, Д. Б. Корпоративная культура приватизированных крупных промышленных предприятий в современной России: социологический анализ: автореферат дис. ... канд. социол. наук: 22.00.04. / Д.Б. Шевченко. – М. – 2008. – 15 с.

106. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство: учебник / Э.Х. Шейн. пер. с англ.; под ред. Т.Ю. Ковалевой. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 330 с.

107. Щербина, С. В. Организационная культура в западной традиции: природа, логика формирования и функции / С В. Щербина // Социс. – 1996. – № 7. – С. 47–55.

108. Шольц, К. Организационная культура: между иллюзией и реальностью / К. Шольц // Международный журнал «Проблемы теории и практики управления». – 1995. – № 3. – С. 111–114.

109. Элвессон, М. Организационная культура: пер. с англ. / М. Элвессон. – Харьков : Гуманитарный Центр, 2005. – 458 с.

110. Яковенко, М. Л.. Морская и рыбохозяйственная отрасли: от выбора профессии до профессиональной реализации / М.Л. Яковенко, М.А. Никонорова, О.В. Бабина, О.М. Озаркив; науч.ред. М.Л. Яковенко – Керчь: ФГБОУ ВО

«КГМТУ», 2018. – 104 с. Режим доступа: <https://www.kgmtu.ru/wp-content/uploads/2019/01/Monografiya-25.09.2018.pdf> (дата обращения: 02.03.2021)

111. Ackroyd, S. Can Culture be managed? Working with raw material: The case of the English slaughtermen / S. Ackroyd, P. Crowdy, // *Personnel Review*. – 1990. – Vol. 19 (5). – P. 3–13.

112. Albert, S. Organizational identity / S. Albert, D. Whetten. // Cummings, L.L. and Staw, B.M. (Eds), *Research in Organizational Behavior*. JAI Press, Greenwich, CT. – 1985. – Vol. 7. – P. 263–95.

113. Alderton, T. The global seafarer: Living and working conditions in a globalized industry // T. Alderton, M. Bloor, E. Kahveci, // Geneva, Switzerland : International Labour Office, 2004. – 208 p.

114. Ali, A. Islamic perspectives on management and organization / A. Ali. – Cheltenham, UK : Edward Edgar, 2005. – 272 p.

115. Alvesson, M. Understanding Organisational Culture / M. Alvesson. – London : Sage Publications Ltd, 2002. – 214 p.

116. Antonsen, S. Safety Culture and the Issue of Power / S. Antonsen // *Safety Science*. – 2009a. – Vol. 47. – P. 183–191.

117. Amante, M. S. V. Industrial democracy in the rough seas: The case of Philippine seafarers / M. S. V. Amante // *Proceedings of the Annual Meeting of the Industrial Relations Research Association*. San Diego, CA: Industrial Research Association. – 2004. – Vol. 56. – P. 81–89.

118. Anthony, P. D. Managing Culture / P. D. Anthony. – Milton Keynes: Open University Press. Google Schola, 1994. – 98 p.

119. Argyris, C. Double Loop Learning in Organizations / C. Argyris // *Harvard Business Review*. – 1977. – September-October. – P. 115–124.

120. Argyris C. Organizational Learning: A Theory Action Perspective / C. Argyris, D. Schon // Addison Wesley, Reading. Google Scholar – 1978. – Vol. 173. – P. 5.

121. Ashfort, B. E. Social identity theory and the organization / B.E. Ashfort, F. Mael. // *Academy of Management Review*. – 1989. – Vol. 14. – P. 20–39.

122. Ashkanasy, N. M. Questionnaire measures of organizational culture / N. M. Ashkanasy, L. E Broadoot, S. Falkus. // N. N. Ashkanasy, C. Wilderom, M.F. Peterson (Eds.). *The handbook of organizational culture and climate*. Newbury Park, CA : Sage. – 2000. – P. 131–146.
123. Ashmore, R. D. An organizing framework for collective identity: Articulation and significance of multidimensionality / R.D. Ashmore, K. Deaux, T. McLaughlin-Volpe // *Psychological Bulletin*. – 2004. – Vol. 130 (1). – P. 80–114.
124. Baker, E. L. Managing organisational culture / E. L. Baker. // *Management Review*. – 1980. – Vol. 69. – P. 8–13.
125. Barley, S. Design and devotion: surges of rational and normative ideologies of control in managerial discourse / S. Barley, G. Kunda // *Administrative Science Quarterly*. – 1992. – Vol. 37 (37). – P. 363-399.
126. Barley, S. Cultures of culture: academics, practitioners and the pragmatics of normative control / S. Barle, G. Meyer, D. Gash // *Administrative Science Quarterly*. – 1988. – Vol. 33 (1). – P. 24-60.
127. Barney, J. B. Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? / J. B Barney / *The Academy of Management Review*. – 1986. – Vol.11 (3). – P. 656–665.
128. Bartłomiejski, R. Multicultural Crews in Global Shipping Industry / R. Bartłomiejski; in Kozlova, O., Kołodziej-Durnaś, A. (eds.). *Cultural Diversity as a Source of Integration and Alienation – Nations, Regions, Organizations*, Szczecin : *Economicus & University of Szczecin*, 2011. – P. 248.
129. Benton, G. Multicultural crews and the culture of globalization. / G. Benton // *International Association of Maritime Universities Journal*. – 2006. – Vol. 4(2). – P. 17–21.
130. Berg, N. The Impact of Ship Crews on Maritime Safety / N. Berg, J. Storgård, J. Lappalainen. // *Publications of the centre for maritime studies*, Turku : University of Turku. – 2013 – P. 45, available at: <http://mkkdok.utu.fi/pub/A64-impact%20of%20crews%20on%20safety.pdf>,

131. Bhattacharya, S. How well does the safety code really work? / S. Bhattacharya // *The Sea*. – 2006. – Vol. 176. – P. 4.
132. BIMCO/ISF Manpower Update, Summari Report. April. – 2016.
133. Blau, P. Formal Organizations: A Comparative Approach / P. Blau, W. Scott // Chandler, Toronto, Ontario, 1962. – 344 p.
134. Brewis, J. Culture / J. Brewis; in D. Knights and H. Wilmott (eds.) *Introducing organisational behaviour and management*. London : Thomson. – 2007. – P. 344–374.
135. Brown, R. *Organisational Culture* London: Pitman Publishing. / L. Hartmann, M. Patrickson, R. Brown // Journal of Management & Organization, Cambridge University Press. – 1995. – Vol. 1(1). – P. 56–57.
136. Burke, P. *Popular Culture in Early Modern Europe* / P. Burke. – Aldershot, Ashgate, 1996. – 472 p.
137. Cameron, K. Culture, Congruence, Strength and Type: Relationship to Effectiveness / K. Cameron, S. Freeman // *Research in Organizational Change and Development*. – 1991. – Vol. 5. – P. 23–58
138. Cameron, K. *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* / K. Cameron, R. Quinn. – Reading, Mass : Addison Wesley, 1999. – XVIII, 221 p.
139. Chatman, J. Matching people and Organizations: Selection and socialization in public accounting firms / J. Chatman // *Administrative Science Quarterly*. – 1991. – Vol. 36. – P. 459–484.
140. Cooper, M. D. Towards a model of safety culture / M. D. Cooper // *Safety Science*. – 2000. – Vol. 36. – P. 111–136.
141. Daft, R. *The New Era of Management* / R. Daft. – South-Western College Publishing; International ed of 10th revised ed, 2011. – 704 p.
142. Deal T. E. *Corporate cultures: the rites and rituals of corporate life* / T. Deal, A. Kennedy. – Reading, Mass.: Addison-Wesley Publishing Co., 1982. – 232 p.

143. De Jonge, J. H. M. Three Levels of Culture (Schein) / J. H. M. De Jonge // 12manage B.V. The Netherlands [online]. – 2006. Available: http://www.12manage.com/methods_schein_three_levels_culture.html [2017, July 10]
144. Denison, D. What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native's point of view on a decade of paradigm wars / D. Denison // *Academy of Management Review*. – 1996. – Vol. 21. – P. 619–654.
145. Dennis, D. Mariners and Masculinities: Gendering Work, Leisure and Nation in the German-Atlantic Trade, 1884—1914 / D. Dennis, A. Beyerchen. – Ohio : The Ohio State University, 2011. – 386 p.
146. Deshpandé, R. Corporate culture, customer orientation and innovativeness in Japanese firm: a quadrad analysis / R. Deshpandé, J. Farley, F. Webster // *Journal of Marketing*. – 1993. – Vol. 57. – P. 23–27.
147. Det Norske Veritas. Corporate social responsibility in shipping: Guidance for shipping companies / Oslo, Norway : Author. – 2004 a. – Tech. Rep. No. 2001 – 1536. – P. 1536.
148. Det Norske Veritas. Demands on classification societies / Paper presented at the Prevention First 2004 Symposium, Oslo, Norway. – 2004b. – P. 26.
149. Drennan, D. Transforming Company Culture / D. Drennan. – London : McGraw-Hill, 1992. – 320 p.
150. Durkheim, E. Suicide: A Study in Sociology / E. Durkheim. – New York : Free Press, 1966 [1897], – 374 p.
151. Durkheim, E. The Rules of the Sociological Method / E. Durkheim. – New York : Free Press, 1982 [1938], – 264 p.
152. Easterby-Smith, M. Evaluating the Development of Corporate Cultures: A Case for Naturalistic Methods? / M. Easterby-Smith // *Management Education and Development*. – 1988. – Vol. 19 (2). – P. 85-99.
153. Ek, Å. Safety culture in sea and aviation transport / A. Ek. – Research output: Thesis Doctoral Thesis. Lund University, Sweden, 2006. – 149 p.
154. Ek, Å. Safety culture on board six Swedish passenger ships / A. Ek, R. Akselsson // *Maritime Policy and Management*. – 2005. – Vol. 32. – P. 159–176.

155. Ekow Manuel, M. Safety-related organizational learning and risk construal in shipping companies / M. Ekow Manuel. - Malmö, Sweden : World Maritime University, 2009. – 419 p.

156. Eldridge, J. A sociology of organisations / J. Eldridge, A. Crombie. – London : George Allen & Unwin, 1974. – 218 p.

157. Ellis, N. Fatalities at sea / N. Ellis, H. Sampson, E. Wadsworth // seafarers' international research centre symposium proceedings. Cardiff: seafarers international research centre (sirc), Cardiff university, 2011, 6-7 jule.

158. Flamholtz, E. Corporate culture and the bottom line / E. Flamholtz // European Management Journal. – 2001. – Vol. 19 (3). – P. 268–275.

159. Froholdt, L. CSR awareness program to enhance capacity building in good governance of multi-cultural employees and safe operations / L. Froholdt, M. Baldauf, M. Progolaki. – Good Governance of Multi-cultural Safety (PGMS) Theme: Corporate Social Responsibility (CSR) in Shipping, 2014. – 15 p.

160. Furnham, A. Corporate Assessment / A. Furnham, B. Gunter. – London : Routledge, 1993. – 23 p.

161. Fury, C.A. Tides in the Affairs of Men: the social History of Elizabethan Seamen, 1580-1603 / C.A. Fury. – Westport. Greenwood Press, 2002. – 299 p.

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

163. Gerstenberger, H. Cost elements with a soul. Proceedings of International Association of Maritime Economists / H. Gerstenberger // International Conference, 2002. Panama, http://www.eclac.cl/Transporte/perfil/iame_papers/papers.asp (дата обращения: 29.03.2019).

164. Gesteland, R. Cross-Cultural Business Behavior – Marketing, Negotiating, Sourcing and Managing Across Cultures / R. Gesteland. – Copenhagen Business School Press, 2002. – 347 p.

165. Glendon, A. Perspectives on safety culture. / A. Glendon, N. Stanton // Safety Science. – 2000. – Vol. 34. – P. 193–214.

166. Glick, W. H. Conceptualizing and measuring organizational and psychological climate: pitfalls in multi-level research / W. H. Glick. // *Academy of Management Review*. – 1983. – Vol. 10 (3). – P. 601–616.
167. Graham Carolyn A. E. The role of an education in the behavioural sciences towards contributing to the safety culture of the maritime industry / Carolyn A E. Graham. – World Maritime University Malmö, Sweden, 2008. – 177 p.
168. Haggett, P. *Geography: A Modern Synthesis* / P. Haggett. – New York, NY : Harper & Row, 1975. – 620 p.
169. Hall, E. *Bezgłośny język*, / E. Hall. – Państwowy Instytut Wydawniczy, 1987. – 196 p.
170. Handy, C. *Understanding Organizations* / C. Handy – London-UK : Penguin Books Ltd, 4th Edition, 1993. – 433 p.
171. Hannerz, U. *Cosmopolitans and Locals in World Culture* / U. Hannerz; in: Featherstone, M. (ed.) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. – London : Sage Publications Ltd, 1990. – P. 237- 252.
172. Hanninen, H. *Negotiated risks: The Estonia accident and the stream of bow visor failures in the Baltic ferry traffic* / H. Hanninen. – Helsinki, Finland : Helsinki School of Economics, 2007. – 352 p.
173. Hanninen, H. *Risk Regulation in the Baltic Sea Ferry Traffic* / H. Hanninen // *Science, Technology, & Human Values*. – 2008. – Vol. 33 (6). – P. 283–706.
174. Hansen, H. *Hospitalisations among seafarers on merchant ships* / H. Hansen, F. Tüchsen, H. Hannerz // *Occupational Environmental Medicine*. – 2005. – Vol. 62. – P. 145–150.
175. Harris, P. *Managing Cultural Differences* / P. Harris, R. Moran. – N.Y.: Gulf Publishing Company, 2007. – 609 p.
176. Harris, L. *The unintended consequences of culture interventions: A study of unexpected outcomes* / L. Harris, E. Ogbonna. // *British Journal of Management* – 2002. – Vol. 13 (1). – P. 31–49.
177. Harrison, R. *Understanding your organization's character* / R. Harrison // *Harvard Business Review*. – 1972. – May-June. – P. 119–128.

178. Harisalo R. Organisaatioteoriati / R. Harisalo. – Tampere : Tampere University Press, 2008. – 332 p.
179. Hartnell, C. Organizational culture and organizational effectiveness: A meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions / C. Hartnell, A. Ou, A. Kinicki // *Journal of Applied Psychology*. – 2011. – Vol. 96 (4). – P. 677–694.
180. Haukelid, K. Theories of (Safety) Culture revisited – An anthropological approach / K. Haukelid // *Safety Science*. – 2008. – Vol. 46. – P. 413-426.
181. Håvold, J. Measuring occupational safety: from safety culture to safety orientation? / J. Håvold // *Policy and Practice in Health and Safety*. – 2005a. – Vol. 03 (1). – P. 85–105.
182. Håvold, J. National cultures and safety orientation: A study of seafarers working for Norwegian shipping companies / J. Håvold // *Work & Stress*. – 2007. – Vol. 21 (2). – P. 173.
183. Hofstede, G. Motivation, Leadership and Organisation: Do American theories apply abroad? / G. Hofstede // *Organizational Dynamics*. – 1980. – Summer. – P. 42–63.
184. Hofstede, G. Culture's consequences: International differences in work-related values / G. Hofstede. – Beverly Hills, CA: Sage, 1980. – 328 p.
185. 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.
186. Hofstede, G. Cultural constraints in management theories / G. Hofstede // *Academy of Management Executive*. – 1993. – Vol. 7(1). – P. 81–94.
187. Hofstede, G. Cultures and organizations: Software of the mind. Interculture co-operation and its importance for survival / G. Hofstede. – London, UK: McGraw-Hill, 1997. – 279 p.
188. Hofstede, G. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations / G. Hofstede. – London, UK : Sage, 2001. – 596 p.

189. Hofstede, G. Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations / G. Hofstede. London, UK : Sage, 2001. – 596 p.
190. Hofstede, G. Organisation Culture / G. Hofstede in A. Sorge (ed.) Organization, London : Thomson Learning. – 2002. – P. 68–91.
191. Horck, J. An analysis of decision-making processes in multicultural maritime scenarios / J. Horck // Maritime Policy and Management. – 2004. – Vol. 31. – P. 15–29.
192. Horck, J. Getting the best from multicultural manning / J. Horck // BIMCO Bulletin. – 2005. – Vol. 100. – P. 28–36.
193. Horck, J. A mixed crew complement: A maritime safety challenge and its impact on maritime education and training / J. Horck. – Malmö, Sweden : World Maritime University, 2006. – 276 p.
194. Horck J. Cultural and gender diversities affecting the ship/port interface / Jan Horck – ISPIC : Bremen, 2008. – 18 p.
195. Horck, J. Meeting diversities in maritime education. / J. Horck. – Malmö, Sweden : A blend from World Maritime University, 2010. – 278 p.
196. Horne, J. Counteracting driver sleepiness: Effects of napping, caffeine and placebo / J. Horne, L. Reyner. // Psychophysiology. – 1996. – Vol. 33. – P. 306–309.
197. House, R. Leaderships and Organizations: The Globe Study of 62 Societies / R. House, P. Hanges, M. Javidan. – London: SAGE Publications, 2004. – 848 p.
198. Hu, F. Tackling the challenges of multicultural crewing practices in the shipping industry: an approach to enhancing cultural awareness among crew / F. Hu. – Malmö, Sweden : World Maritime University, – 2017. – 82 p.
199. Huczynski, A. Organisational Behaviour: An Introductory text / A. Huczynski, D. Buchanan. – (4th Edn). London : Prentice Hall, 2001. – 916 p.
200. Hughes, T. The use of English as a Standard marine language in ship to ship and ship to shore communications / T. Hughes; in J. Vainio (Ed.), The Second International Conference On Maritime Terminology. // Turku, Finland : University of Turku, Centre for Maritime Studies. – 2000. – P. 17–23.

201. Jaffee, D. *Organization Theory: tension and change.* / D. Jaffee. – New York : McGraw-Hill International Editions, 2001. – 335 p.
202. Jaques, E. *The changing culture of a factory* / E. Jaques. – New York : Dryden Press, 1952. – 251 p.
203. Jeffcutt, P. *From interpretation to representation.* / P. Jeffcutt // in J. Hassard and M. Parker (eds). *Postmodernism and Organizations.* London : Sage. – 1993. – P. 25–48.
204. Jelinek, M. *A Code of Many Colors.* / M. Jelinek, L. Smircich, P. Hirsch. // *Administrative Science Quarterly.* – 1983. – Vol. 28(3). – P 331–228.
205. Johnson, G. *Exploring corporate strategy* / G. Johnson, K. Scholes. – Text and Cases, Hemel Hempstead : Prentice-Hall, 1993. – 733 p.
206. Kahveci, E. *The formation and maintenance of transnational seafarer communities* / E. Kahveci, T. Lane, H. Sampson. – Cardiff. UK : University of Wales, 2001. – 17 p.
207. Kahveci, E. *Findings from the Shipboard Based Study of Mixed Nationality Crews* / E. Kahveci, H. Sampson. // In *Proceedings of the Seafarers' International Research Centre's Second Symposium.* June. Cardiff, UK : Cardiff University. – 2001. – P. 39–60
208. Kilmann R. *Issues in Understanding and Changing Culture* / R. Kilmann, M. Saxton // *California Management Review.* – 1986. – Vol. 28 (2). – P. 87–94.
209. Knudsen, F. *Paperwork at the service of safety? Workers' reluctance against written procedures exemplified by the concept of «seamanship».* / F. Knudsen. // *Safety Science.* – 2009. – Vol. 47. – P. 295–303.
210. Knudsen, F. *The consequence of «culture's consequences»: A critical approach to culture as collective programming applied to cross-cultural crews.* / F. Knudsen, L. Froholdt // *WMU Journal of Maritime Affairs.* – 2009. – Vol. 8. – P. 105–121.
211. Kroeber, *Culture: A critical review of concepts and definitions* / A. Kroeber, C. Kluckhohn. - Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers 47. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1952. – 223 p.

212. Lane, T. The global seafarers' labour market: Problems and solutions / T. Lane // Cardiff, UK : University of Wales. Unpublished paper, October. – 2000.
213. Lane, T. Study looks at mixed nationality crews. / T. Lane // *The Sea*. – 2001. – Vol. 153. – P. 4–5.
214. Lane, T. Crewing the international merchant fleet / T. Lane, B. Obando-Rojas, B. Wu, A. Tasiran. – London, UK : Lloyd's Register-Fairplay. – 2002.
215. Lappalainen, J. Transforming maritime safety culture: Evaluation of the impacts of the ISM Code on maritime safety culture / J. Lappalainen // Finland Turku, Finland : University of Turku. – 2008. – No. A46. – 56 p.
216. Lappalainen, J. Safety culture and maritime personnel's safety attitudes (Interview report) / J. Lappalainen, K. Salmi // Turku, Finland : University of Turku. – 2009. – No. A48. – 61 p.
217. Leggate, H. The economics of the seafaring labourmarket. / H. Leggate, J. McConville. // *The Handbook of Maritime Economics and Business*, edited by C. T.Grammenos. London Hong Kong : LLP. – 2002. – P. 443–468.
218. Lewarn, B. Maritime education and training-the future is now! / B. Lewarn // *Proceedings of the Second General Assembly. International Association of Maritime Universities, 2-5 October 2001, Awaji Yumebutai (Awaji Dream Stage) International Conference Center, Kobe, Japan* : Kobe University of Mercantile Marine. – 2001. – P. 207–212.
219. Linstead, S. *Managing Culture* / L. Fulop and S. Linstead (eds.), *Management: A Critical Text* // Basingstoke : Macmillan Press. – 1999. – P. 82–122.
220. Linstead, S. On reading organization culture. / S. Linstead, R. Grafton-Small // *Organization Studies*. – 1992. – Vol. 13 (3). – P. 331–355.
221. Linstead, S. Gender in change: gendering change / S. Linstead, J. Brewis, A. Linstead // *Journal of Organizational Change Management*. – 2005 – Vol. 18(6). – P. 542–560.
222. Ljung, M. Function Based Manning and Aspects of Flexibility. M. Ljung // *WMU Journal of Maritime Affairs*. – 2010. – Vol. 9 (1). – P. 121–133.

223. Lok, P. The effect of organisational culture and leadership style on job satisfaction and organisational commitment / P. Lok, J. Crawford // *Journal of Management Development*. – 2004. – Vol. 23 (4). P. 321-338.
224. Lu, C. Effects of national culture on human failures in container shipping: The moderating role of Confucian dynamism / C. Lu, K. Lai, Y. Lun, T. Cheng // *Accident Analysis & Prevention*. – 2012. – Vol. 49. – P. 457–469.
225. Mallak, L. A. Diagnosing culture in health-care organizations using critical incidents / L. A. Mallak, D. M. Lyth, S. Olson, D., S. M. Ulshafer, F.J. Sardone // *International Journal of Health Care Quality Assurance*. – 2003. – Vol.16 (4). – P. 180–190.
226. Mannion, R. Cultural characteristics of “high” and “low” performing hospitals / R. Mannion, H. Davies, M. Marshall *MN Journal of Health Organization Management*. – 2005. – Vol. 19 (6). – P. 431–439.
227. Manuel, M. E. Beyond rules, skills and knowledge: Maritime education and training for optimised behaviour / M. E. Manuel // Unpublished Master’s Thesis. World, 2005, – 127 p.
228. Manuel, M. E. Safety culture: Introduction/overview / M. E. Manuel // *Maritime Administration Seminar*. World Maritime University. Malmö, Sweden., 2007. – August 29.
229. Martin J. Organizational culture and counterculture: An uneasy symbiosis / J. Martin, C. Siehl // *Organizational-Dynamics*. – 1983. – Vol. 12 (2). – P. 52–64.
230. Martin, J. *Organizational Culture: Mapping the Terrain* / J. Martin. – London : Sage, 2002. – 402 p.
231. Maznevski, M. L. Cultural Dimensions at the Individual Level of Analysis / M. L. Maznevski, J. J. DiStefano, C. B. Gomez, N. G Noorderhaven, P.Wu // *The Cultural Orientations Framework, International Journal of Cross-Cultural Management*. – 2002. – Vol. 2 (3). – P. 275–295.
232. McLean A. Intervening in cultures / A. McLean, J. Marshall // *University of Bath Working paper* – 1993. – P. 10–25.

233. Merton, R. K. Bureaucratic structure and personality / R. K Merton // in *Social Theory and Social Structure*, revised and enlarged edition. New York : Free Press. – 1968. – P. 249–260.

234. Meyer, J. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony / J. Meyer, B. Rowan // *American Journal of Sociology*. – 1997. – Vol. 83. – P. 340–363.

235. Meyer, A. D. Configurational approaches to organizational analysis / A.D. Meyer, A.S. Tsui, C. R. Hinings // *Academy of Management Journal*. – 1993. – Vol. 36 (6). – P. 1175–1195.

236. Meyerson, D. Cultural change and integration of three different views / D. Meyerson, J. Martin // *Journal of Management Studies*. – 1987. – No. 24. – P. 623–647.

237. Michon, C. La dynamisation sociale / C. Michon, P. Stern. – P.: Ed. d'organisation, 1985. – 256 p.

238. Morgan G. Images of Organization / G. Morgan. – Beverly Hills, California : Sage, 1986. – 423 p.

239. Morgan, G. Images of Organization / G. Morgan. – (2nd Edn), London : Sage, 1997. – 485 p.

240. McAuley, J. Organization Theory: Challenges and Perspectives / J. McAuley, J. Duberley, P. Johnson. – England: Pearson Education Ltd, 2007. – 473 p.

241. McKinnon, J.L. Organizational culture: Association with commitment, job satisfaction, propensity to remain, and information sharing in Taiwan / J.L. McKinnon, G.L. Harrison, C.W. Chow, A. Wu // *International Journal of Business Studies*. – 2003. – Vol. 11. – P. 25–44.

242. National Maritime Polytechnic. Mixed nationality crews: The Filipino seafarers experience. – Leyte, Philippines : Author, 2006.

243. Nielsen, D. Deaths at sea: A study of fatalities on board Hong Kong-registered merchant ships (1986– 95) / D. Nielsen // *Safety Science*. – 1999. – Vol. 32. – P. 121–141.

244. Nik Mustapha Nik Hassan. Management principles from the Islamic perspectives. *Quality Standard from the Islamic Perspective / Nik Mustapha Nik Hassan // Mazilan Musa & Shaikh Mohd Saifuddeen Shaikh Mohd Salleh. IKIM. – 2005. – P. 124-141.*
245. Ornitz, B. E. Sustainable shipping: The benefits of the “safety culture” far outweigh the costs / B. E. Ornitz // Paper presented at the International Oil Spill Conference: Liability and Cost, Tampa, Florida. – 2001. – Vol. 2. – P. 839–843.
246. Ouchi W. G. Theory «Z»: How American business can meet the Japanese challenge / W. G. Ouchi. – Reading, Mass.: Addison-Wesley, 1981. – 218 p.
247. Østreng, D. Does togetherness make friends? Stereotypes and intergroup contact on multiethnic-crewed ships / D. Gerstenberger – Vestfold College Publication Series, Tønsberg, Norway, 2001. – 18p.
248. Pacanowski M. Communication and organizational culture / M. Pacanowski, N. O'Donnel-Trujillo // *The western journal of speech communication.* – 1982. – Vol. 46. – P. 115–130.
249. Parker, M. Post-modern organizations or postmodern organization theory? / M. Parker // *Organization Studies.* – 1992. – Vol. 13 (1). – P. 1-17.
250. Parker, M. *Organizational Culture and Identity / M. Parker.* – London : Sage, 2000. – 273 p.
251. Peters, T. J. Symbols, patterns and settings, / T. J. Peters // *Organizational Dynamics.* – 1978. – Vol. 9 (2). – P. 3-23.
252. Pettigrew, A. On studying organisational cultures / A. Pettigrew // *Administrative Science Quarterly.* – 1979. – Vol. 24. – P. 570–581.
253. Pfeffer, J. *Power in Organizations / J. Pfeffer* – Pitman Publication. Marshfield, Massachusetts, 1981. – 134 p.
254. Pidgeon, N. F. Safety culture and risk management in organizations / N.F Pidgeon // *Journal of Cross-Cultural Psychology.* – 1991. – Vol. 22. – P. 129–140.
255. Prasad, R. From compliance culture towards safety culture SPIC, Бремен 19-21 мая 2008 года. – 7 p. <http://web.deu.edu.tr/maritime/imla2008/Papers/1.pdf>

256. Progoulaki, M. Management of multi-cultural crews in tramp shipping industry (Unpublished MSc thesis). / M. Progoulaki // University of the Aegean Business School, Chios, Greece. – 2003.

257. Progoulaki, M. Reinforcement Program of Human Research Manpower (PENED): Dealing with the culture of the maritime manpower in a socially responsible manner / M. Progoulaki. – Chios, Greece : University of the Aegean, 2006. – 15 p.

258. Progoulaki, M. Factors affecting the practice of the seafarer's profession in a multicultural context / M. Progoulaki, F. Knudsen, I. Theotokas // Paper presented at the 12th International Conference in Maritime Transport, Barcelona, Spain. – 2006. – May 16-19. – P. 899–909.

259. Pyne, R. Methods and means for analysis of crew communication in the maritime domain. / R. Pyne, T. Koester // Archives of Transport. – 2005. – Vol. 17. – P. 193–208.

260. Rashid, Z. The influence of corporate culture and organisational commitment on performance / Z. Rashid, M. Sambasivan, J. Johari // The Journal of Management Development. – 2003. – Vol. 22 (7/8). – P. 708–728.

261. Reason, J. Managing the risks of organizational accidents. / J. Reason. – New York, NY : Ashgate, 1997. – 253 p.

262. Richard, O. C. Antecedents and consequences of psychological contracts: Does organizational culture really matter? / O.C. Richard, A. McMillan-Capehart, S.N. Bhuian, E.C. Taylor // Journal of Business Research. – 2009. – Vol. 62. – P. 818–825.

263. Robbins S. P. Organizational Behavior / S. P. Robbins, T. A Judge. – 15th Ed. – Prentice Hall, 2012. – 720 p.

264. Rodríguez, J. L. Work-related accidents in the maritime transport sector / J. L. Rodríguez // Journal of Navigation. – 2007. – Vol. 60. – P. 303–313.

265. Rohlen, T. P. For Harmony and Strength: Japanese White-collar Organization in Anthropological Perspective. / T. P. Rohlen. – Berkeley : University of California Press, 1974. – 308 p.

266. Rokeach, M. The nature of human values / M. Rokeach. – New York, USA : The Free Press, 1973. – 438 p.

267. Rollinson, D. *Organizational Behaviour and Analysis: An integrated Approach*, / D. Rollinson – England : Pearson Education Ltd. (3rd edn), 2005. – 761 p.
268. Rose, R. C. *Organizational Culture as a Root of Performance Improvement: Research and Recommendations* / R.C. Rose, N. Kumar, H. Abdullah, G.Y. Ling // *Contemporary Management Research*. – 2008. – Vol. 4(1). – P. 43–56.
269. Rose, N. *Governing the Soul: the Shaping of the Private Self* / N. Rose. – London : Routledge, 1999. – 320 p.
270. Rosen. M. *Breakfast at Spiro's: Dramaturgy and dominance* / M. Rosen // *Journal of Management*. – 1985. – Vol. 11 (2). – P. 31–48.
271. Rosen. M. *Scholars, travelers. and thieves: On concept. method, and Cunning in organizational ethnography.* / M. Rosen; in P. Frost. L. Moore. M. Louis. C. Lundberg. 8c I. Martin (Eds), – *Reframing Organisational Culture*. London : Sage, 1991. – P. 271-284.
272. Roethlisberger, F. J. *Human Relations: Rare, medium, or well-done?* / F. J. Roethlisberger // *Harvard Business Review*. – 1948. – Vol. 26 (1). – P. 521–542.
273. Rousseau, D. *Assessing Organizational Culture: The Case for Multiple Methods* / D. Rousseau; in B. Schneider (Ed.), *Organizational climate and culture*. – San Francisco : Jossey-Bass Publishers, 1990. – P. 153–193.
274. Sackman, S. A. *Cultural knowledge in organizations.* / S.A. Sackman. – Newbury Park : Sage, 1991. – 220 p
275. Sampson, H. *Choosing the Right Blend of Crew* / H. Sampson // *Proceedings of the LSM Manning and Training in India*. – 2000. – 21-22 November. – P. 110–127.
276. Sampson, H. *Destructive obedience and the importance of seafarer training.* / H. Sampson // *The Sea*, London : Mission to Seafarers – 2002. – Issue 160, Nov./Dec. – P. 4–5.
277. Sampson, H. *Multilingual crews: Communication and operations of ships* / H. Sampson, M. Zhao // *World Englishes*. – 2003. – Vol. 22. – P. 31–43.
278. Sathe, V. *Culture and related corporate realities: text, cases and readings on organizational entry, establishment* / V. Sathe. – Richard D. Irvin, Inc., 1985. – 579 p.

279. Shea, I. P. The organizational culture of a ship: A description and some possible effects it has on accidents and lessons for seafaring leadership. / I.P. Shea. – Launceston, Australia : University of Tasmania, 2005. – 291 p.
280. Schein, E. H. Organisational Culture and Leadership / E. H Schein. – 2nd edition. Joss -BasS, San Francisco, 1992. – 418 p.
281. Schulz, A. Weltbürger und Geldaristokraten: Hanseatisches Bürgertum im 19 Jahrhundert / A. Schulz. – Munich : Stiftung Historisches Kolleg, 1995. –38 p.
282. Schwartz, S. H. Matching Corporate Culture and Business Strategy / S. H. Schwartz, Stanley M. Davis // *Organizational Dynamics*. – 1981. – 10 (1). – P. 30–48
283. Schwartz, S. H. Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values / S.H. Schwartz. In U. Kim, H. C. Triandis, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism*. – London : Sage, 1994. – P. 85–117.
284. Smircich, L. Concepts of Culture and Organizational Analysis / L. Smircich // *Administrative Science Quarterly* – 1983. – Vol. 28. – P. 339–358.
285. Smircich, L. Is the concept of culture a paradigm for understanding organizations and ourselves? / L. Smircich; in P. J. Frost, L. F. Moore, M. R. Louis, C. C. Lundberg, J. Martin (Eds.), *Organizational culture*. – Sage Publications, Inc, 1985. – P. 55–72
286. Tajfel, H. The social identity theory of intergroup behavior / H. Tajfel, J. C. Turner. In S. Worchel, W. G. Austin (Eds.). *Psychology of intergroup relations*. – Chicago : Nelson-Hall, 1986, P. 7–24.
287. Tayeb, M. Organizations and national culture: Methodology considered / M. Tayeb // *Organization Studies*. – 1994. – Vol. 15. – P. 429–445.
288. Theotokas, I. Cultural diversity, manning strategies and management practices in Greek shipping. / I. Theotokas, M. Progolaki // *Maritime Policy and Management*. – 2007. – Vol. 34. – P. 383–403.
289. Trice, H. M. The cultures of work organizations / H. M. Trice, I.M. Beyer – Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1993 – 510 p.

290. Trompenaars, F. *Leaders for the 21st Century* / F. Trompenaars, C. Hampden-Turner. – London : Capstone, 2002. – 512 p.
291. Trompenaars, F. A new framework for managing change across cultures. / F. Trompenaars, P. Woolliams // *Journal of Change Management*. – 2003. – Vol. 3 (4). – P. 361–375.
292. Tsui, A. S. *Cross-National, Cross-Cultural Organizational Behavior Research: Advances, Gaps, and Recommendations* / A. S. Tsui, S. S. Nifadkar, A. Y. Ou // *Journal of Management*. – 2007. – Vol. 33 (3). – P. 426–478.
293. Van Maanen, I. Police socialization: A longitudinal examination of job attitudes in an urban police department / I. Van Maanen // *Administrative Science Quarterly*. – 1975. – Vol. 20. – P. 207–228.
294. Van Maanen, J. *Organizational Culture: Fragments of a Theory* / J. Van Maanen, S. Barley; in: Frost, P., Moore, L., Louis, M., Lundberg, C. and Martin, J., Eds., *Organizational Culture*. – Beverly Hills, Sage, 1985. – P. 31–53.
295. Wallach, E. J. Individuals and organization: the cultural match. / E.J. Wallach // *Training and Development Journal*. – 1983. – Vol. 12. – P. 28–36.
296. Waring, A. E. *Management of Change and Information Technology: Three Case Studies* / A. E. Waring – London Management Centre, University of Westminster, 1993. – 789 p.
297. Waring, A. E. *Organizational Culture, Management, and Safety* / A. E. Waring // Paper presented at the British Academy of Management 6th Annual Conference. Bradford University. – 1992. – 14±16 September.
298. Weick, K. Collective mind in organizations: Heedful interrelating on flight decks / K. Weick, K. Roberts // *Administrative Science Quarterly*. – 1993. – Vol. 38. – P. 357–381.
299. Weir, D. *Management in the Arab world: A fourth paradigm?* / D. Weir // Paper submitted to EURAM Conference. – 2001. – 2 December. – P. 15–27.
300. Westrum, R. *Organizational dynamics and safety* / R. Westrum; in J.N. McDonnald, R. Fuller (Eds.). – *Application of psychology in aviation systems*, 1995. – P. 75–80.

301. Wijk, C. Symbols of organisational culture: describing and prescribing gender integration of navy ships / C. Wijk, F. Gillian // Journal of Gender Studies. – 2008. – Vol. 17, Issue 3. – P. 237–249.
302. Wilkins. A. Efficient cultures: Exploring the relationship between culture and organizational performance / A. Wilkins, W. Ouchi // *Administrative Science Quarterly.* – 1983. – Vol. 28. – P. 468–481.
303. Williams A. Changing Culture: New Organizational Approaches / A. Williams, P. Dobson, M. Walters. – London : Institute of Personnel Management, 1993. – 18 p.
304. Willingale, M. Ship Management / M. Willingale, [J. Spruyt](#). – Third Edition (LLP Business Shipping Series), 1998. – 321 p.
305. Whyte, W. A. The Organisation Man / W. A. Whyte. – New York : Simon and Schuster, 1956. – 267 p.
306. Yauch, C. A. Complementary Use of Qualitative and Quantitative Cultural Assessment Methods / C. A. Yauch, H. J. Steudel // *Organizational Research Methods.* – 2003. – Vol. 6 (4). – P. 465–481.
307. Yiing, L. H. The moderating effects of organizational culture on the relationships between leadership behaviour and organizational commitment and between organizational commitment and job satisfaction and performance. / L.H. Yiing, K. Z. Ahmad // *Leadership and Organization Development Journal.* – 2009. – Vol. 30 (1). – P. 53–86.
308. Zhang, H. Safety culture: A concept in chaos? / H. Zhang, D.A. Wiegmann, T. L. Von Thaden // *Proceedings of the Human Factors and Ergonomic Society 46th Annual Meeting Santa Monica, CA: Human Factors and Ergonomics Society.* – 2002. – P. 1404–1408.
309. Zohar, D. Safety climate in industrial organizations: Theoretical and applied implications / D. Zohar // *Journal of Applied Psychology.* – 1980. – Vol. 65. – P. 96–102.
310. Концепция развития рыбного хозяйства Российской Федерации на период до 2020 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.fish.gov.ru/otraslevaya-deyatelnost/ekonomika-otrasli/kontsepsiya-razvitiya-rybnogo-khozyajstvaГОДА>

311. Концепция федеральной целевой программы "Мировой океан" на 2016 – 2031 годы / [Электронный ресурс]; – Режим доступа: <http://government.ru/media/files/cuB6yCz4NuetBWlj8EdiqPeUXY2cGuQo.pdf>

312. Морская доктрина Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.morskayakollegiya.ru/legislation/doktrina/>

313. Федеральная целевая программа «Мировой океан» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ocean-fcp.ru>

314. Росстат. Официальный сайт. http://www.gks.ru/free_doc/2015/potrorg/potr14.htm

Приложение 1

Опросный лист социологического исследования:

«Корпоративная культура гражданского сообщества российских моряков: своеобразие формирования» (метод исследования – полуструктурированное интервью)

1. Представьтесь, пожалуйста (сколько лет, в какой должности, какой опыт работы в море)? На каких видах судов (рыболовецких, торговых и т.д.) Вы работали?»?
2. Что Вас мотивировало в выборе морской специальности? Расскажите об этапе вхождения в профессию. Какие возникали сложности? Интересна ли она Вам сейчас?
3. Что является для Вас главным стимулом осуществления трудовой деятельности?
4. Удовлетворены ли Вы существующим уровнем правовой защищенности гражданского сообщества российских моряков, материальным положением, продвижением по служебной лестнице?
5. Какие условия труда Вы считаете наиболее приемлемыми?
6. Что Вы считаете личным достижением в своей профессиональной деятельности?
7. Опишите структуру взаимодействия членов экипажа на судне. По какому принципу распределяется работа в команде?
8. Что Вы можете сказать о связи руководства (командного состава) с командой?
9. Какие качества руководителя (подчиненного, коллеги) соответствуют Вашим представлениям о профессионализме, коммуникабельности?
10. Опишите идеальные взаимоотношения в команде. Что в Вашем представлении «сплоченная команда»?

11. От чего, по вашему мнению, зависит успешность и эффективность работы в команде?
12. Случалось ли Вам принимать нестандартное решение рабочей задачи? Как к этому отнеслись сотрудники и руководство?
12. Существуют ли сложности во взаимоотношениях с членами экипажа на иностранных судах? На какой почве возникают конфликты?
13. Что Вы можете сказать о морском корпоративном духе, есть ли таковой? В чем выражается?
14. Расскажите об исторически сложившихся корпоративных традициях сообщества гражданских моряков. Какие из них поддерживаются сегодня?
15. Какая традиционная морская атрибутика (форма, символы, эмблемы, логотипы и др.) используется в современном мореплавании (отечественном, международном)?
16. Опишите систему коммуникативных связей в поликультурном пространстве международного мореплавания. Поддерживается ли она в отечественном мореплавании?
17. Используете ли Вы в своей профессиональной деятельности так называемый «морской» язык?
18. Что, по-вашему, является наиболее значимым в вашей профессии?
19. Влияет ли мультикультурный состав команды на результат трудовой деятельности?
20. Как Вы оцениваете сложившийся в социуме имидж морской корпорации?
21. Поддерживается ли морская корпоративная культура вне профессиональной деятельности (на берегу)?
22. Считаете ли Вы трансляцию (передачу) знаний необходимым условием существования морской корпорации?

Приложение 2

Структура-план группового фокусированного интервью: «Специфика формирования профессиональной корпорации российских моряков»

Представление модератора, объяснение целей исследования, основных правил ведения дискуссии.

Примерный перечень вопросов

1. Сравните свой трудовой опыт на судах под отечественным флагом и на иностранных судах.
2. Считаете ли Вы, что интерес к морским профессиям снижается? Дайте Ваш комментарий.
3. На что ориентируется компания, в которой Вы работаете, при подборе кадров: на профессионализм кадров; на снижение операционных расходов за счет комплектования экипажей?
4. Хотели бы Вы работать на постоянном судне в составе команды своих соотечественников?
5. Расскажите о своем опыте приобщения к международной морской корпоративной культуре.
6. Исходя из Вашей практики, какого рода проблемные ситуации возникают в многонациональных экипажах?
7. Какие, по-вашему, различия между западной и восточной национальной культурами проявляются в условиях рейса на иностранных судах?
8. Существуют ли различия в представлениях о профессионализме в полиэтничном экипаже?

9. Можно ли говорить о вненациональной природе базовых ценностей морской профессии? Дайте Ваш комментарий.
10. Можно ли утверждать, что коллектив на иностранных судах формально разбивается на группы по языковым или этническим признакам? Дайте Ваш комментарий.
11. Исходя из Вашего опыта, какой процент экипажа свободно общается на английском языке?
12. Вы себя ощущаете на иностранных судах представителем сообщества российских моряков?
13. Сталкивались ли Вы с проявлением социального неравенства на иностранных судах?
14. Считаете ли Вы необходимым усиление политики безопасности на судне и связанное с ней увеличение бюрократических процедур?
15. Возможно ли, по-вашему, обеспечить безопасность рейса другими методами?
16. Оцените роль капитана на современных судах. Возможны ли сегодня на судне ситуации неподчинения капитану или руководящему составу судна?
17. Изменилась ли роль капитана по отношению к советскому периоду отечественного мореплавания?
18. Считаете ли Вы иерархические отношения на судне справедливыми?
19. Существует ли на современных судах практика повышения уровня профессионализма на рабочем месте? Можно ли говорить о каких-либо формах наставничества на иностранных судах?
20. На ваш взгляд, какие корпоративные ценности формируются в морской профессиональной среде?
21. Какие личностные качества формирует морская профессия?
22. Поддерживаются ли в современных морских практиках морские традиции, обычаи, ритуалы? Охарактеризуйте Ваше отношение к этой стороне морской профессии.

Приложение 3

**Структура-план группового фокусированного интервью:
«Становление корпоративной культуры курсантов 4-5 курсов ФГБОУ ВО
«КГМТУ».**

*Представление модератора, объяснение целей исследования, основных правил
ведения дискуссии.*

Примерный перечень вопросов

1. На ваш взгляд, что является главными мотивационными факторами при выборе Вашей специальности сегодня?
2. Повлияли ли на Ваш выбор морской специальности династические традиции, мнение родителей?
3. Отличается ли Ваша мотивация от мотивации сегодняшних абитуриентов?
4. Как Вы думаете, какая часть из поступающих изначально предполагает работать в морской и рыбохозяйственной отраслях?
5. В чем, по-вашему, специфика работы в морской и рыбохозяйственной отраслях?
6. Как у Вас происходит знакомство с будущей специальностью?
7. На судах какого типа чаще всего проходят практику курсанты?
8. Каким образом курсанты получают информацию о местах потенциальной работы? Какую роль играет в этом вопросе университет?
9. С какого курса вы можете начинать подрабатывать?
10. Знаете ли Вы, в какой нише морской и рыбохозяйственной отраслей Вы сможете реализоваться как профессионалы?
11. Знаете ли Вы предприятия рыбохозяйственной отрасли, которые являются профильными по отношению к профессиональной деятельности вашей кафедры?
12. В каком регионе Вы бы хотели начать профессиональную деятельность? На судах какого типа Вы хотели бы работать? Дайте комментарий.

13. Доводилось ли непосредственно Вам работать на каких-либо предприятиях рыбохозяйственной отрасли?
14. Знаете ли Вы случаи, когда предприятия из рыбопромышленной отрасли занимались профориентацией среди школьников?
15. Приглашают ли предприятия рыбопромышленной отрасли курсантов работать на своих предприятия?
16. Исходя из вашего опыта, какая самая востребованная морская специальность в отечественном мореплавании? В международном мореплавании?
17. Рассказывают ли что-либо преподаватели вашей кафедры о трудоустройстве в рыбопромышленной и рыбохозяйственной отрасли?
18. Почему, на Ваш взгляд, курсанты часто бывают не заинтересованы в работе в рыбопромышленной отрасли?
19. Что, по Вашему мнению, следует предпринять на уровне кафедры, университета, на уровне субъектов рыбохозяйственной отрасли для того, чтобы выпускники были заинтересованы в работе на предприятиях рыбохозяйственной отрасли?
20. Исходя из Вашего опыта, все ли выпускники находят работу?
21. Есть ли соглашения круизных компаний с университетами по вопросам трудоустройства? Есть ли привилегии у хорошо успевающих курсантов?
22. Оцените степень информированности судоводных компаний о ФГБОУ ВО «КГМТУ».
23. Как Вы относитесь к принятой в университете традиции одеваться по форме и обязательным утренним построениям?
24. Знаете ли Вы атрибутику своего университета (герб, эмблема, флаг, гимн, интерьер с применением морской символики, веб-сайт)?
25. Опишите Ваше отношение к культивируемому в университете порядку, соблюдению строгой дисциплине? Считаете ли Вы, что вопросы дисциплины являются приоритетными в морской профессии?

Приложение 4

Опросный лист социологического исследования:

«Актуальные проблемы повышения уровня профессионализма морских кадров» (метод исследования – экспертное интервью)

1. На Ваш взгляд, что, прежде всего, мотивирует абитуриентов поступать на морские специальности?
2. Как Вы думаете, какая часть из них изначально предполагает работать в морской и рыбохозяйственной отраслях? Чем определяется предполагаемый Вами показатель?
3. Как курсанты, чаще всего, узнают о местах потенциальной работы?
4. В какой сегмент рыбохозяйственной (морской) отрасли Ваша кафедра включена по профилю деятельности (в контексте региона, в контексте российского пространства)?
5. Имеется ли у Вас или у других преподавателей (сотрудников кафедры) опыт работы в структурных подразделениях рыбохозяйственной отрасли (Росрыболовство). Чем именно занимались?
6. Скажите, пожалуйста, кто-либо из курсантов имеет опыт работы на предприятиях, подведомственных Росрыболовству? Какой, примерно, процент?
7. Сотрудничаете ли Вы с предприятиями рыбохозяйственной отрасли, которые являются профильными по части работы курсантов?
8. Знакомы ли Вы лично с руководителями предприятий, входящих в Федеральное Агентство по рыболовству, деятельность которых является профильной для выпускников вашей кафедры (университета в целом)?
9. Участвуют ли непосредственно субъекты хозяйственной деятельности рыбохозяйственной отрасли в профориентационной деятельности абитуриентов?
10. Мотивируют ли они курсантов работать на своих предприятиях?
11. Проводит ли какую-либо работу кафедра (университет в целом) по популяризации трудоустройства в рыбопромышленной отрасли? В каких формах это выражается?

12. Сотрудничаете ли Вы с так называемыми профильными предприятиями вне Росрыболовства, где могут работать выпускники вашей кафедры (университета в целом)?
13. Оцените степень заинтересованности курсантов в работе в рыбопромышленной отрасли. Какую роль, по-вашему, здесь играют стереотипные представления?
14. Что, на ваш взгляд, необходимо предпринять на уровне кафедры (университета) для того, чтобы специалисты-выпускники были заинтересованы в работе на предприятиях рыбохозяйственной отрасли?
15. На уровне предприятия?
16. На уровне «Росрыболовства», что непосредственно нужно сделать?
17. Как Вы относитесь к так называемым «кадетским программам»?
18. Имеются ли у выпускников университета квоты на обеспечение трудоустройства? Если нет, назовите причины их отсутствия.
19. Какая из морских специальностей университета является самой востребованной в рамках отечественного мореплавания? В международном мореплавании?
20. Оцените степень востребованности специалистов-выпускников университета на рыболовецких и торговых судах.
21. Считаете ли Вы, что приобщение курсантов к внешним атрибутам морской корпоративной культуры положительно влияет на выработку у них навыков корпоративного взаимодействия?
22. Какую из методик, применяемых в университете, Вы считаете наиболее эффективной для формирования у курсантов навыков командной работы?