

УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научной работе
ФГБОУ ВО «Новгородский
государственный университет имени

Ярослава Мудрого»,
доктор технических наук, доцент
Ефременков Андрей Борисович

2023 г.

ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ

на диссертацию Половниковой Ольги Владимировны «Корпоративная культура: среда конструирования смыслов», представленную на соискание ученой степени кандидата философских наук по специальности 5.7.8.

Философская антропология, философия культуры

Актуальность диссертационного исследования О. В. Половниковой «Корпоративная культура: среда конструирования смыслов» заключается в том, что феномен корпоративной культуры, будучи достаточно локальным и специфическим явлением, в контексте современной философии до сих пор остается малоизученным феноменом. При этом сама корпоративная культура представляет собой очень важный элемент в функционировании корпораций, который определяет мировоззренческие тренды и непосредственно влияет на человека как корпоративного субъекта. Корпоративная культура определяет ценности, нормы, правила, регулирует поведение сотрудников, воздействует на них как внутри корпорации, так и вне ее. Автор диссертации ставит перед собой цель определить специфику формирования и существования корпоративной культуры как среды конструирования смыслов корпорации.

В целом диссертационная работа О. В. Половниковой производит благоприятное впечатление. Работа состоит из трех глав, в каждой из которых по три параграфа. Диссертантом четко определены объект, предмет, цель и задачи исследования. Достижение цели и решение поставленных задач осуществлено посредством диалектики, метода рациональной историко-философской реконструкции, мысленных экспериментов, а также специфического метода текстового анализа Р. Барта. Это позволило автору

исследования получить новые результаты в рассмотрении феномена корпоративной культуры.

В первой главе проанализировано развитие самого понятия «корпоративная культура» с XIX века до настоящего времени. Как справедливо указывает диссертант, сейчас оно получило широкое распространение, поскольку корпорации традиционно формируют внешнее проявление своего дискурса, отстраняясь от других компаний, создавая собственную индивидуальность (стр. 21 диссертации). При этом О. В. Половникова разводит понятия «организационной» и «корпоративной» культуры, хотя эта точка зрения поддерживается далеко не всеми исследователями. Организационная культура более стихийна, отражает собственные, а не привнесенные особенности становления той или иной компании, тогда как корпоративная культура, чаще всего, предстает как естественно-искусственная система. В исследовании также рассматриваются уже обретшие статус традиционных подходы к организации взаимоотношений корпорации и сотрудников: «философия договора» и «философия общей судьбы», в том числе, на примерах США и Японии, как ярких представителей подобных методов сплочения корпоративных коллективов. На данный момент, по мнению О. В. Половниковой, корпоративная культура представляет собой площадку, где не только создается необходимая для компании среда «эффективности», претендующая на право формировать смыслы, но и конструируется сам сотрудник как специфический корпоративный субъект (стр. 40 диссертации).

Во второй главе анализируется сам процесс создания корпоративного субъекта с применением методологии конструктивизма. Здесь оказывается задействована специфическая корпоративная среда смыслов, когда компания целенаправленно создает корпоративное миропонимание через необходимые установки, погружая сотрудников в социальную реальность, где функционируют конструкты корпорации. Идеальным сотрудником, как указывает автор диссертационного исследования, становится сотрудник-самоконструктор как некая сумма компетенций, функционирующая в соответствии с постоянно меняющимся алгоритмам (стр. 55 диссертации). Корпорации в силу глобализации и вненациональности прививают универсальную (корпоративную) идентичность своим работникам, поддерживая такую современную форму номадничества, как готовность к постоянному перемещению и состоянию неопределенности. Кроме того, корпоративные университеты как важные институциональные компоненты

корпоративизма также становятся одним из инструментов, используемых в процессе конструирования и обеспечения корпоративного смыслообразования. Такие университеты развивают нарратив корпорации, формируя и поддерживая нужные компании компетенции в корпоративных субъектах.

В третьей главе затронуты особенности конструирования корпоративной культуры, отражены основные виды конструктов, которые задействованы при этом. Автор диссертации отмечает, что эти конструкты наполняются смыслом каждой конкретной корпорацией, для чего можно использовать теорию компании как живого организма К. Мейера и С. Дэвиса, с применением мемов «адаптивного предприятия» (стр. 98 диссертации). Это позволяет реплицировать необходимые корпорации смыслы для самоорганизации всей системы. О. В. Половникова рассматривает феномен текста корпорации, как процесс формирования смысла в едином пространстве, где сосуществуют и взаимодействуют корпорация и сотрудники (стр. 105 диссертации). Здесь постоянно создаются «корпоративные значения», интерпретация которых может быть основана и ограничена единой корпоративной культурой. Автор предлагает для проникновения в процесс означивания в корпорации обращаться к исследовательской процедуре текстового анализа Р. Барта. В рамках корпоративной культуры только последовательное сочетание смыслов и телесных техник создает приемлемого сотрудника для корпорации (стр. 116 диссертации). На разных уровнях обучения в корпоративном университете и работы в корпорации прослеживается ориентация на «игру», которая чаще всего направлена на «эффективность». Как указывает автор диссертации, успех в игре в таком случае – это способность понять корпоративный текст и даже вписать в него строчку (стр. 121 диссертации).

Библиографический список работы состоит из 141 источника, в том числе 27 на иностранных языках. Стоит отметить, что О. В. Половникова использует как современные публикации, так и более ранние работы, в которых она пытается отыскать истоки корпоративной культуры. Специфика малой изученности темы философией вынуждает автора обращаться к различным источникам.

Обобщая сказанное, отметим, что к основным достоинствам диссертации можно отнести следующее:

1) корпоративная культура рассмотрена как естественно-искусственная система, которая может быть сконструирована. При этом выделена методология такого конструирования через два основных вида: эмоциональная

корпоративность (или экзистенциальная преданность) и нормативная корпоративность (или техническая самоотдача);

2) введено и обосновано понятие «корпоративный субъект» с определением характерных ориентиров: универсальная корпоративная идентичность, ориентация на неопределенность и номадничество;

3) обосновано стремление корпораций к статусу приоритетного для человека пространства, где формируются корпоративные смыслы.

Несмотря на актуальность и, несомненно, интересный замысел диссертационного исследования, оно, к сожалению, не лишено целого ряда противоречий и спорных утверждений. Перечислим лишь некоторые моменты, которые вызвали вопросы.

Во-первых, диссертантка утверждает, что в России закрепились западная модель корпоративной культуры, которая отрицает традиционные формы коммуникации, принятые в обществе. Однако, остается непонятным, существует ли вообще уникальность современного российского корпоративизма и если да, то в чем именно состоят ее особенности. А также, как именно влияет корпоративная культура на трансформацию системы социальной коммуникации в эпоху глобальных вызовов?

Во-вторых, в третьем пункте новизны указано, что «текст корпорации рассматривается как пространство, где создаются смыслы» (стр. 7 диссертации). Однако этот тезис звучит крайне неоднозначно и свидетельствует о некорректности его формулировки. К этой же идее О. В. Половникова возвращается и во втором параграфе третьей главы. Но, к сожалению, ожидаемого анализа семиотики корпорации мы в тексте диссертации так и не находим, также остались неназванными и элементы «текста корпораций», и не представлен их развернутый анализ.

В-третьих, методологический аппарат диссертационного исследования страдает излишней абстрактностью. Научный опыт исследования корпоративной культуры имеет в наличии обширный методологический и методический инструментарий, о котором диссертантка ничего не заявила. Хотелось бы услышать ее объяснения в этой связи.

В-четвертых, названия самой диссертации и большинства ее структурных частей диссертации практически не содержат формулировки научной проблемы и потому они более всего напоминают структуру студенческого реферата, нежели оглавление серьезного научного исследования, что откладывает существенный негативный отпечаток на восприятие всего текста работы.

В-пятых, нельзя согласиться с утверждением диссертантки о том, что «последние 30 лет впервые в истории человечества все усилия центров власти (политической, экономической, интеллектуальной) направлены на изменение самого человека» (стр. 39 диссертации). Если взять только лишь традицию становления пенитенциарной системы, то станет понятным, что формирование человека было «предвечной» задачей любой политической власти и легло в основу всей институциональной истории цивилизации.

В-шестых, диссертантка утверждает, что корпоративная культура является примером манипулятивной технологии. В связи с этим, хотелось бы понять, есть ли пределы в подобных подходах к интерпретации сущности корпоративных коммуникативных сценариев, а также не превращается ли автоматически любой сотрудник корпорации в пассивный объект манипуляций, тем самым, лишаясь какой бы то ни было субъектности в принципе? Этот вопрос тоже, на наш взгляд, недостаточно освещен.

В-седьмых, в диссертации присутствует противоречие, связанное с нетождественностью корпоративности как принципа организации, с сущностью корпоративного университета как центра науки и образования, места, где должны создаваться новые знания и формироваться дух свободного сообщества интеллектуалов.

В-восьмых, корпоративная культура, безусловно, опирается на ключевые смыслы своей деятельности, в терминологии О. В. Половниковой, «мемы». Но в таком случае возникают серьезные разночтения. Мем является феноменом электронной культуры, к собственно корпоративной культуре имеющим достаточно отдаленное и опосредованное отношение. Возможно, обнаруженные нами в тексте проблемы и сложности напрямую связаны с отсутствием авторского определения «мема», наличие которого сняло бы многие вопросы.

В-девятых, по нашему убеждению, в тексте диссертационного исследования автору также необходимо было дать обоснованное объяснение сущности философско-антропологического подхода к рассмотрению феномена корпоративности и выборе именно такой исследовательской модели анализа, поскольку текст диссертации, на наш взгляд, в этом смысле производит достаточно противоречивое впечатление. Так термин «антропология» в различных конфигурациях встречается в тексте работы всего шесть раз, хотя, судя по специальности, по которой диссертация представлена к защите, она как раз и должна была быть посвящена развернутому анализу антропологии корпоративной культуры.

Высказанные замечания требуют развернутых пояснений, доказывающих законченность и цельность рецензируемого исследования, а также обоснованность и достоверность выводов, полученных диссертантом.

Результаты исследования могут иметь теоретическую и практическую значимость и использоваться для создания отечественной теории корпоративной культуры в условиях острейших геополитических вызовов, модернизации системы корпоративного менеджмента, а также в образовательных учреждениях для разработки рекомендаций по трансляции антропологических смыслов организационной деятельности.

Таким образом, можно утверждать, что диссертационное исследование «Корпоративная культура: среда конструирования смыслов» является самостоятельной научной работой, в которой проведена первичная систематизация подходов к изучению корпоративной культуры. Диссертация Половниковой Ольги Владимировны в целом соответствует требованиям п. 8, 20, 33, 36, 69, 75, 81 паспорта специальности 5.7.8. – философская антропология, философия культуры; отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям в пп.9-11, 13-14 «Положения о присуждении учёных степеней», утвержденным постановлением Правительства РФ от 24 сентября 2013 г., №842, а его автор Половникова Ольга Владимировна заслуживает присуждения ученой степени кандидата философских наук по научной специальности 5.7.8 – Философская антропология, философия культуры.

Отзыв подготовлен заведующим кафедрой философии, культурологии и социологии, доктором философских наук, профессором С. А. Маленко.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры философии, культурологии и социологии ФГБОУ ВО «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» (протокол №3 от 2 ноября 2023 г.).

Заведующий кафедрой философии,
культурологии и социологии НовГУ,
доктор философских наук, профессор
Маленко Сергей Анатольевич

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого».
173003, Россия, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41.
Телефон: +7 8162 62-72-44; факс: +7 8162 97-45-26.
Сайт: <https://portal.novsu.ru/>
E-mail: novsu@novsu.ru



Сведения об организации:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

173003, Россия, г. Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, д. 41

Телефон: +7 8162 62-72-44; факс: +7 8162 97-45-26

Сайт: <https://portal.novsu.ru/>

E-mail: novsu@novsu.ru

С научными публикациями сотрудников кафедры философии, культурологии и социологии Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» можно ознакомиться на официальном сайте организации: <https://portal.novsu.ru/>, на сайте электронной научной библиотеки eLibrary.