

УДК : 658:316.723

О.В. БОНДАРЕНКО

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Бондаренко Олег Валерійович – аспірант кафедри соціології Запорізького національного університету

У статті розглядається модель корпоративної культури на засадах активної діяльності соціальних акторів.

Ключові слова: модель, корпоративна культура, цінності, семіотика, діяльність.

В статье рассматривается модель корпоративной культуры на основе активной деятельности социальных акторов.

Ключевые слова: модель, корпоративная культура, ценности, семиотика, деятельность.

The paper considers a model of corporate culture based on the activity of social actors.

Keywords: model, corporate culture, values, semiotics, activity.

© О.В. Бондаренко, 2012

Постановка проблеми. Побудова моделі соціального явища, що досліджується, є актуальним методом наукового пізнання. Модель, як абстрактне відображення структури та функцій об'єкта дослідження дозволяє, застосовуючи системний аналіз, досліджувати характер зв'язків між елементами системи для визначення її емерджентної цілісності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Усталена міждисциплінарна науково-практична рефлексія [1] вибудовує модель корпоративної культури як систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т.д., які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників. Дана модель корпоративної культури визначає співробітників як пасивних реципієнтів корпоративних цінностей, норм та санкцій, відповідно ігнорується творча активність соціального актора щодо інтерпретації та трансформації соціального досвіду.

Крім того, управлінські науки розглядають корпоративну культуру виключно в контексті управління організацією [2] – з точки зору їх наукового предметного поля це доречно, але це абсолютно неадекватно з точки зору реального повсякденного життя. Як загальна культура суспільства не дорівнює політичній культурі, так і корпоративна культура не дорівнює управлінській культурі, хоча перебуває з нею у взаємозалежному зв'язку. Ще одним методологічно незавершеним та дуже спрощеним є розуміння корпоративної культури, як частини організації.

Мета дослідження. Дисертант вважає за необхідне визначати корпоративну культуру, враховуючи дійовий підхід Кагана М.[3], як спосіб та об'єктивований результат діяльності соціальних акторів для задоволення потреб соціального життя у корпоративному середовищі шляхом створення та трансформації соціальних цінностей і норм, які з участю соціальних акторів регулюють їх власну соціально-економічну поведінку. Соціальні стосунки передбачають діяльність соціальних акторів,

які мають різні стратифікаційні позиції щодо набуття різних форм символічного капіталу [4] (культурного, соціального, політичного, економічного) у відповідному соціальному просторі. Відповідно, модель корпоративної культури доречно будувати на засадах дійового підходу, який враховує активну діяльність соціальних акторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Враховуючи методологічну актуальність соціокультурних досліджень останнього часу дисертант вважає доречним поєднати методологічні підходи Кагана М.[3], Іоніна Л.[5], Когана Л.[6], Лотмана М.[7], Еко У.[8], Богданова А.[9], щодо структури, функцій, особливостей трансформації культури та визначити структурно-функціональну модель корпоративної культури за п'ятьма цінносними рівнями репрезентативної культури, запропонованими Л.Н. Коганом та за рівнями структури діяльності людей, запропонованими Каганом М., що демонструють складність та нелінійність системного зв'язку між загальним соціокультурним контекстом (зовнішня система) та корпоративною культурою (внутрішня система).

Відповідно, перший рівень цінностей загального соціокультурного контексту складається з загальнолюдських морально-етичних цінностей. Другий враховує національну соціокультурну специфіку. Третій рівень характеризується зіткненням та протистоянням жорстких соціальних фактів минулого та альтернативних соціокультурних ідей сьогодення. Четвертий рівень визначається як «культурний потік» сучасних нових соціокультурних практик, незначна частина яких з часом набуде усталеності. П'ятий рівень складається з цінностей, які свого часу не були втілені, не набули усталеності, але за сучасних умов мають шанс отримати визнання. Цілісність культури обумовлюється взаємозв'язком та взаємозалежністю наведених п'яти рівнів її структури цінностей (аксіосфери).

Вищенаведені рівні цінностей детермінують зв'язки між корпоративною культурою та загальним соціокультурним контекстом. Для дослідження складових корпоративної культури необхідно

враховувати масштаб культурних цінностей (загальнолюдські, загальноцивілізаційні, загальнонаціональні, субкультурні) та їх спосіб існування як цінностей актуальної культури (вічні цінності людства, архетипи національної культури, «культурний потік»).

Дійовий підхід Кагана М. дозволяє нам визначити структуру корпоративної культури за схемою діяльності соціальних акторів в корпоративному середовищі. Перший структурний елемент діяльності, це суб'єкт, тобто соціальний актор, який діє в корпоративному середовищі з метою отримання символічного капіталу. Другий елемент складають об'єкти, як потенційні джерела обмеженого ресурсу, на які спрямована дія суб'єктів. Третій елемент це продукт (символічний капітал), який створює суб'єкт діяльності з об'єкта (потенційне джерело обмеженого ресурсу). Четвертий елемент складається з засобів та способів (соціокультурні умови) отримання символічного капіталу.

Нелінійна будова корпоративної культури, як складної системи, визначає функціонування вищевказаних структурних елементів на матеріальному, духовному та художньому рівнях. Відповідно, корпоративна культура має структуру (суб'єкт та об'єкт, продукт та умови його отримання) що функціонує на трьох рівнях: матеріальному, духовному та художньому, який має певну автономію. Матеріальний рівень корпоративної культури складається з двох частин: предметно-продуктивної та техніко-технологічної. Змістом предметно-продуктивної частини є практична перетворююча діяльність соціальних акторів, яка проявляється у створенні речей, товарів, різноманітних споруд тощо. Змістом техніко-технологічної частини матеріального рівня корпоративної культури є способи та засоби діяльності соціальних акторів у корпоративному середовищі. Вказані способи та засоби реалізуються за допомогою інструментальних (матеріальні засоби) та технологічних (навички та вміння) компонент. Соціально-організаційне забезпечення матеріального, духовного та художнього рівнів корпоративної культури відбувається у вигляді соціального простору корпоративного середовища (корпоративні організації з соціальними групами, соціальні актори з їх практичними діями в контексті соціальних стосунків).

Складові матеріального рівня корпоративної культури функціонують за умов матеріальної колективної діяльності соціальних акторів, яка здійснюється за допомогою матеріального спілкування. Завдяки матеріальному спілкуванню соціальних акторів корпоративного середовища відбувається: зв'язок людей у процесі виробничих стосунків та під час соціально-політичних практик; відновлення людської спільноти та її фізичний розвиток; ігрова діяльність тощо.

Духовний рівень корпоративної культури відображає такі види діяльності людини як: пізнавальна, проєктивна, ціннісно-орієнтаційна. Саме ціннісно-орієнтаційна діяльність є визначальною щодо характеру інших видів діяльності людини. Досліджуючи корпоративну культуру в контексті дійового підходу М.Кагана визначимо її аксіосферу через

призму практичної діяльності соціальних акторів, яка здійснюється з метою задоволення власних інтересів шляхом перетворення корпоративного середовища. Аксіосфера корпоративної культури визначається ціннісними відносинами соціальних акторів (суб'єктів) корпоративного середовища до його об'єктів, які можуть бути як матеріальні, так і духовні. До матеріальних об'єктів (носіїв цінностей) відносяться обладнання, устаткування, матеріальний продукт що виробляється. Духовні об'єкти складаються з таких носіїв цінностей, як спілкування, соціальні стосунки, норми та правила, соціальна структура колективу тощо.

Змістом ціннісних відносин корпоративної культури є світоглядно-сміслові значення об'єктів для суб'єктів, яке детермінується загальним соціокультурним контекстом. Формування цінностей корпоративної культури відбувається у вигляді системи суб'єктно-об'єктних відносин, де соціальний актор є суб'єктом, а носій цінності (як матеріальний, так і духовний) є об'єктом. Відповідно, цінність для соціального актора є значення об'єкта для суб'єкта, а ціннісні відношення є діяльність соціального актора, спрямована на з'ясування значення для нього об'єкта як носія цінності.

Соціальний актор здійснює пізнання світу шляхом відображення об'єктивних зв'язків і стосунків повсякденної реальності. Наступним кроком є ціннісне сприйняття реальності, яке спрямовує діяльність соціального актора щодо створення нових ідеальних носіїв цінностей (об'єктів), які задовольняють його потреби. Проєктування нових носіїв цінностей відбувається шляхом діалогу між соціальними акторами. Вказаний діалог має конфліктну складову, яка виникає з причини різних потреб і відповідно різних ціннісних відносин між суб'єктами щодо значення для них об'єктів.

Морально-етичні цінності корпоративної культури існують у двох вимірах: міжособистісні та колективно-особистісні. Саме тому корпоративна культура має внутрішню напругу, що цінності кожного окремого соціального актора відрізняються від цінностей групи загалом. Якщо для індивідуума цінності мають індивідуальний аспект (свобода, самостійність, незалежність), то цінності групи спрямовані на обмеження дій індивідуума заради спільного інтересу групи (єдність, згуртованість, взаємодопомога). Тобто ціннісне протистояння завжди є ознакою соціокультурної практики в окремій корпоративній організації та корпоративному середовищі загалом. Успішність пошуку соціокультурного компромісу в процесі трансформації корпоративної культури залежить виключно від домінуючого типу цінностей соціальних акторів (егоїстичні цінності, цінності загальногрупового інтересу або їх гармонійне поєднання). Крім того, протистояння різних цінностей є необхідною умовою формування екзистенціальних цінностей як для окремого соціального актора, так і для корпоративної організації загалом.

Каган М. звертає увагу щодо наявності усіх видів цінностей для будь-яких суб'єктів, домінування цінностей для них визначається їх діяльністю в загальному соціокультурному контексті. Відбувається

ся складна ієрархічна система домінування, плетіння та взаємовпливу між різними цінностями, але визначальними для існування індивідуальних та групових суб'єктів є цінності екзистенціальні, які визначають сенс їх буття. Враховуючи тимчасовий характер вказаного домінування, визначаємо її динамічний характер, який детермінує її соціокультурну трансформацію.

Формування ціннісних орієнтацій соціальних акторів корпоративного середовища відбувається під час їх комунікативної діяльності та спілкування, що здійснюється за допомогою інформаційного забезпечення, яке реалізується за напрямками: визначення цілей та проектування; пізнання світу; ціннісної орієнтації, яка визначає спрямованість дій соціального актора; духовного спілкування між соціальними акторами тощо. Комунікативна діяльність відрізняється від спілкування соціальною нерівністю позицій: є той, хто надсилає повідомлення, і є той, хто його отримує та відповідно реагує. Переважаючим типом комунікативних повідомлень є смислові конструкти, які спонукають отримувача до якоїсь дії. Спілкування, на відміну від комунікації, дозволяє соціальним акторам знаходитись на більш рівнозначних позиціях у соціокультурному просторі. Головною умовою як комунікації, так і спілкування є наявність певної знакової системи, яка дає можливість створювати, передавати, отримувати та трансформувати інформацію.

Ю.Лотман визначає інформацію як частину реальності, що організаційно структурована соціальним актором під час його діяльності. Феноменальність поняття інформації розкривається не виключно як наявне знання щодо реальності, але й як певний потенціал нових смислів та змістовних визначень.

Комунікативна діяльність та спілкування соціальних акторів корпоративного середовища досліджуються в контексті семіотики, яка створює методологічне підґрунтя для визначення шляхів трансформації знакових систем. Умберто Еко вказує на залежність комунікації від соціокультурних та історичних умов. Комунікація відображає різноманітні інтереси, цілі та ідеологію соціальних акторів та функціонально спрямована на їх реалізацію. Комунікація за схемою, яка налічує того, хто передає інформацію, того, хто приймає інформацію, та одну мову, яку вони однозначно сприймають, можлива виключно у кібернетичних, штучно створених системах. Мова соціальних акторів - це код, який має як індивідуальну, так і групову історію, саме тому між суб'єктами комунікації існує зона непорозуміння та не має можливості безпосереднього перекладу.

Специфіка соціальної комунікації полягає у неоднозначності інформації яка створює певне напруження між її учасниками, що стимулює пошук нових змістовних смислів. Практичною проблемою знакових систем є визначення оптимального співвідношення зони взаємного розуміння та непорозуміння, функціональність комунікації реалізується як створення нової інформації (системної організації реальності), дисфункція, в свою чергу, має вигляд повного непо-

розуміння, тобто посилення ентропійних явищ.

Для дослідження соціокультурних трансформацій Лотман Ю. використовує модель смислової системи, яка складається мінімально допустимо з двох мов та блоку їх перекладу. Семіотичний простір складається з великої кількості смислових систем між якими відбувається зіткнення, напруга та протистояння. Умберто Еко прив'язує вказане протистояння до різних ідеологій різних соціокультурних груп. Ідеологія, за визначенням У.Еко, це соціальний досвід та знання соціокультурної групи, які визначають певні соціальні очікування. Ідеології змінюються тоді, коли повсякденне реальне життя руйнує риторичні соціальні очікування.

Схема соціокультурного розвитку, за Лотманом Ю., має вигляд чергової зміни вибухових та поступових (повільних) соціальних процесів, які можуть бути не тільки послідовними, але й синхронними. Цілісність культури забезпечується синхронністю соціокультурного вибуху та поступового розвитку які відбуваються в її різних рівнях. Зростання напруги (зіткнення та протистояння різних ідеологічних смислів різних соціальних груп) у соціокультурному середовищі пов'язано із зростанням його загальної інформативності, яка призводить до вибуху в точці біфуркації - з'являються різноспрямовані вектори розвитку, які, в свою чергу, є однаково потенційно вірогідними. Причинно-наслідкова детермінація здійснюється після випадкового обрання одного з варіантів, вже на стадії відсікання нереалізованих шляхів соціокультурного розвитку. Починається поступовий соціокультурний розвиток обраного напрямку руху суспільного загалу.

Наступний, художній рівень корпоративної культури поєднує матеріальний та духовний рівні з метою вироблення ідейно-естетичної інформації для впливу на соціальних акторів корпоративного середовища в контексті головних засад його функціонування. Вироблення нової інформації відбувається за допомогою культурного вибуху, як наслідок соціокультурної напруги.

Нелінійна структурна будова корпоративної культури визначає її функції, що мають зовнішній та внутрішній вектори. Забезпечення умов розвитку корпоративного середовища визначає зовнішню спрямованість, а забезпечення власного динамічного розвитку корпоративної культури визначає її внутрішню спрямованість. Внутрішні функції стосуються вдосконалення: культури матеріального виробництва, соціально-організаційної культури, духовного спілкування, інтелектуального розвитку. Вищенаведені функції визначають використання методології аксіології, семіотики та праксеології для побудови моделі, що дозволяє досліджувати умови, засоби та особливості трансформації корпоративної культури.

Для створення структурно-функціональної моделі корпоративної культури необхідно синтетично поєднати методологічні підходи Лотмана Ю. та Кагана М. Використовуючи даний підхід, визначаємо, що внутрішня напруга корпоративної культури обумовлена зіткненням різних ідеологічних цінностей загального соціокультурного контексту, окремих корпоративних організацій та їх соціаль-

ного середовища. Загальний соціокультурний контекст є зовнішньою культурою по відношенню до внутрішніх культур різних корпоративних організацій та культури їх соціального середовища.

Міжкультурне протистояння має трансформаційні наслідки як для «зовнішньої», так і для «внутрішньої» культур. Прігожин А.І.[10] вбачає зміни культур окремих організацій запорукою загальних соціокультурних трансформацій. За Лотманом Ю., зовнішня культура має декілька потенційних варіантів впливу: по-перше, вона може розчинитись у внутрішній культурі; по-друге, вона може підкорити собі внутрішню культуру; по-третє, вона виступає як каталізатор соціокультурних трансформацій. Але за будь-яких умов результатом культурного зіткнення є соціокультурна трансформація, яка стосується всіх діючих соціальних акторів. Модель Ю. Лотмана складається з зіткнення двох смислових систем результатом якого є народження третьої, яка лише частково складається з ознак домінуючої системи та не є тотожною у повному значенні жодній з попередніх систем. Крім того, динамічний соціокультурний розвиток обумовлений постійною зміною тенденцій домінуючих впливів між зовнішньою та внутрішньою культурами.

Метод тектології Богданова А., або загальної організаційної науки, наголошує на тому, що закони організації ізоморфні по відношенню до будь-яких складних систем. Вищенаведена ізоморфність передбачає дослідження складних систем шляхом вивчення зв'язків між усіма її елементами та їх цілісного зв'язку з іншими зовнішніми системами. Будь-яка система має тектологічні кордони, за допомогою яких здійснюється ресурсний та інформаційний обмін з зовнішнім середовищем (зовнішні системи). «Прикордонні» елементи системи, яка досліджується, взаємодіють з «прикордонними» елементами інших систем, під час якого за допомогою зворотного зв'язку запускаються трансформаційні процеси, що змінюють власну систему.

Метод тектології оперує поняттями «активність» та «спротив» елементів, з яких складаються системи. Крім того, властивості активності та спротиву притаманні як елементам системи, так і системі, як цілості. Під час зіткнення «прикордонних» елементів різних систем взаємодія між ними досліджується за допомогою визначення співвідношення між ними та їх загальної активності та спротиву. Найбільш розповсюдженим є випадок, коли активність між системними елементами частково поєднується та одночасно частково взаємно вираховується завдяки спротиву між ними. Саме співвідношення між активністю та спротивом між елементами системи визначає такі характеристики системи, як її міць, життєздатність та здатність до саморозвитку.

Метод тектології є актуальним щодо дослідження трансформації корпоративної культури за допомогою моделювання системних умов та результатів діяльності індивідуальних та групових соціальних акторів відповідного корпоративного середовища. Використання вищенаведеного методу щодо дослідження трансформації корпоративної культури передбачає встановлення тектологічних кордо-

нів корпоративної культури та відповідних «прикордонних» елементів, які взаємодіють з іншими «прикордонними» елементами інших систем. Крім того, висновок Богданова А. щодо слабких місць, які визначають життєздатність системи, дозволяє не тільки з'ясувати їх за допомогою моделі корпоративної культури, але й розробити механізми їх посилення. Нелінійна будова корпоративної культури, як складної соціокультурної системи, дозволяє нам визначити матеріальне спілкування соціальних акторів корпоративного середовища і як системоутворюючий елемент, який поєднує та визначає розвиток таких складових системи, як матеріальна, духовна та художня культури. Крім того, матеріальне спілкування відбувається за детермінантою загального соціокультурного контексту, тому даний вид спілкування розглядається як «прикордонний» елемент, що функціонує, здійснюючи трансформацію цінностей, норм та санкцій соціальних акторів корпоративного середовища, які одночасно входять до складу різних соціальних груп суспільства. Матеріальне спілкування функціонально спрямоване на формування та задоволення потреб соціальних акторів, яке супроводжується зіткненням старих і нових соціокультурних норм, цінностей та практик.

Тектологія А.Богданова визначає інгресію за головний системний зв'язок, який поєднує неоднорідні елементи системи. Змістом і сутністю системи є можливість поєднувати неоднорідні елементи, що створюють її емерджентну цілісність та відповідають її функціям. Життєздатність системи визначається якістю як зворотних зв'язків, так і інгресії. Дисфункція останніх детермінує, або трансформацію, або руйнацію системи. Сучасна російська соціологія культури [5] пропонує типологізацію культури на засадах ознак різноманітності або однастайності стилів життя. Стиль життя визначається як щось особливе, специфічне що характеризує манеру дії, життя індивідуума, соціальної групи або спільноти. Відповідно, культура визначається як моностилістична та полістилістична за своїми різними, особливими ознаками.

Моностилістична культура базується на однастайності та визначається такими характеристиками, як ієрархія, канонізація, впорядкованість, тоталізація, виключення, спрощення, офіційний консенсус, позитивність, телеологія. Полістилістична культура є повною протилежністю моностилістичної, тому що дозволяє існувати багатьом життєвим стилям. Деієрархізація проявляється у співіснуванні різних соціокультурних практик, які не пов'язані ієрархічно, можуть бути протилежними одна до одної, але є складовими однієї полістилістичної культури. Деканонізація визначається відсутністю канонізованих форм соціокультурних практик. Невпорядкованість проявляється в різноманітності, відсутності жорсткої визначеності часу, місця і простору реалізації різноманітних соціокультурних практик.

Детоталізація проявляється у внутрішніх протиріччях полістилістичної культури, яка не формує загального світогляду, обов'язкового для усіх соціальних акторів. Долучення проявляється у від-

критості до нових соціокультурних практик, яке призводить до зростання внутрішньої протирічливості. Негативність, як характеристика полістилістичної культури, має умовний характер і проявляється у зростанні критичного ставлення соціальних акторів щодо особливостей та шляхів культурного розвитку. Але необхідно підкреслити опосередкований характер як моностилістичної, так і полістилістичної культур – з одного боку, діяльність людини, як складної біосоціальної істоти не вкладається в жорстко детерміновані схеми, а з іншого, існує загальний соціокультурний контекст, який реалізує детермінацію соціальних практик певними цінностями, нормами та санкціями.

Вищенаведений соціокультурний підхід відзначає дійову трансформаційну сутність культури. Соціокультурні трансформації можуть відбуватися у двох альтернативних напрямках: традиціоналізації, як жорсткому пріоритету визначених норм і правил поведінки над можливостями інноваційної поведінки соціальних акторів та лібералізації, як розширення особистої свободи, свободи вибору та відповідальності соціальних акторів, можливість інноваційних цілераціональних дій, ускладнення структур суспільства та долучення до них нових елементів [11].

Модель української корпоративної культури повинна відображати соціокультурну трансформацію, що відбувається в контексті становлення загальної полістилістичної культури за напрямом лібералізації. Даний процес відбувається одночасно з глобальною соціокультурною кризою [5] та ускладнюється відсутністю ліберальної традиції на відміну від наявності значних рис традиціоналізму акту-

альної культури. Традиціоналізм радянського часу проявляється [12] в таких рисах ціннісних орієнтацій працівників, як патерналізм, подвійна мораль щодо прав та обов'язків, безвідповідальність по відношенню до організації.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що модель корпоративної культури на засадах дійового підходу, дозволяє визначити її структуру та функції; з'ясування її слабких системних елементів дозволяє розробляти та використовувати соціальні технології для посилення таких системних властивостей, як життєздатність, гнучкість, цілісність та здатність до саморозвитку. Але реальна практика трансформації корпоративної культури в організаціях за допомогою різних соціальних технологій дуже часто закінчується негативними наслідками для організації, тому що не враховується загальний контекст полістилістичної культури. Намагання трансформувати корпоративну культуру організації за характеристиками моностилістичної культури ускладнює комунікацію між даною культурою та загальною актуальною полістилістичною культурою. Під час технологічної трансформації корпоративної культури дуже часто не враховується дійовий характер соціокультурних змін, які відбуваються за активної участі всіх соціальних акторів, а не виключно за участю керівництва організації. Тенденція практиків корпоративних змін ототожнювати корпоративну культуру та культуру управління не враховує дійового соціокультурного підходу, свідчить про методологічну обмеженість та призводить до негативних наслідків, які проявляються у зростанні соціальної напруженості та аномії.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн [под. ред. В.А. Спивака]; пер. с англ. - СПб. : Питер, 2002.-336 с.
2. Модели и методы управления персоналом: рос.-брит. учеб. пособ. / [под ред. Е.Б. Моргунова]. — М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2001. — 464 с. - (Серия «Библиотека журнала «Управление персоналом»).
3. Каган М.С. Философская теория ценности / М.С. Каган. - СПб., 1997.-205 с.
4. Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые; [отв. ред. Н. А. Шматко]; пер. с фр. А. Т. Бикбова, К. Д. Вознесенской, С.Н. Зенкина, Н. А. Шматко. — СПб. : Алетейя, 2001 г. — 562 с.
5. Ионин Л.Г. Социология культуры : путь в новое тысячелетие : учеб. пособ. для вузов / Л. Г. Ионин. — [4-е изд., перераб. и доп.]. — М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2004. — 427с.
6. Социология в России / [под ред. В.А. Ядова]. - [2-е изд., перераб. и доп.]. - М. : Изд-во Ин-та социологии РАН, 1998. — 722 с.
7. Лотман Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. — СПб. : Искусство - СПб, 2000. — 704 с.
8. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У.Эко. — СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1998. — 432 с.
9. Богданов А.А. Тектология (Всеобщая организационная наука). Кн. 1 / Богданов А.А.; [отв.ред.Л.И. Абалкин]. — М. : Экономика, 1989. — 304 с. - (Отд-е экономики АН СССР, Ин-т экономики АН СССР).
10. Пригожин А. И. Дезорганизация : Причины, виды, преодоление / А. И. Пригожин. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 402 с. — (Серия «Синергичная организация»).
11. Лапин Н.И. Социокультурная трансформация России: либерализация versus традиционализация/ Н.И. Лапин // Журнал социологии и социальной антропологии. - 2000. — Т. III, № 3. - С. 32-39.
12. Рывкина Р.В. Экономическая культура в России: трудности и этапы становления / Р.В. Рывкина // Мир России. - 1994. - Т. 3, № 1. - С. 55-65.