

ются *при* Бытии. Поэтому диалог есть такое событие, которое выступает как *со-Бытие*. То пространство, в котором возможна встреча с Другим как диалог – это пространство языка, смысла. Язык дружен нам и словно помогает нашему пониманию. Замечательна переключка русского слова «событие» как со-бытия, где подчеркивается момент сопричастности бытию, и немецкого слова «das Ereignis» – события как о-своения, при-своения, где подчеркнут момент собственного, где завершается собственно становление собой.

Все это так, и в данном языке представляется верным. Но сказанное в “большом языке”, тем более в эпоху «заката метанарраций» по словам Лиотара, быть может, не помогает нашему пониманию, но как-то даже подавляет. Остаются сомнения... и вопросы.

Вернемся к нашему эпитафю. Меня все время занимало: в чью же все-таки переносицу летит трость подвыпившего поэта? С кем он таким способом вступает в диалог перед зеркалом? Литературовед или структурный аналитик скажет: со своим Alter Ego, внутренним Я. Но это слишком простой ответ, а значит – не философский. Ведь со времен Платона внутренний разговор со своей душой называют мышлением. Так значит, поэт таким образом мыслит? Это явный промах. Структурный анализ, похоже, проходит мимо диалогического мышления. Препарируя, будто патологоанатом, произведение как текст, измеряя вдоль и поперек «Троицу» Рублева, структуралист потчует нас «трупом», в лучшем случае – «скелетом» художественного творения. (А душу, душу-то живую загубили?!!) Кажется, это не праздный вопрос. Для меня он выливается в три вышеназванных:

1. Возможна ли вообще социальная онтология?
2. Как возможен диалог?
3. Как возможен Другой?

Вы замечаете, что вопросы поставлены будто бы в обратном порядке, от сложного к простому. На самом деле мы должны двигаться от более поверхностного к изначальному, глубинному. Далее (в продолжение данной статьи) это движение предстанет в виде нескольких тезисов, которые сами больше напоминают вопросы, чем устоявшиеся положения или утверждения. Кто ждет готовых ответов, или руководящих указаний, а тем более прагматических выгод, тот должен был бы почувствовать хотя бы некоторую неловкость и, возможно, неуместность в философии; а потому стал бы перетолковывать и самую философию как руководство к действию.

Список использованных источников

1. *Хайдеггер, М.* Кант и проблема метафизики / М. Хайдеггер; пер. с нем. И. В. Жука // Мартин Хайдеггер и философия XX века: сб. докл. – Минск: «Менск», 1997. – 200 с.

(Дата подачи: 20.02.2015 г.)

Э. Н. Каленчук

Полесский государственный университет, Пинск

E. Kalenchuk

Polesky State University, Pinsk

УДК 316.75

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТЕ ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

CORPORATE CULTURE IN THE CONTEXT IDEOLOGICAL PROCESSES

В статье подчеркивается важность учета смены поколений, трансформации ценностной системы населения, учета сложных макроэкономических реалий, в которых функционируют предприятия на данном этапе. Сделана попытка сравнительного анализа основных элементов феноменов государственной идеологии и корпоративной культуры. Рассмотрена проблема замещения духовного вакуума на уровне производственных структур и организаций ресурсами корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура; государственная идеология; организационная культура; система ценностей; социальные коммуникации.

The article emphasizes the importance of considering the change of generations, the transformation of the value system of the population, taking into account the complex macroeconomic realities in which businesses operate at this stage. Attempted a comparative analysis of the main elements of the phenomena of state ideology and corporate culture. The problem of substitution spiritual vacuum at the level of production structures and organization of resources of corporate culture.

Key words: corporate culture; state ideology; organizational culture; system of values; social communication.

Важнейшей задачей обеспечения поступательного развития белорусского общества на современном этапе выступает формирование в общественном сознании населения страны устойчивых духовных ориентиров социального прогресса.

Одним из составляющих данного процесса является разрешение проблемы коммуникативной общности различных социальных групп и создание условий для общенационального диалога по актуальным вопросам функционирования социально-экономической, политической и духовно-информационной подсистем общественной жизни.

Актуальной является проблема повышения уровня интегративности белорусского социума, которую возможно определить через призму поиска механизмов, обеспечивающих воспроизводство общенациональной идеи во всех сегментах социальной структуры.

Существенной особенностью этих механизмов должно стать обеспечение информационно-идеологического взаимодействия между общенациональным и корпоративным пространствами социальных коммуникаций. Фактически речь идет о необходимости формирования взаимосвязей между

процессами воспроизводства и функционирования общегосударственной идеологии и корпоративных идеологий и культур экономических субъектов и значительной части негосударственных общественных объединений.

Важной предпосылкой поиска точек соприкосновения данных феноменов является их принадлежность к сфере общественного сознания, предопределяющая наличие общих составляющих в перечне характеризующих их особенностей.

Необходимо отметить, что современное гуманитарное знание характеризует идеологию как одну из форм общественного сознания. В соответствии с одним из наиболее устоявшихся определений, понятие идеологии (от греч. *Idea* – идея, образ и *logos* – слово, понятие) представляет собой систему исторически сложившихся концептуально-теоретических взглядов и идей, а также эмоционально-психологических средств, выражающих основные социальные программы и приоритеты, интересы и цели, идеалы и ценности определенных социальных общностей и организаций, наций и государств, политических партий и общественных движений, направляющих их деятельность на сохранение или преобразование существующего общественного устройства [1].

В качестве важнейших компонентов структуры идеологии принято рассматривать знания, взгляды, ценности, нормативы, убеждения, волевой компонент, а также идеологические действия, процессы и идеологические институты и структуры. Данные составляющие отражают в своем содержании сущность общественного строя и его базовые идеалы и объединяют рационально-логический, эмоционально-чувственный и массово-психологический уровень воспроизводства идеологии.

Среди функций идеологии практически всеми исследователями указываются познавательная-ориентационная, прагматическая и мобилизационная [2].

Определения корпоративной культуры отличаются несколько большим смысловым и содержательным разнообразием.

Один из наиболее известных исследователей корпоративной культуры Э. Шейн, определил ее как «модель поведенческих норм, разделяемых всеми, которая была использована в прошлом и признана правильной и, следовательно, должна быть передана для усвоения новым членам организации как единственно правильный способ восприятия, представления и отношения...» [3].

Дж. Коттер и Дж. Хескетт выделили два уровня культуры: ценностный и поведенческий. По их определению, ценности – это «представления о том, что является жизненно важным; ценности в разных компаниях различны: в одних это деньги, в других – технологические изобретения или благосостояние сотрудников» [4].

П. Друкер рассматривал корпоративную культуру как подлинное организующее начало, представляющую собой среду, созданную совместной деятельностью людей.

Одно из наиболее полных представлений о содержании корпоративной культуры сформулировано Ф. Харрисом и Р. Мораном, которые предложили выделить десять содержательных характеристик, свойственных любой корпоративной культуре:

1. Осознание себя и своего места в организации.
2. Коммуникационная система и язык общения.
3. Внешний вид, одежда и представление себя на работе.
4. Привычки и традиции, связанные с приемом и ассортиментом пищи;
5. Осознание времени, отношение к нему и его использование: восприятие времени как важнейшего ресурса или пустая трата времени, соблюдение или постоянное нарушение временных параметров организационной деятельности.
6. Взаимоотношения между людьми: влияние на межличностные отношения таких характеристик как возраст, пол, национальность, статус, объем власти, образованность, опыт, знания. Соблюдение формальных требований этикета или протокола; степень формализации отношений, получаемой поддержки, принятые формы разрешения конфликтов.
7. Ценности как совокупности представлений о том, что хорошо, а что – плохо и нормы, представляющие собой набор предположений и ожиданий в отношении определенного типа поведения.
8. Мировоззрение: вера или отсутствие веры в справедливость, успех, свои силы, руководство; отношение к взаимопомощи, к этичному или недостойному поведению, убежденность в наказуемости зла и торжестве добра;
9. Развитие и самореализация работника.
10. Трудовая этика и мотивирование: отношение к работе как ценности или повинности; ответственность или безразличие к результатам своего труда; отношение к своему рабочему месту. Качественные характеристики трудовой деятельности достойные и справедливая связь между вкладом работника и его вознаграждением; планирование профессиональной карьеры работника в организации [5].

Перечень направлений воздействия корпоративной культуры на сознание членов организованного сообщества значителен и включает познавательную, ценностно-образующую, коммуникационную, нормативно-регулирующую, мотивирующую, инновационную, стабилизационную, охранную, интегрирующую, регулирующую, заменяющую и адаптивную функции [4].

Таким образом, можно утверждать о наличии взаимопроникновения в содержательной и функциональной составляющих феноменов политической идеологии и корпоративной культуры.

К 80-м гг. XX в. концепция корпоративной культуры прочно завоевала одно из ведущих мест в литературе по теории организации. Логичность появления теории корпоративной культуры связана с развитием корпоративного управления, выступающим объединяющим фактором интересов различных групп, влияющих на функционирование корпораций [4].

Специалисты по управлению производством из США и Западной Европы были одними из первых, кто сосредоточился на организационной культуре как на нематериальной составляющей успешной конкуренции и экономического благополучия, побудившей производителей к поиску новых способов эффективности производства продукции.

К концу 80-х гг. проблема корпоративной культуры обозначилась как одна из приоритетных в практиках управления организациями в США и Западной Европе. Причиной этого стало появление на международных рынках японских, а затем китайских производителей, как постоянных конкурентов в области наукоемкой продукции. Ведущим фактором развития корпоративной культуры стало предположение, что с помощью данного понятия возможно объяснить разницу в эффективности деятельности различных организаций.

На современном этапе актуальность формирования и совершенствования корпоративной культуры обусловлена вступлением современной цивилизации в постиндустриальную фазу развития, основанной на иных практиках взаимодействия людей и организаций, в сравнении с индустриальным периодом.

Важным обстоятельством совершенствования корпоративной культуры выступает эволюция развития организации, характеризующаяся переходом от рациональных, иерархически жестко структурированных организационных схем, к современным, имеющим более гибкие системы производства и взаимоотношениями между администрацией и подчиненными.

Помимо объективных причин (изменение рыночной конъюнктуры, ужесточение международной и внутренней конкуренции, доступность информации, угроза кризисов и т. п.), столь высокий интерес к организационной культуре в промышленно развитых странах был детерминирован продуманным продвижением идеи повышения эффективности деятельности организаций путем формирования этических ценностей и норм, идеологии управления, сплачивающих коллектив и гуманизации корпораций.

Следует отметить, что в советский период взаимная интеграция господствующей идеологии и производственной культуры в широком смысле этого понятия являлись одной из основных особенностей политической системы. Среди ее основных элементов необходимо выделить:

- деятельность на предприятиях, а также в учреждениях и организациях партийных, комсомольских и профсоюзных ячеек, воспроизводивших ценностные и нормативные ориентиры политического режима в трудовых коллективах и, таким образом, обеспечение поддержки в сознании работников представлений об общенациональных приоритетах.
- комплекс мероприятий производственного, информационно-просветительского, культурного и спортивного характера, проводившихся в связи с информационными поводами общесоюзного, республиканского и местного значения;

- наличие символических рядов, исполненных средствами изобразительного музыкального и киноискусства, в содержании которых были со вмещены общенациональные и производственные элементы;

- развитая инфраструктура идеологической, культурно-просветительской, оздоровительной и спортивно-массовой работы на предприятиях, включавшая в себя ведомственные дворцы и дома культуры, библиотеки, стадионы, спортивные залы, а также источники и механизмы материально-технического обеспечения данной подсистемы.

Таким образом, формировались модели производственного поведения трудящихся, ориентирами которых выступали патриотизм, терпение, энтузиазм и самопожертвование.

С распадом СССР произошло разрушение институциональных оснований и функциональных механизмов советской государственной идеологии. В общественном сознании образовался «идейный вакуум», особенностями которого стали размывание четких представлений о целях и перспективах социального бытия и снижение удельного веса коллективного действия в общем объеме социальных взаимодействий. Фактически в многоуровневой системе воспроизводства идеологических отношений произошло исчезновение элементов высшего уровня, определявших стратегию ее функционирования.

С начала 2000-х гг. в Республике Беларусь по инициативе Президента страны А. Г. Лукашенко возобновлена деятельность по формированию нормативно-правовых, теоретических, информационных и организационных оснований государственной идеологии. Сформированы концептуальные представления об идеологии белорусского государства, как совокупности ряда составляющих: национально-государственной идеи, основных ценностей и приоритетов развития Республики Беларусь, программ по реализации концепции основ идеологии белорусского государства и информационно-идеологической работы с населением [6].

В содержании принятых нормативно-правовых актов определены основные цели, направления методы и формы идеологической работы на предприятии. В соответствии с разработанными подходами к организации идеологической работы на предприятии «корпоративная культура – это система принципов и норм поведения, реально объединяющая людей на предприятии с целью достижения высокой конкурентоспособности производства». На данном этапе формирование корпоративной культуры рассматривается как действенный метод консолидации трудового коллектива. Ее основной задачей рассматривается воспитание у каждого работника трудовой дисциплины, преданности предприятию и уверенности в достижении высоких результатов в труде, а также постоянное повышение качества производства [7; 8].

Легитимизация корпоративной культуры в пространстве современного идеологического дискурса выступает существенной предпосылкой для раз-

вития технологий внутрикорпоративных коммуникаций в экономической и социальных подсистемах белорусского общества. Необходимо обозначить ряд проблемных составляющих, разрешение которых, на наш взгляд, образует совокупность приоритетов в процессах формирования основ корпоративной культуры в современных условиях.

Во-первых, при моделировании корпоративной культуры в рамках отдельных хозяйствующих субъектов и учреждений необходимо принимать во внимание фактор смены поколений и трансформацию ценностных ориентаций у значительных слоев населения, вызванную сменой политического и экономического строя. К настоящему времени поведенческие установки советского производственного коллективизма в значительной степени утратили свое влияние в общественном сознании, а процессы их институционального воспроизводства фактически свернуты. Существенно вырос уровень мировоззренческого индивидуализма и вызванной им социальной атомизации населения. В данном аспекте формирование коллективистских начал в производственном сообществе представляется возможным в форме объединения фактических носителей индивидуалистических ценностей и поведенческих установок, осуществляемого на основе глубокого осознания и артикуляции общих профессиональных интересов работников и целенаправленной политики по подбору и воспитанию персонала.

Во-вторых, формирование механизмов корпоративной культуры требует учета сложных макроэкономических условий, в которых оказались в последние годы многие предприятия реального сектора. Императив выживания выдвигает на первый план активизацию мобилизационных ресурсов внутрикорпоративных коммуникаций. Возникает объективная потребность в переосмыслении системы поощрений работников в направлении повышения статуса инструментов их нематериального стимулирования. Обозначенные мобилизационные запросы требуют также, на наш взгляд, определенной корректировки подходов к выбору форм трудовой занятости, обеспечивающих усиление гарантий сохранения рабочего места сотрудников.

В-третьих, требует разрешения вопрос о выборе модели согласования базовых положений и механизмов государственной идеологии с содержанием и алгоритмами воспроизводства корпоративных культур. Очевидны изменения, произошедшие в деятельности значительного числа предприятий, которые вызваны сменой формы собственности на средства производства, а также входом в экономическую сферу Беларуси иностранного капитала. Это означает появление в экономике страны субъектов, чьи модели корпоративной культуры объективно могут вступать в противоречие с системой общепринятых идеологических императивов. Разрешение подобных противоречий возможно, с нашей точки зрения, путем выстраивания представлений об универсальной составляющей в процессах создания корпоративной культуры и формирования институциональных оснований, способных обе-

спечивать методическое и организационное сопровождение строительства внутрифирменных культурных практик.

В-четвертых, за период прошедших 15–20 лет произошло существенное расширение перечня методов идеологической деятельности в связи с распространением информационно-коммуникационных технологий. Существенно увеличилось количество источников информации, содержание политического информационного контента приобрело разнообразие и альтернативность. Коренным образом изменилась материально-техническая составляющая информационно-коммуникационных технологий, основой которой стали персональные компьютеры и сетевые образования. Ощутимо повысился уровень компьютерной культуры работников. Образ «говорящей головы» перестал восприниматься как моноисточник организационных норм и преобразований.

Произошедшие трансформации не допускают возможности исключения элементов информационно-коммуникационных технологий из процессов формирования организационных отношений: подготовки и распространения документации и объявлений, подготовки и проведения разнообразных мероприятий, создания и внедрения корпоративной символики.

Список использованных источников

1. Основы идеологии белорусского государства: учеб. пособ. для вузов; под. общ. ред. С. Н. Князева, С. В. Решетникова. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2004. – 491 с.
2. Мельник, В. А. Политические идеологии: учеб. пособие / В. А. Мельник. – Минск: Выш. шк., 2009. – 399 с.
3. Соломанидина, Т. О. Организационная культура компании: учеб. пособие / Т. О. Соломанидина. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 624 с.
4. Корпоративное управление: учеб. пособие / В. Г. Антонов [и др.]; под ред. В. Г. Антонова. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 288 с.
5. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.
6. Паречина, С. Г. Концептуальные основы идеологии белорусского государства: метод. пособие / С. Г. Паречина. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2005. – 68 с.
7. Организация идеологической работы в трудовом коллективе // Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ias.gov.by/nfiles/000016_882953.pdf. – Дата доступа: 04.02.2015.
8. Организация идеологической работы в системе органов исполнительной и распорядительной власти Республики Беларусь // Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ias.gov.by/nfiles/000016_64655.pdf. – Дата доступа: 06.02.2015.

(Дата подачи: 18.02.2015 г.)