

УДК 023:005.75(477)

Олена Кривоносова,

наук. співробітник

ДНПБ ім. В. О. Сухомлинського

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ ПЕРСПЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК

Стаття присвячена актуальним питанням впливу корпоративної культури на діяльність і розвиток книгозбірні, розкривається сутність поняття, розглядаються рівні і структурні компоненти та ефективність практичного використання типології корпоративної культури бібліотеки, а також виокремлюються рекомендації щодо основ її формування в бібліотеках.

Ключові слова: корпоративна культура бібліотеки, бібліотечні установи, цінності корпоративної культури, структура корпоративної культури.

Посилення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх інформаційних ринках, розширення сфери впливу засобів масової інформації і поява нових комп'ютерних технологій змусило бібліотечні установи впроваджувати зміни для забезпечення їх виживання в сучасному світі. Формування нових засад діяльності бібліотек привели до створення відповідних шляхів розвитку бібліотечних соціальних інститутів й нових засобів управління ними. Зміни в якості обслуговування та удосконаленні бібліотечних процесів мало-ефективні без змін культури книгозбірні, яку визначають, як *корпоративна культура бібліотеки*. Її вплив на розвиток та діяльність книгозбірні беззаперечний і викликає останнім часом особливий інтерес у науковців. Корпоративна культура трактується фахівцями як «сукупність моделей поведінки, які надбані організацією в процесі її внутрішньої інтеграції та адаптації до зовнішнього середовища і показують свою ефективність та поділяються більшістю членів організації» [10]. Вона визначається і як «система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які сприймаються і поділяються більшістю працівників» [6, с. 475].

Присутність корпоративної культури у трудовому колективі позитивно відображається на мотивації персоналу, іміджі організації та її репутації.

О. М. Ястребова наголошує, що корпоративна культура бібліотеки є «внутрішньою свідомістю» організації, яка забезпечує її успішну діяльність практично на «автопілоті», створює свідому відданість співробітників, робить труд персоналу бібліотек більш творчим та результативним [14, с. 24]. Дослідник зауважує, що розвинена корпоративна культура бібліотеки допомагає вирішити два найважливіших завдання: вижити організації в соціально-економічному середовищі, демонструючи співробітникам засоби, за допомогою яких це можливо зробити; забезпечити внутрішню єдність і згуртованість колективу бібліотеки, показавши методи врегулювання робочих питань серед співробітників [14, с. 30–31]. В той же час фахівці вказують на низький рівень розвитку корпоративної культури в сучасних бібліотеках нашої країни, що пов'язано з використанням застарілих методів і засобів управління та організацією умов співпраці [9, с. 18]. Зважаючи на важливість питання розвитку корпоративної культури бібліотеки, ставимо **мету дослідження** – визначити сутність поняття корпоративної культури бібліотеки та її функціональні можливості для успішного розвитку книгозбірні в конкурентних умовах сучасного світу; виокремити основні структурні компоненти корпоративної культури бібліотеки з урахуванням її рівнів; з'ясувати ефективну для практичного використання типологію корпоративної культури, а також сформулювати загальні рекомендації щодо основ її розвитку в бібліотеках нашої держави.

Серед багатьох різних визначень корпоративної культури (а їх існує більше 250 і цей показник зростає) основними є такі аспекти: корпоративна культура – це унікальна система, де її ядро містить переважно колективні **цінності** й створені на їх основі норми, традиції, ритуали, символи тощо; корпоративна культура адаптує організацію у зовнішньому середовищі і формує, засобами інтеграції, внутрішні відносини в колективі.

Визначення «корпоративна культура» у бібліотечній справі з'явилося наприкінці ХХ ст. У дослідженнях, крім поняття «корпоративна культура», можна зустріти і «організаційна культура». Більшість дослідників ці терміни вважають синонімами, вони відрізняються між собою лише відтінками значень. Сучасний аспект корпоративної культури у бібліотечній справі досліджували: Ю. Ахмадова [2], О. Галімова [7], О. Ястребова [14], Л. Бейліс [3], Н. Богун [5], В. Мінкіна [12], А. Вансєв [12], О. Сультімова [13] та ін. У «Бібліотечному словнику» «корпоративна культура бібліотек» визначається як «сукупність домінуючих в установі ціннісних уявлень,

норм і зразків поведінки, що визначають зміст і модель діяльності співробітників незалежно від їх посадового становища і функціональних обов'язків» [12, с. 265]. Узагальнення спільних рис терміну «корпоративна культура бібліотеки» в працях вчених дало змогу визначити, що корпоративна культура бібліотеки – це система, яка складається з набору цінностей, норм, правил, стандартів і процедур, що визначають поведінку та ступінь згуртованості співробітників у процесі спільної діяльності для успішного виконання місії і стратегії бібліотеки з метою її розвитку, конкурентоспроможності й процвітання.

Про корпоративну культуру фахівці заговорили у в другій половині ХХ ст. Хоча вперше цей термін вжив німецький фельдмаршал, політичний діяч Хельмут Карл Бернар фон Мольтке (1800–1891), характеризуючи взаємини в офіцерському середовищі. Основу для такого визначення ще на початку ХІХ ст. створив німецький військовий практик Карл Філіп Готліб фон Клаузевіц (1780–1831), охарактеризувавши цей феномен як «корпоративний дух». До ідеальних зразків розвинутої корпоративної культури у стародавні часи можна віднести, наприклад: японські самурайські клани, європейські рицарські ордени і навіть злочинні угруповання Італії, що у суспільстві називають «мафією». Спільні ознаки їх корпоративної культури виражались у знанні кожним членом колективу свого місця і у дотриманні чіткої ієрархії, що була здатна вирішувати масштабні питання навіть на рівні цілих країн. Ключовою умовою виживання організацій була і є згуртованість їх колективів. Таким чином корпоративна культура залишається елементом, що впливає практично на всі сторони діяльності організації, визначає її індивідуальність, формуючи бажання брати участь у вирішенні стратегічних і тактичних цілей та завдань організації [1, с. 46–47].

Для розвитку й управління корпоративною культурою бібліотеки важливо розуміти її зміст, що складається з **трьох рівнів**. Для кращого уявлення про рівні корпоративної культури фахівці використовують образ айсберга. Видима його сторона, що знаходиться над поверхнею води, порівнюється з **зовнішнім (поверхневим, або видимим) рівнем корпоративної культури** і відноситься до **об'єктивної корпоративної культури**. Інша частина уявного айсберга, що захована під водою, відноситься до **(невидимого) рівня суб'єктивної корпоративної культури**. Цей невидимий рівень поділяється на підповерхневий та глибинний рівні.

Кожна людина, відвідавши установу, формує про неї своє уявлення на

основі того, що вона почула, відчула, побачила. Все сприйняте відноситься до **зовнішнього (видимого) рівня корпоративної культури** книгозбірні, або рівня артефактів *, а саме: **фірмовий стиль** бібліотеки (інтер'єр, оздоблення бібліотечних приміщень, герб бібліотеки, веб-сайт, стиль міжособистісного спілкування, спілкування з відвідувачами, архітектура установи, зразки поведінки, стиль одягу співробітників, логотип, гасло бібліотеки, корпоративні заходи, продукція бібліографічної діяльності тощо); **традиції, сформовані на основі історії, легенд і героїв** бібліотеки і підкріплені **звичаями, ритуалами, церемоніями, святами, символами, загальною емоційною атмосферою**, демонструючи **психологічний клімат** бібліотеки загалом. Зовнішній рівень формує **імідж (репутацію) бібліотеки**. Але треба розуміти, що він обов'язково ґрунтується на підповерхневому та глибинному рівнях корпоративної культури.

Корпоративна культура **внутрішнього рівня (середнього)** знаходиться під зовнішнім і визначається як **рівень цінностей** та включає у себе: **цінності, норми, етичні правила, нормативні документи** тощо. Цінності, що сприймаються більшістю співробітників – впливають на вибір способів й засобів виконання службових обов'язків та на всю корпоративну стратегію книгозбірні. Зовнішні атрибути без цінностей не мають самостійного значення. На їх основі виробляються норми і форми поведінки в організації і вони стають ключовою ланкою у згуртованості колективу [8, с. 91]. Цінності замінюють багато директив й інструкцій і є орієнтирами, що забезпечують бажану для організації поведінку та дозволяють виокремити реальні цілі. **Цінності і норми** виступають в якості загальних обмежень. Головним критерієм результату роботи бібліотеки стає якість і оперативність обслуговування та комфортність представлених послуг. Відповідальність перед суспільством бібліотека декларує в **етичному кодексі** (прийнятому в колективі) та інших нормативних документах. Дуже важливою категорією корпоративної культури є місія організації. Вона вважається одним із системотворчих чинників розвитку корпоративної культури, покликанням організації, твердженням сенсу її існування [11, с. 255]. Саме із підповерхневого рівня починають формувати, або навіть, якщо потрібно – змінювати корпоративну культуру.

Останній – третій – рівень корпоративної культури бібліотеки

* Артефакти – організаційні структури і процеси, які можна почути, побачити та відчувати.

називається **глибинним (невидимим)**, і він складається з: **вірувань, переконань, базових уявлень, національного менталітету, мотивів, настанов, суджень, установок, припущень, прихованих очікувань** та ін. **Базові уявлення та переконання** – глибинна основа корпоративної культури, що визначає поведінку людей у бібліотеці в прийнятті тих чи інших рішень. Вони відкрито не виражаються в артефактах і навіть не можуть бути сформульовані самими співробітниками, тому що знаходяться на підсвідомому рівні і розуміються без пояснень. Кожний новий член у групі вносить нові уявлення і переконання, виходячи з свого досвіду, що може змінювати базові уявлення колективу частково або повністю. Із сформованого нового і буде складатись основа культури колективу. Треба розуміти, що співробітники, які не підтримують базові уявлення та переконання, не будуть прийняті колективом по причині культурного бар'єра, який може виникнути [12].

Розвиток корпоративної культури бібліотеки – процес тривалий, який треба чітко відрізнити від поняття «формування» корпоративної культури. Він базується на основі історії бібліотечної організації та існуючих цінностях і проходить послідовні **етапи: зародження, формування, впровадження, адаптації, покращання, самовідродження або зміни корпоративної культури книгозбірні** [2, с. 27]. Зупинимось на перших двох етапах більш детально, розглядаючи їх як основу для початку розвитку корпоративної культури бібліотеки.

Головними ідеологами **зародження корпоративної культури** бібліотеки виступають органи влади (Міністерство культури, департамент культури), які у нормативних документах декларують цілі, функції і систему управління бібліотекою. **Формування** корпоративної культури лежить у площині відповідальності керівництва бібліотеки. Якщо даним питанням не займаються цілеспрямовано – культура формується колективом спонтанно. У такому випадку немає гарантій, що культура буде відповідати цілям, місії та стратегії бібліотеки і це може призвести до негативних наслідків та погіршення іміджу книгозбірні. **Формування корпоративної культури** – це комплекс діагностичних і управлінських заходів, спрямованих на трансформацію цінностей сучасної культури в адекватні стратегії та цілі організації [4, с. 48]. До основних **принципів формування корпоративної культури бібліотеки** відносяться: створення згуртованого колективу, який поділяє основні цінності поведінки у бібліотеці; формування психологічного клімату, заснованого на делегуванні керів-

ництвом бібліотеки деяких повноважень персоналу; формування внутрішнього кадрового резерву (що передбачає плекання своїх лідерів в бібліотечного колективу); створення атмосфери, що сприяє інноваційній, професійній діяльності, готовності до надбання співробітниками професійних знань [2, с. 94–96].

Стосовно типологічних характеристик корпоративної культури – у науковій літературі їх дуже багато. Звернемо увагу на ту, що зумовлена стратегічними цілями і стосується бібліотечної установи. О. М. Ястребова визначила чотири важливі типи корпоративної культури, а саме: тип орієнтації на прибуток; тип орієнтації на споживача; тип орієнтації на персонал; тип орієнтації на інновації та удосконалення якості. Дослідник вказує на те, що тип орієнтації на споживача та на інновації й удосконалення якості найбільше відноситься до бібліотеки [15, с. 193].

Таким чином, відштовхуючись від думки фахівців, сформулюємо деякі **рекомендації** щодо розвитку корпоративної культури бібліотеки, а саме :

✓ керівникам необхідно вчасно інформувати персонал про стан справ в установі та про перспективи її діяльності. Кожний співробітник повинен знати і розуміти місію, стратегію і завдання бібліотеки;

✓ життєстійкість корпоративної культури бібліотеки забезпечується створенням відповідних умов для самореалізації співробітників та задоволення своєю діяльністю, для чого варто проводити їх навчання на курсах підвищення кваліфікації;

✓ для організації успішної діяльності бібліотеки бажано використовувати командні форми роботи, де персонал і керівництво виступає єдиною командою для досягнення поставленої мети. Теплі стосунки, сприятливий психологічний клімат і згуртованість колективу – важливі чинники формування сильної позитивної корпоративної культури бібліотеки;

✓ для розвитку корпоративної культури бібліотеки керівництво повинно орієнтуватися на мотивацію персоналу, крім матеріальних використовувати й інші методи стимулювання, наприклад: підвищення на посаді, відправлення на курси підвищення кваліфікації, надання більших прав і самостійності під час виконання доручень, обов'язків тощо [13, с. 268–270];

✓ розвиток корпоративної культури бібліотеки треба починати з її середнього (підповерхневого) рівня, а саме: з визначення цінностей, які треба сформувати; чіткого визначення філософії, місії, стратегії і цілей

діяльності бібліотечної установи; норм і правил, що треба зафіксувати у кодексах, інструкціях та інших нормативних документах. Відповідно до середнього рівня характеризується і тип корпоративної культури бібліотеки.

Результати дослідження питань корпоративної культури як чинника перспективного розвитку сучасної бібліотеки дали змогу зробити такі **висновки**:

- розвиток корпоративної культури бібліотеки має чітку послідовність, що починається з середнього рівня і передбачає визначення цінностей, місії, стратегії, цілей, завдань, норм і правил поведінки, яких працівники бібліотеки повинні дотримуватись;

- до основних принципів формування корпоративної культури бібліотеки у забезпеченні її успішної діяльності й розвитку відносяться: створення згуртованого колективу, який поділяє основні цінності загальноприйнятої поведінки; формування психологічного клімату, заснованого на делегуванні керівництвом деяких повноважень персоналу; формування внутрішнього кадрового резерву; створення атмосфери, що сприяє інноваціям і професійному вдосконаленню;

- корпоративна культура дає можливість гарантувати злагоджену роботу у бібліотеці, гармонізувати відносини в колективі, привабити читачів та створити умови для прийняття ефективних рішень, відіграє суттєву роль в соціальній комунікації з іншими організаціями, сприяє міжбібліотечній кооперації та забезпечує визнання книгозбірні у широких соціальних колах.

Список використаних джерел

1. Арутюнов С. Корпоративная культура в школе / С. Арутюнов // Воспитат. работа в шк. – 2014. – № 9. – С. 45–50.
2. Ахмадова Ю. А. Организационная культура национальной библиотеки : регион. опыт. Чеченская Республика : монография / Ю. А. Ахмадова. – М. : Либерия-Библиформ, 2008. – 135 с. – (Библиотекарь и время. XXI век; № 93).
3. Бейліс Л. Організаційна культура бібліотечної діяльності: горизонтальні зв'язки / Л. Бейліс // Бібл. планета. – 2013. – № 3. – С. 6–9.
4. Беляева М. И. Корпоративная культура вуза как ресурс организационного развития / М. И. Беляева // Alma Mater. Вестн. высш. шк. – 2011. – № 4. – С. 45–48.
5. Богун Н. Корпоративна культура в бібліотеці : (за матеріалами зарубіжних фахових періодичних видань) / Н. Богун // Бібл. планета. – 2013. – № 1. – С. 11–13.
6. Бутенко Н. Ю. Організаційна поведінка : навч. посіб. / Н. Ю. Бутенко, Л. М. Хоменко, А. Є. Черпак ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Держ. вищ. навч. закл. «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2008. – 742 с.

7. Галимова Е. Я. Основы организационного проектирования библиотеки / Е. Я. Галимова. – М. : ФАИР, 2007. – 285 с. – (Спец. издат. проект для б-к).
8. Зоріна В. М. Корпоративна культура та її складові / В. М. Зоріна // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки : зб. наук. пр. / Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України, Запоріж. обл. ін-т післядиплом. пед. освіти. – Київ ; Запоріжжя, 2005. – Вип. 34. – С. 91–95.
9. Канафоцька Г. П. Організаційна культура навчального закладу : навч. посіб. / Г. П. Канафоцька ; Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, Ін-т лідерства та соц. наук. – К., 2011. – 40 с.
10. Корпоративная культура // Википедия : свобод. энцикл. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%B0> (дата обращения: 04.09.2015). – Загл. с экрана.
11. Смирнова И. А. Корпоративная культура как акмеологический феномен / И. А. Смирнова // Мир психологии. – 2010. – № 4. – С. 252–265.
12. Справочник библиотекаря / науч. ред. : А. Н. Ванеев, В. А. Минкина. – СПб. : Профессия, 2004. – 448 с.
13. Сульtimoва Е. А. Организационная культура библиотеки: к определению понятия [Электронный ресурс] / Сульtimoва Е. А. // Методична скарбничка бібліотечного фахівця / Славут. орг. шк. бібліотекарів. – Електрон. дан. – Славутич, 2008. – Режим доступа : <http://sasl.at.ua/publ/12-1-0-10> (дата обращения: 04.09.2015). – Загл. с экрана.
14. Ястребова Е. М. Корпоративная культура библиотеки: теория, история, современные тенденции / Е. М. Ястребова. – М. ; 2009. – 254 с.

Стаття надійшла до редакції 22.03.2016 р.

UDC 023:005.75(477)

Olena Kryvonosova,
Scientific Associate, Sukhomlynsky State Scientific
and Pedagogical National Library of Ukraine

Corporate culture in the context of modern libraries perspective development

The article deals with topical problems of the influence of corporate culture on the work and development of library under modern conditions of increased competition in the internal and external information markets within socio-cultural space. It was found out that well-developed library corporate culture positively influences coordinated work in the establishment, harmonises relations between librarians, attracts readers and promotes social communication and interlibrary cooperation, which in turn will make library popular among broad social circles.

The author of the article defines the essence of the concept of library corporate culture and features of its development; taking into account the levels of corporate

culture its main structural components are mentioned, and the main characteristics of each of them are presented; the effective typology of corporate culture for practical use in library is suggested; the sequence of stages of library corporate culture development is considered, and the principles concerning the initial stage of its formation are determined. On the basis of the conducted research the author formulates some recommendations concerning the peculiarities of corporate culture development in the libraries of Ukraine.

Keywords: corporate culture of library, library organizations, values of corporate culture, corporate culture structure.

УДК 023:005.75(477)

Елена Кривоносова,
науч. сотрудник ГНПБ Украины имени В. А. Сухомлинского

Корпоративная культура в контексте перспективного развития современных библиотек

Статья посвящена актуальным вопросам влияния корпоративной культуры на деятельность и развитие библиотеки в современных условиях усиления конкуренции на внутренних и внешних информационных рынках в социокультурном пространстве. Выяснено, что развитая корпоративная культура библиотеки дает возможность гарантировать согласованную работу в учреждении, гармонизировать отношения в рабочем коллективе, привлекать читателей и способствовать социальной коммуникации и межбиблиотечной кооперации, что в свою очередь обеспечит признание библиотеки широкими социальными кругами.

Определена сущность понятия корпоративной культуры библиотеки и функциональные возможности ее развития; выделены основные структурные компоненты корпоративной культуры с учетом ее уровней и представлены основные характеристики каждого из них; выяснена эффективность практического использования в библиотеке типологии корпоративной культуры; рассмотрена последовательность этапов развития и определены принципы начального этапа формирования корпоративной культуры библиотеки. На основе исследования сформулированы некоторые рекомендации, которые касаются главных принципов развития корпоративной культуры в библиотеках.

Ключевые слова: корпоративная культура библиотеки, библиотечные учреждения, ценности корпоративной культуры, структура корпоративной культуры.