

# РАЗДЕЛ II. СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ

---

УДК 16, 124.5, 172.12

DOI: 10.18384/2310-7227-2015-4-29-35

**Михайлина С.А.**

*Московский институт электронной техники (МИЭТ)*

## **ЦЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: СВОБОДА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ**

*Аннотация.* В статье с социально-философских позиций анализируются базовые понятия концепта корпоративной социальной ответственности: свобода и ответственность в их диалектической взаимосвязи. Исследуется мотивирующая корпоративная культура, указываются её наиболее общие признаки. Выявляются противоречия между ценностями свободы и социального порядка (иерархии), формализованным поведением и творческой самореализацией индивида. В статье поставлены проблемы законопослушности и своеволия; индивидуальной и солидарной ответственности. Личная и солидарная социальная ответственность реализуются в своей полноте при условии компетентного управления корпоративной культурой.

*Ключевые слова:* свобода, ответственность, корпоративная социальная ответственность, культура, ценности, нормы.

**S. Mikhailina**

*Moscow Institute of Electronic Technology*

## **THE VALUES OF CORPORATE CULTURE: FREEDOM AND RESPONSIBILITY**

*Abstract.* From social-philosophical positions the article examines the basic features of the concept of corporate social responsibility, namely freedom and responsibility in their dialectical relationship. The motivating corporate culture is examined; its most common signs are identified. The contradictions are revealed between the values of freedom and social order (hierarchy), formalized behavior and creative self-realization of the individual. The article raised the problem of law-abiding and self-will; individual and shared responsibility. Private and shared social responsibilities are realized in their entirety in case of competent management of corporate culture.

*Key words:* freedom, responsibility, corporate social responsibility, culture, values, norms.

Современная ситуация цивилизационных вызовов характеризуется потребностью установления баланса общественных и корпоративных интересов с помощью социально ориентированных управленческих технологий, а значит, культивирования сообществ нового типа: социально ответственных организаций. Декларируемый сегодня бизнесом концепт корпоративной социальной ответственности – КСО (Corporate Social Responsibility – CSR) нуждается в философском осмыслении, в частности, в анализе диалектических противоречий свободы и ответственности, свободы и социальной иерархии, законопослушности и своеволия; проблемы индивидуальной и солидарной ответственности. Необходимо понимание особенностей той сферы взаимодействий, где разворачиваются и разрешаются на практике указанные противоречия, в том числе диалектика формализованного делового поведения и творческой реализации индивидом собственной ответственности в условиях, возможно, внешней нормативной неопределённости (аномии).

По-прежнему, «особую роль в управленческом процессе играют ценности, которые формирует, принимает и исповедует та или иная социальная организация и которые напрямую связаны со знаниями и информационной культурой...» [4, с. 113]. Социокультурные ценности нередко оказываются определяющим фактором выработки реального управленческого решения и создают особую внутреннюю среду, насыщенную «историческим, эстетическим, этическим содержанием», в активном взаимодействии с которой «субъект обретает модели и

коды самоидентификации» [5, с. 146] – организационную или корпоративную культуру.

Организационная культура – это специфическое для данного сообщества пространство смыслов, совокупность разделяемых идей, ценностей и норм поведения, формирующихся во взаимодействиях для достижения общих целей. Критерии, символические феномены в виде правил игры, обычаев, ритуалов, знаков отличия создают и представляют специфическую традицию, опосредованно выражающую систему смыслов, мышления корпорации. Сознательно или неосознанно сотрудники воспринимают образцы поведения, стиль коммуникации, выражающие ценности, что затем позволяет прогнозировать поведенческие реакции, опираться в управлении на ожидаемые проявления активности.

Ценности определяют общую стратегическую направленность, ориентированность деятельности, а в рамках определённой культуры представляют собой не просто набор, а систему, целостность. Менталитет как выражение этой целостности проявляется в общей логике системы ценностей: её подчинённость материальной чувственности утилитарного характера или задачам духовного совершенствования; идее коллективности, значимости социального порядка или индивидуальной свободы и творчества, а также в иерархии и соотношении ценностей. В современном обществе базовыми являются нравственные ценности. Они отражают предпочтительные варианты отношений, связей людей друг с другом, с обществом в личностной, адресованной самому человеку форме: благо, добро, долг, достоинство, честность,

ответственность. Нравственные ценности пронизывают всю социальную сферу, апеллируют к свободному выбору человека и подкреплены внутриличностными формами контроля (совесть, вина). Различие систем (иерархии) ценностей затрудняет взаимодействие партнёров, так как они не имеют единых критериев оценки эффективности, масштабов и социальной перспективы деятельности. Сотрудничество становится невозможным, взаимодействие перерастает в конфликт (ценностная подоплека конфликтов, как правило, явно не обнаруживается). Основой разрешения такого конфликта является признание его участниками ценностных приоритетов: например, сохранения жизни, достоинства, благосостояния и творческого развития людей, либо целостности коллектива, социального порядка. Важным условием преодоления конфликта смыслов является не только выявленность, но и иерархизация ценностей, что помогает уладить проблему, к примеру, столкновения «человеческого отношения» и технократического прагматизма, деперсонализированной власти и личности, долга и склонности. Выбор соотношения ценностей должен быть осознанным и последовательным. Норма – это выражение какой-либо ценности в однозначно интерпретируемой и контролируемой (посредством санкций) форме. Именно на нормах как особых символических феноменах основаны системы социальных взаимодействий. В институциональных связях не столь важно, что желает человек, – важнее то, что он делает.

Мотивирующая корпоративная культура оперирует согласованным набором смыслов, ценностей и норм, тесно связывающих членов группы,

адекватно регулирующих отношения, способствующих самоорганизации. Отчуждённая культура может содержать разрушительные по сути ценности: узость и ограниченность, недоверие к сотрудникам, командно-административный стиль принятия решений и т.п.; при этом, как следствие, даёт расплывчатые, противоречивые рекомендации относительно деловых коммуникаций. Важными в таких организациях признаются только формальные, структурно-организационные нормы регуляции поведения работников, что, безусловно, снижает личную, а следом и солидарную ответственность. Однако базовые принципы управления – структурная иерархия и субординация – объективно сдерживают, ограничивают индивидуальную нравственную незрелость, проявляющуюся в своеволии, аффективной импульсивности (т. е. тех качествах, которые являются антиподами свободы). Отсутствие зрелой личностной доктрины, этического кредо порождает стихийность, а также нетерпимость как результат элементарных импульсов, не поддающихся критике и сдерживанию рациональными аргументами, что недопустимо в управленческой практике. Часто именно необузданная субъективность индивидуальности не может примириться с необходимостью стать «элементом системы» организации. Но быть элементом системы – это не значит стать «винтиком» или деталью машины. Это означает осознанное и ответственное включение в механизм функционально-ролевого взаимодействия, который и делает возможным как само устойчивое положение организации, так и управленческую коммуникацию. Ролевое по-

ведение – та практическая сфера, где своеволие ограничивается регламентами, поддерживающими принципы иерархичности и субординации, гарантирующими воспроизводство отношений управления. Функционально необходима для организации совместной деятельности также определённая социальная дистанция участников ролевого общения, обусловленная различием статусов. Глубокое осознание этих положений позволяет принять понятие социального, организационного порядка как ценности, как идеи рациональной системы, в которой все люди осуществляют своё право на формирование целей и выбор средств их достижения, где нравственная составляющая выполняет функцию латентного регулятора социального напряжения.

В то же время опыт управления, основанного на методах сознательного превращения людей в «детали механизма», «вещи», давно показал, что сколь бы длительно и даже рационально обоснованно такие формы управления ни культивировались, они не могут быть устойчивыми и высоко результативными. Их подтачивает постоянная скрытая или явная борьба людей против вещного обращения с ними, против насилия и манипуляций. Культивирование исполнительности, формирование ценности «конструктивного конформизма» (подчинения) могут стать односторонними и даже бессмысленными вне понимания потенциала автономно-личностного начала, самочувствия человека в коллективе. Сложившиеся стереотипы сознания, ориентированного на ролевую практику, часто заглушают «голос человечности», порождают ксенофо-

бию, нетерпимость, корпоративизм (непотизм) как проявление группового эгоизма. Жёсткая регламентация организационных отношений, авторитарные методы управления приводят к внутреннему отказу от инициативы. Тенденция толкать человека к пассивности, лишая его возможности участвовать в принятии решения, ограничивая формальными стандартами (несмотря на необходимость чётких норм и инструкций) контрпродуктивна: она отвращает работника от «любви к ответственности» (как говорят немцы) и свойственна отчуждённно-бюрократическому подходу в управлении.

Понимание неоднозначности смыслов мира ценностей в организации опирается на исследования гуманистической антропологии, аксиологии и психологии, прежде всего на теории потребностей и мотивации. Э. Фромм указывает на базовую потребность человека – потребность в системе ориентиров, которые позволяют найти смыслы в окружающем мире, «присвоить», обустроить его, обретая при этом уверенность и эмоциональную привязанность к «своему» миру. Чувство уверенности возникает у члена той социальной группы, в которой удалось создать атмосферу защищённости и нравственного, психологического комфорта, а также условия для развития человеческого потенциала. Стремление к некоей соотнесённости (с народом, землёй, группой), к преодолению обособленности обуславливает процесс самоидентификации – основы целостности личности. Гуманистический идеал взаимодействий – это такая гармоничная включённость в систему отношений в группе, при которой узы солидар-

ности, основанные на функциональной взаимозависимости, не омрачены (чувственно и интеллектуально) ограничением личной автономии. Таким образом, идеальное сообщество способно «удовлетворять две потребности человека: быть тесно связанным и в то же время свободным, быть частью целого и быть независимым» [6, с. 268–270].

Свобода самоосуществления является условием человеческой ответственности. Свобода – одна из ключевых для европейской культуры ценностей, отражающая такое отношение субъекта к своим актам, при котором он является их определяющей (то есть превалирующей относительно непосредственных природных, социальных, межличностно-коммуникативных факторов) причиной. Это способность субъекта действовать в соответствии со своими целями (интересами), опираясь на знания, которые дают возможность выбора (увидеть наличные варианты и остановиться на одном из них), определяют ясное представление о последствиях собственных действий, дают возможность их оценить. Осознанность, способность видения – необходимые условия свободного выбора. «Если человек выбирает спонтанно, по принципу «не могу иначе» и «не вижу альтернатив», он просто ничего не выбирает» [2, с. 214].

Основа моральности как особого механизма регуляции человеческих отношений – это выбор свободной воли своих ориентиров: ценностей, целей, идеалов. В конечном итоге свобода – это способность и возможность поступать в соответствии с собственными ориентирами, осознанными стремлениями на основе и в рамках познанной наличной необходимости.

Творческое мышление, обусловленное внутренней свободой, которая, в свою очередь, зависит от характера коммуникативной практики, специфики пространства смыслов в рамках взаимодействия людей, стойкости гуманистической ориентации, позволяет увидеть новые возможности, масштабы реализации общего блага. Объём человеческой свободы может служить мерой общественного прогресса. Вместе с тем, темпы этого прогресса непосредственно зависят от степени свободы, которой обладают люди и которая определяет их творческую активность.

Практическая свобода личности выбирать свою линию поведения возлагает на неё ответственность за свои поступки. Ответственность – обратная сторона свободы, своеобразный ответ на вопрос окружения человека, других людей о его дееспособности, вмещающей в условиях неоднозначности конкретной ситуации. Ответственное поведение выражается в способности активно принимать вызовы ситуации, понимая при этом, как отзовутся собственные действия на себе и на других; это умение предвидеть последствия поступка и стремиться предотвратить возможные потери, как материальные, так и идеальные (культурные), возможный негативный ход событий. Эта способность связана с пониманием себя и других людей: их нужд и стремлений к благу, сохранению и развитию лучшего. Благо (так же, как и понятие добра) выражает то, что позволяет человеку и обществу в их единстве жить, развиваться, достигать совершенства и гармонии. Социально ответственное поведение определяется, главным образом, ожиданиями других людей в отношении

социальной позиции данного субъекта. Это требует выхода за привычные рамки понимания социальной ответственности как результата компромисса различных интересов и целей (общественных, индивидуальных, профессиональных и т.д.) и не ограничивает возможность и механизм социально ответственного поведения исключительно формами социального контроля.

Любая инициатива первоначально исходит от конкретного лица. Несмотря на это, ответственность может иметь статус солидарной, которая не освобождает человека от личной ответственности и не противопоставляется ей. Она оказывается формой со-ответственности за обнаруженные опасности и предполагает участие в общественной практике, направленной на их предотвращение. Солидарная ответственность способна формироваться в рамках социального феномена корпорации в самом широком понимании этого термина, а также быть вектором развития – корпоративной культуры, в частности.

Управление развитием корпоративной культуры осуществляется, в основном, двумя способами: «сверху» и «снизу». Первый – некая оценка или видение руководителем перспективы, которая способна вызвать энтузиазм у большинства членов организации и предполагает наличие искренних личных обязательств лидера по отношению к ценностям, в которые он верит. Осуществляется через публичные заявления, выступления с разъяснением устанавливаемых ценностей и личный пример руководителя. Второй способ требует понимания менеджерами сути и значения организационной культуры

в повседневности, а также постоянных усилий по корректировке отношений посредством презентации образцов, смысловых дискурсов в соответствии с обозначенными нравственными принципами. Унификация ценностей, ежедневная работа по их вживлению в реальную коллективную деятельность способны привести организацию к успеху [3, с. 45–51]. Кризис же корпоративной культуры выражается в том, что большинство членов организации не принимают её правила, утрачивают доверие к воззваниям и декларациям руководства, которые в определённый момент оказываются предельно абстрагированными от «неформальной человечности», необходимой для творческого и профессионального самовыражения, для предъявления личной ответственности. Фактически эти правила уже превратились в некий декоративный фасад, «который все видят, но в который<...> уже мало кто верит» [1, с. 127]. В предельном смысле отстранённость от ответственности в сочетании со слабостью личностной позиции способны привести к аморализму в профессиональной практике. В этом случае необходимы изменения, новые подходы к управлению культурой организации. Эти изменения начинаются с активизации диалога между сотрудниками и администрацией по поводу ценностей, принципов, общих норм взаимодействия и развития. Подобная культурная коммуникация становится условием обновления и становления сильной внутриорганизационной идентичности.

Управление культурой – достаточно длительный процесс, так как базовые представления, лежащие глубоко в сознании, верованиях, привычках лю-

дей, невозможно изменить за короткий период. Изменения происходят в умах; часто трудно быть уверенным, произошли они или нет. Проверкой результативности подобных изменений может быть тот факт, что после смены лидера – проводника новой культуры люди продолжают воспроизводить достойные образцы поведения.

Но возможно ли, исходя из этих предельно общих положений, оценивать деятельность реальных организационных структур, нацеленных, например, на получение прибыли, производственные инновации и т.п., – с позиций моральных ценностей (ответственности, в частности)? Безусловно, поступки людей в таких сферах, как управление, бизнес, которые неотделимы от общественной практики, подчинены нравственным нормам, так как базируются на взаимных обязательствах (долг), ожиданиях и эмоциональном обмене. Моральные принципы деятельности предприятий и управленческой практики не следует отчуждать от нравственности отдельных личностей, включённых в данные отношения. Теоретически структуры, подтачивающие моральные основания, являются малопродуктивными и неустойчивыми. Но сама практика социального развития, особенно в переходные или кризисные периоды, сдерживает этический оптимизм, прогнозирующий неэффективность и нестабильность таких структур, и вынуждает искать способы осуществления внешнего социального контроля. Субъектами этической критики отдельных организационных структур могут выступать различные субъекты гражданского общества: правозащитные группы, сторонники

защиты окружающей среды, те, кто занимается правами потребителей и т.п. Именно широкой общественности, а не только зарубежным партнёрам, адресована практикуемая бизнесом ежегодная нефинансовая отчётность (иначе – отчёты по КСО).

Общая задача современного управления человеческим капиталом – оформление организационных структур и культуры таким образом, чтобы они стимулировали, активизировали индивидуальное развитие профессионала, содействовали его жизнеутверждению и социальной ответственности, вооружив значимыми для него групповыми ценностями, что, в свою очередь, повышало бы эффективность взаимодействий в достижении общей цели.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Градосельская Г.В. Мифы новых российских корпораций // Неприкосновенный запас. М.: Новое литературное обозрение, 2006. № 4–5. С. 126–137.
2. Золотухина-Аболина Е.В. Современная этика: истоки и проблемы. Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ», 2000. 442 с.
3. Михайлина С.А. Корпоративная социальная ответственность: учебное пособие. М.: МИЭТ, 2013. 120 с.
4. Пирогов А.И., Привалова И.Ю. Философия управления как методологическая основа социального управления в информационном обществе // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2014. № 1. С. 110–119.
5. Растимешина Т.В. Возвращение церкви объектов культурного наследия в контексте внутривластных тенденций в России // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2014. № 1. С. 143–150.
6. Фромм Э. Психоанализ и этика. М.: Республика, 1999. 415 с. (Б-ка этической мысли).