**Корпоративная культура**

1. Понятие культуры, этики, этикета, цивилизации (маленький словарь)
2. Национальные особенности культуры
3. Из истории российской деловой культуры
4. Понятие корпоративной культуры, ее принципы и признаки
5. Функции духовной культуры вообще и корпоративной духовной культуры в частности
6. Внешняя и внутренняя среда корпорации и круг субъектов ее интересов
7. Основные подходы к правильному восприятию деловых партнеров 1.7.1 .Системный подход

**1 Л.Понятие культуры, этики, этикета, цивилизации (маленький словарь)**

*Культура* (от лат. cultura - возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание) - исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях; понятие "культура11 применяется для характеристики определенных исторических эпох (например, античная культура), конкретных обществ, народностей и наций (например, культура майя), а также специфических сфер деятельности или жизни людей (например, культура труда, быта, художественная культура); в более *узком смысле -* сфера духовной жизни людей. Культура *в широком смысле* включает в себя предметные результаты деятельности людей (машины, сооружения, результаты познания, произведения искусства, нормы морали и права и т. д.), а также человеческие силы и способности, реализуемые в деятельности (знания, умения, навыки, уровень интеллекта, нравственного и эстетического развития, мировоззрение, способы и формы общения людей). Такое определение можно обнаружить в СЭС. (Эту аббревиатуру, а также название "Энциклопедический словарь" мы будем в дальнейшем применять для обозначения неоднократно издававшегося массовыми тиражами Советского энциклопедического словаря. В частности, мы пользуемся изданием: Советский энциклопедический словарь/Научный совет: А. М. Прохоров (пред.) и др. - М.: Советская энциклопедия, 1981.) Как мы видим, полное определение понятия культуры включает множество составляющих ее элементов, уровней, смыслов. Поэтому в конкретном случае следует обозначать контекст, смысл, в котором употребляется это понятие. В частности, очень часто понятие "культура" используется *в узком смысле,* т. е. для обозначения только *духовной культуры,* только набора этических норм и правил, обычаев и традиций, а применительно к культуре организации - для обозначения традиций, норм, правил, обычаев, влияющих на поведение работников организации.

Для обозначения явлений этого круга более адекватным представляется понятие "этика".

*Этика* как философская наука изучает мораль. *Мораль -* форма общественного сознания, общественный институт, выполняющий функции.

регулирования поведения человека. Понятие *"этика"* имеет и второе значение: *это система норм нравственного поведения и обязанностей людей по отношению друг к другу и обществу в целом.*

В деловой сфере сейчас развивается *этика делового общения (ЭДО) -прикладная наука, которая изучает факторы формирования и проявление в деловой сфере неких моральных критериев, норм, нравственных параметров в отношениях между производителями и потребителями, служащими и руководством компаний, торговцами и покупателями, компаниями и государством, компаниями и обществом.*

Попутно определим понятие *"этикет": это совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям.* Знание правил этикета и следование его предписаниям может на какое-то время ввести в заблуждение относительно моральных установок и ценностей человека, которыми он руководствуется, но деловая сфера, в которой люди решают проблемы обеспечения своих самых насущных потребностей, способствует быстрому раскрытию истинного лица.

Мы считаем целесообразным рассматривать все аспекты корпоративной культуры, т. е. использовать понятие "культура корпорации" в широком смысле.

*Материальная культура* - физические объекты, созданные человеческими руками (их называют артефактами - от лат. artefactum - искусственно сделанное, в нашем случае - процесс или образование, несвойственное природе и возникающее обычно в ходе ее преобразования): паровая машина, книга, погребение, храм, орудие труда, жилой дом, галстук, украшение, плотина и многое другое. Артефакты отличаются тем, что они созданы человеком, несут в себе определенное символическое значение, выполняют определенную функцию и представляют известную ценность для группы или общества.

*Нематериальная, духовная культура:* нормы, правила, образцы, эталоны, модели поведения, законы, ценности, церемонии, ритуалы, символы, мифы, знания, идеи, обычаи, традиции, язык. Они тоже результат деятельности людей, но сотворены не руками, а разумом и чувствами. Нематериальные объекты нельзя трогать, слышать, видеть, осязать, они существуют в нашем сознании и поддерживаются человеческим общением. (Но их можно выразить, передать "из уст в уста" посредством устной и письменной речи.) Практически так же определяется понятие "культура" в социологии. Согласно "Краткому словарю по социологии", слово "культура" применяется в двух смыслах:

1) личностная система осознаваемых как ценности самим индивидом и ценимых в обществе качеств ума, характера, воображения, памяти, полученных в процессе воспитания и образования. В этом смысле говорят о нравственной, эстетической, политической, бытовой, профессиональной, гуманитарной и научно-технической культуре. В обыденном сознании культура ассоциируется с развитыми творческими способностями, эрудицией, пониманием произведений искусства, свободным владением

языками, аккуратностью, вежливостью, самообладанием, моральной ответственностью, художественным вкусом. Уровень культуры личности определяется ее социализированностью, приобщенностью к культурному наследию, степенью развитости индивидуальных способностей; 2) социальная система организованных при помощи норм и ценностей функционально полезных, закрепившихся в общественной практике и сознании общества форм деятельности. Культура в обществе представлена материальными предметами, социальными установлениями (институтами, традициями), духовными ценностями. Здесь понятие "институт" используется для обозначения совокупности норм права по определенному кругу общественных установлений (институт брака, институт права и т. д.). В психологии используется понятие *"ментальный", т. е. относящийся к психике, к интеллекту.*

Наверное, правильно будет сказать, что культура - это единство материального и ментального в жизни личности, группы, общности. В человеческом существовании **не бывает отсутствия культуры.** Можно только говорить о различных уровнях развития тех или иных аспектов культуры, исследовать их и находить объяснения различиям. Существует понятие *"субкультура": 1) культура какой-либо социальной или демографической группы; 2) в чем-то ограниченная культура социальной общности, обусловленная бедностью ее социальных связей, неполнотой или затрудненностью доступа для нее к культурному наследию. В рамках корпоративной культуры субкультурой является культура формальных (подразделений) и неформальных групп.*

Часто для обозначения аналогичных явлений используются понятия "цивилизация", "уровень цивилизации". В социологии, изучающей общество и происходящие в нем процессы, нет однозначной трактовки понятия "цивилизация". Само слово происходит от латинского civilis - гражданский, государственный. В средние века, да и сейчас тоже, "цивильным" называют человека, умеющего хорошо себя вести, т. е. обладающего знанием этикета, а "цивилизовать" означает "делать благовоспитанным, вежливым, любезным". Долгое время культуру и цивилизованность отождествляли. Первым разграничил эти два понятия И. Кант, родоначальник немецкой классической философии. О. Шпенглер, также немецкий философ и историк, в своем труде "Закат Европы" противопоставляет явления культуры и цивилизации, отмечает специфику обществ, выражающуюся в способе проживания жизни и биоритме жизни, а также в особенности прохождения фаз развития -рождения, детства, молодости, зрелости, старости, "заката". При этом культура олицетворяет этап развития, эволюции общества, а цивилизация -его механицизм в развитии, инволюцию, окостенение культуры и распад. Европейская цивилизация - на стадии "заката". Здесь культура рассматривается в узком смысле, только как духовная.

А. Тойнби, английский историк и социолог, считал цивилизации системами, в которых элементы соответствуют и влияют друг на друга, а сами системы могут быть исследованы с использованием сравнительно-исторического

метода. Интегральный критерий сравнения - степень достижения конечной  
цели, целевой установки. Основной критерий роста - от простой реакции на  
внешние вызовы к преобладанию вызовов изнутри системы, из сознания  
личности, в направлении самоопределения. ^

Постепенно в европейском сознании утвердилось представление о цивилизации как вершине технических достижений человечества, связанных с компьютеризацией, освоением космоса, новых видов энергии, т. е. как вершине успехов человечества в достижениях материальных ценностей, а с культурой обычно связывают духовные достижения.

Тем не менее не будем забывать, что *культура в широком смысле включает в себя кроме "достижений духа" и все то, что мы относим к достижениям цивилизации.*

Процесс восприятия элементов культуры, пропускания через сознание, осознания, включения в состав внутренних императивов и оценочных критериев поступков и поведения составляет основу социализации человека. Сами того иногда не осознавая, мы находимся под воздействием многих культур, отражающих как общий процесс развития человеческого общества, так и специфические черты развития сообществ, групп. Покажем многообразие воздействующих на человека, группу, организацию норм и правил поведения, которые являются также и источником формирования собственной духовной культуры субъекта.

1. **Общечеловеческие этические нормы** - признаются большей частью цивилизованного человечества, восходят к древности, отражают общее в многовековом опыте человеческого общения, близки к общим религиозным заповедям ведущих мировых религий (некоторые из заповедей Моисея, Христа, Мухаммеда, Будды). Общечеловеческим достоянием в области этики являются учения философов мировой величины - от древних греков до наших дней.
2. **Теономная этика** - этические нормы и правила религиозных учений от очень строгих, подробно расписывающих поведение своих приверженцев (иудаизм), до достаточно "либеральных" (протестантизм). Еще раз вспомним здесь "золотое правило общения", сформулированное Иисусом Христом, которое определяет необходимость оценки результата своего деяния хотя бы с позиции собственной личности: как бы я оценил поступок, если бы его совершили по отношению ко мне? Из ответа на этот вопрос может последовать несовершение действия по отношению к другому, если такой поступок по отношению к себе воспринимался бы как негативный. Из этого же правила следует и необходимость включения механизма эмпатии ("вживание" в шкуру партнера, восприятие ситуации его органами чувств) для правильного восприятия и понимания человека.
3. Идеологическая этика - нормы и правила, определяемые правящей группой, элитой, отражающие особенности общественно-экономической формации, системоцентрическую ("кодекс строителя коммунизма") или персоноцентрическую основу общества.
4. **Национальная этика** - нормы и правила, входящие в структуру менталитета нации и фиксирующие те отличия в поведении, которые выделяют данную нацию среди других ("Поучения Владимира Мономаха", "Домострой").
5. **Профессиональная этика** - включает особые требования общения, предъявляемые к носителям той или иной профессии, принадлежность к которой подразумевает влияние на существование других людей.
6. **Региональная, местная этика** - включает особые нормы поведения представителей данной местности (экономность, хлебосольство, отношение к юмору).
7. **Корпоративная этика** - включает нормы поведения, принятые в данной фирме.
8. **Групповая этика, явление субкультуры** - нормы поведения в коллективе, группе, включая семью. Особую заботу общества представляет этика поведения в социальных группах с девиантным поведением, субкультура таких групп.
9. **Индивидуальная этика** - личностная система норм и правил поведения и оценки поступков, формирующаяся в процессе онтогенеза (индивидуального развития) и социализации человека.

Влияние различных видов этических норм и правил на человека и общность происходит одновременно, а личность находится в состоянии постоянного нравственного выбора между нормами разных групп и уровней, и в выборе нравственных императивов проявляется нравственная зрелость личности, свобода выбора и индивидуальность.

В чем отражается, в чем "сидит" культура? Личная культура - в нашей душе: наших мыслях, в организации процесса мышления, в восприятии, в оценках, в приписывании причин, в речи, вообще в мировоззрении, в эмоциях, чувствах. Поэтому можно говорить о культуре чувств, культуре мышления. Культура организации - в "душе" (или "духе") организации, в уровне ее материального и духовного развития.

Индикаторы, показатели, проявления культуры, на основе которых можно делать какие-то выводы, - это поступки, поведение, воспринимаемое теми, кто оценивает уровень культуры. Поведение многими учеными (в частности, К. Марксом, выдающимся экономистом и социологом) считается единственной основой для более или менее правильных выводов, поскольку в отличие от мотивов, намерений, даже слов, может объективно наблюдаться. Если вы будете опираться на мотивы и намерения, которые, как вы считаете, характеризуют человека, вы, сами того не подозревая, будете руководствоваться домыслами, а если возьмете за основу слова, вам понадобятся дополнительные доказательства их истинности и правильности понимания и вами, и другими людьми.

В чем проявляется поведение корпорации, мы будем рассматривать в разделах, посвященных специфике восприятия культуры корпорации различными субъектами. **1.2.Национальные особенности культуры**

**Особенности национального развития,** естественно, накладывают отпечаток на состав и содержание корпоративной культуры. Замечено, что структура и иерархия потребностей и мотивов поведения людей в разных странах в целом неодинаковы, не говоря уже о наличии **индивидуальных различий,** и это существенно влияет на такие элементы культуры, как идеалы, цели, критерии оценки поведения. Выдающийся американский психолог, представитель гуманистического направления в психологии А. Маслоу создал иерархическую теорию потребностей (графическое изображение потребностей, в соответствии с этой теорией - "пирамида Маслоу"), согласно которой действия человека определяются его стремлением к удовлетворению той или иной потребности. Сами же потребности можно представить как уровни пирамиды: нижний уровень - физиологические потребности, выше - потребности в безопасности, еще выше - социальные, еще выше - потребности в уважении, в достижениях, самый верхний уровень - потребность в самореализации, самоактуализации. Вот человек и стремится последовательно удовлетворять свои потребности, начиная с физиологических и шагая по жизни от удовлетворения одной потребности к удовлетворению другой потребности, как говорится, "все выше и выше".

Чувство неудовлетворенной потребности "толкает изнутри", является побуждением, одним из мотивов к тем или иным действиям, деятельности, поступкам, поведению. Эта теория широко известна современным менеджерам и используется как для объяснения причин того или иного поведения работников, так и для стимулирования "нужного" поведения. Многие представители менеджмента считали эту "пирамиду потребностей" всеобъемлющей моделью потребностей человека. Правда, сам автор признавал "нежесткий характер пирамиды потребностей" и наличие многих исключений. Сейчас теория А. Маслоу, сформулированная им в 1943 г., критикуется с позиции необходимости признания объективности различий как национальных, так и индивидуальных.

Попутно заметим, что многие специалисты считают эту иерархию потребностей отражением именно **американского образа жизни, специфики американской культуры.** Специалисты в области социальной психологии установили, что руководители из развивающихся и юго-западных европейских стран более всего стремятся удовлетворить *социальные потребности (т. е. для них "пирамида потребностей", по сути, завершается на третьем-четвертом уровне)*, что, кстати, говорит о важности использования при работе с ними таких видов вознаграждения, как повышение статуса, социальное уважение, признание заслуг. Как различны мотивы поведения в разных странах, так же неодинаковы принципы этичного (напомним, этичный - это "культурный" в узком смысле этого слова, т. е. включающий только духовные, нравственно-этические аспекты культуры) поведения в бизнесе, хотя можно отметить и общее: **ожидание честности, порядочности, уважения к интересам партнера, компетентности.**

Выпущенный в нашей стране в последние годы ряд книг из серии "Наши деловые партнеры" содержит, в частности, примеры и нормы этики делового общения в разных странах.

Например, как деловые партнеры **американцы** приучены: 1) дорожить данным словом; 2) оправдывать доверие партнера; 3) прибегать к юридическим формам защиты своих интересов, очень тщательно составлять документы; 4) уважать профессионализм, высокую компетентность; 5) точно соблюдать сроки и обязательства; 6) решать в первую очередь принципиальные вопросы, а доработку деталей поручать исполнителям рангом ниже и юристам. Это вовсе не означает, что все бизнесмены в Америке руководствуются этими этическими нормами; не случайно совместная работа, посвященная психологии российско-американского делового партнерства, называется "Акулы и дельфины". В бизнесе любой страны в избытке акул, но общение с ними, как правило, непродолжительно, ограничивается одним контактом. "Акула бизнеса" обычно не осознает, что основа устойчивого успеха - длительные и постоянные деловые связи. Приведем несколько положений, определяющих особенности **японской национальной этики делового общения:**

* в деловых отношениях японцы стремятся установить личные взаимоотношения, неформальным связям придают не меньшее значение, чем официальным, поэтому первый контакт лучше осуществлять по рекомендации известного японской фирме лица;
* создается впечатление, что для японцев важнее сам процесс переговоров, чем их результат, однако это лишь стремление создать атмосферу сотрудничества, что не так-то просто с незнакомыми людьми, тем более представителями другой культуры. Именно поэтому решение проблем начинается с простых вопросов, по которым нетрудно прийти к согласию, и именно поэтому деловые встречи часто происходят в неформальной обстановке, в ресторане;
* японская культура, и в том числе этика делового общения, заботится о том, чтобы не было нанесено урона самолюбию каждого человека, поэтому следует хорошо знать нюансы японского языка и поведения, чтобы понять, например, что вам вежливо отказали, хотя при этом кивали головой (по-нашему, в знак согласия) и улыбались;
* японцы предпочитают выслушать все аргументы, а затем перейти к их осмыслению; то, что они кивают головой во время вашего выступления, означает понимание услышанного, а отнюдь не согласие с ним;
* прежде чем давать согласие на сотрудничество, в японских фирмах предпочитают согласовать вопрос предварительно со всеми будущими участниками работы, чтобы они были морально подготовлены к этой работе заранее, и в этом случае проблем на стадии реализации проекта не возникает;
* японцы придают большое значение вопросам этикета, который у них тоже своеобразен. Это относится к соблюдению принципа равного статуса представителей договаривающихся сторон, приветствий, обмена визитными

карточками, размещения за столом, поведения за столом и другим этапам и процедурам взаимодействия. **О праве наций на опоздание**

Пунктуальность немцев, педантичность англичан, темпераментность итальянцев общеизвестны. Однако, по мнению Питера Колета, социолога Оксфордского университета, здесь мы имеем дело с так называемыми культурными стереотипами, которые мало соотносятся с реальностью. Колет провел опрос 200 менеджеров из шести европейских стран. Респондентам было предложено опреде-лить свое отношение к таким категориям, как "пунктуальность", "дисциплинированность", а также указать, какое опоздание они считают простительным, а какое - возмутительным. Результаты исследования оказались неожиданными. Выяснилось, например, что знаменитых своей пунктуальностью немцев не раздражает 10-15-минутное опоздание, тогда как у англичан считается дурным тоном ждать больше 8 минут. Рекорд по длительности опозданий поставили французы: они готовы ждать до 25 минут!

По классификации Колета, все нации делятся на так называемые монохронные (их представители рассматривают время линеарно, в виде бесконечной прямой) и полихронные (время представляется им в виде спирали). Те, кто воспринимает время линеарно (немцы, англичане, скандинавы), обычно демонстрируют большую пунктуальность и вообще придерживаются дисциплины часов. Полихронисты же (итальянцы, испанцы, французы, русские) воспринимают время хаотически, свободно переносят встречи, охотно опазды-вают сами и прощают опоздания другим. **1.3. Из истории российской деловой культуры**

Из "Поучения" Владимира Мономаха (Великий князь Киевский с 1113 по 1125 г.): "...Что знаете хорошего, того не забывайте, а чего не знаете, тому учитесь... А леность - мать всему дурному: ленивый что умеет, забывает, а чего не умеет, тому не учится; вы же, поступая хорошо, не ленитесь на все доброе". Из "Домостроя": "...А кто в еде или каком рукоделье нечисто готовит и в ремесле каком украдет что или соврет, и притом побожится ложно: не настолько сделано или не в столько стало, а он врет, - так и такие дела не угодны Богу, и тогда их запишут на себя бесы, и за это все взыщется с человека в день Страшного суда".

"...А торговые люди, и земледержцы также: и рукодельничают, и пашут, не крадучи, не разбоем, не граблением, не поклепом; не вылгав, не выбожив, не разной злохитростью, не резоимством; но прямою своей си-лою и благословенными плодами, и праведными трудами торгуют и рукодельничают, или пашут хлеб и всякое обилие, и всякое дело творят по христианскому закону и заповедям Господним. И в этом веке Богу угодят и жизнь вечную унаследуют".

В 1912 г. российскими предпринимателями было выработано *семь принципов ведения дел в Росси*

1. *Уважай власть.* Власть - необходимое условие для эффективного ведения дела. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в узаконенных эшелонах власти.
2. *Будь честен и правдив.* Честность и правдивость - фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетелей честности и правдивости.
3. *Уважай право частной собственности.* Свободное предпринимательство - основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.
4. *Люби и уважай человека.* Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себя во всем блеске.
5. *Будь верен своему слову.* Деловой человек должен быть верен своему слову: "Единожды солгавши, кто тебе поверит?" Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.
6. *Живи по средствам.* Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.
7. *Будь целеустремленным.* Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна, как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение "двум господам" противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

Вот что говорит *"культурный хозяин"Яков* Лукич Островнов в романе М. Шолохова "Поднятая целина": "...Стал я к агрономам прислухаться, начал за землей ходить, как за хворой бабой. Я и зерно протравливал и снегозадержание делал. Сеял яровые только по зяби без весновспашки, пары у меня завсегда первые. Словом, стал культурный хозяин..." В деятельности этого типичного представителя кубанского казачества первых лет советской власти - признаки культуры производства на селе: научный подход, применение передовых технологий, тяжелый собственный труд ("Работал я и сын с женой"), предприимчивость, системность (многообразие и взаимосвязь видов хозяйственной деятельности: производство пшеницы, кукурузы, животноводство и даже коневодство). *Моральный кодекс строителя коммунизма* (принят на XXII съезде КПСС в составе Программы КПСС) включает следующие нравственные принципы:

преданность делу коммунизма, любовь к социалистической Родине, к странам социализма;

добросовестный труд на благо общества: кто не работает, тот не ест;

забота каждого о сохранении и умножении общественного достояния;

высокое сознание общественного долга, нетерпимость к нарушениям общественных интересов;

коллективизм и товарищеская взаимопомощь: каждый за всех, все за одного; гуманные отношения и взаимное уважение между людьми: человек человеку - друг, товарищ и брат;

честность и правдивость, нравственная чистота, простота и скромность в общественной и личной жизни;

взаимное уважение в семье, забота о воспитании детей;

непримиримость к несправедливости, тунеядству, нечестности, карьеризму, стяжательству;

дружба и братство всех народов СССР, нетерпимость к национальной и расовой неприязни;

непримиримость к врагам коммунизма, дела мира и свободы народов; братская солидарность с трудящимися всех стран, со всеми народами. Некоторые особенности формирования и проявления национальной культуры целесообразно рассмотреть в контексте понятия "менталитет". Как определяют психологи, менталитет - совокупность принятых и в основном одобряемых обществом взглядов, мнений, стереотипов, форм и способов поведения, которая отличает это общество от других человеческих общностей. Если "вычесть" из общественного сознания то, что составляет общечеловеческое начало, в "остатке" мы найдем менталитет данного общества. Например, такие нормы, как любовь к родным, боль при их утрате, осуждение виновных есть практически у всех народов, а кровная месть входит в менталитет только некоторых. В сознании отдельного человека менталитет общества представлен в степени, которая зависит от активной или пассивной позиции личности в общественной жизни. Источники и факторы формирования менталитета не имеют однозначного определения, у разных ученых приводится разный их состав. Относительно русского национального характера философ Н. А. Бердяев писал: "Два противоположных начала легли в основу формации русской души: народная, языческая, дионисическая стихия и аскетически монашеское православие". Историк В. О. Ключевский в качестве факторов, определяющих специфику русского характера, называл своеобразие и капризы русской природы, сочетание короткого лета и длинной осени и зимы, лесное окружение. Отсюда, по его мнению, проистекают такие противоречия в русском характере, как отвага и безрассудство, способность к напряженному труду и длительному бездействию, отсутствие привычки к ровному, постоянному труду, замкнутость и осторожность, осмотрительность, склонность к колебаниям, крепость "задним умом". По-видимому, не последнюю роль сыграло и существование российского общества в условиях системоцентризма, когда интересы системы, государства и его представителей ставились выше интересов личности. По представлениям ученых-психологов А. Петровского и М. Ярошевского, основные составляющие менталитета "советского человека" - блокадное сознание (жизнь страны во вражеском окружении), "семейная стриптизация" (семейные конфликты зачастую разбирались в общественных организациях типа парткомов и профкомов), ханжеская де-сексуализация ("...в Советском

Союзе секса нет") и при этом - гостеприимство, отсутствие национального чванства, потребность в защите Родины.

В основе российских представлений о добре и зле лежат постулаты ортодоксальной ветви христианства - православия, этой религии бедных, в которой одной из истин провозглашается вечный ад для богатых и рай для материально бедных, но высоких духовно. Упрощенное народное сознание принимало за добродетель материальную бедность, зачастую не обращая внимания на требование духовного развития личности. Так складывалось негативное отношение к богатству, обосновывалась уравниловка, формировалась психология расчета на высшую милость, предпочтение общей бедности социально-экономическому неравенству. Рациональным зерном здесь представляется требование духовного совершенства, развитие в себе черт самоотверженности вплоть до самоотрешенности, любви к ближнему и Богу, предпочтения духовного богатства материальному. В то же время протестантские направления католицизма, возникшие в эпоху развития капитализма, поощряют и считают богоугодным делом преумножение богатства, если Бог дал такой талант, но это богатство должно быть нажито честным трудом, а его владелец не должен забывать о тех, кто не в состоянии обеспечить себе достойное существование, и щедро с ними делиться.

Приведем здесь так называемое "Золотое правило общения", сформулированное в Новом Завете Господа нашего Иисуса Христа: **"Итак во всем, как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними..."**

**1.4.Понятие корпоративной культуры, ее принципы и признаки** Корпоративная культура - это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды. **Принцип** (от лат. "начало, основа") - 1) основное исходное положение какого-либо учения, теории, науки, мировоззрения, политической организации и т. д.; 2) внутреннее убеждение человека, определяющее его отношение к действительности, нормы поведения и деятельности, 3) основная особенность устройства какого-либо механизма, прибора. Принципы, на которые, на наш взгляд, следует опираться, исследуя и оценивая состояние корпоративной культуры, можно определить следующим образом:

1 )научность, использование достижений научных дисциплин, имеющих своим объектом человека, социальные общности, организации, труд; 2)системность в восприятии объектов исследования и управления и факторов, влияющих на поведение объектов и элементы их культуры; 3)гуманизм, основывающийся на признании личности наивысшей ценностью, а духовности - целью и средством развития личности и общества;

4)представление корпорации как части общества, как коллективного члена

сообщества;

5 Профессионализм, предполагающий у исследователя и управленца наличие

адекватного образования, опыта и контекстуальных навыков, позволяющих

эффективно управлять корпоративной культурой.

Основные признаки культурной корпорации:

культурная корпорация - это современная организация по всем факторам культуры (материальным и духовным);

это гармоничная организация, в которой отдельные элементы культуры по уровню своего развития, по направленности, по идеям, целям, задачам, способам достижения целей соответствуют друг другу;

это организация, живущая по закону, а не "по понятиям";

это опирающаяся на современные достижения наук социально-экономическая и техническая система;

это организация, в которой людей воспринимают как главную ценность и, следовательно, организуют взаимодействие между людьми и группами на психологическом уровне, поскольку самое ценное в человеке - его душа (такой взгляд на работников корпорации, или точка зрения, или нравственная позиция руководителя, или подход может быть назван системным социально-психологическим подходом);

это развивающаяся организация, строящая свои отношения с субъектами внутренней и внешней среды на основе понимания их системной сущности и уникальности и не жалеющая усилий на получение все новых и новых знаний о деловых партнерах и сотрудниках для их лучшего понимания.

**1.5.Функции духовной культуры вообще и корпоративной духовной культуры в частности**

"Культура исторически сформировалась в конечном счете **как способ духовного освоения действительности, как духовное производство".** Развитие процессов разделения труда привело к дифференциации форм духовной деятельности (нравственность, наука, искусство, религия, идеология, политика, различные формы деятельности и т. п.) и к приобретению ими статусов институтов культуры. В этом смысле *культура корпорации - самостоятельный институт культуры, системный по сути, связанный с другими формами и институтами культуры, обладающий присущими системе свойствами и качествами.*

Современные ученые отмечают полифункциональность культуры, т. е. множественность функций культуры, среди которых можно установить наличие как полезных функций (с точки зрения повышения уровня адаптации индивида или общества к среде), так и вредных, препятствующих адаптации, как явных, так и латентных (скрытых). Все это определяет сложность культурологических анализов и субъективность оценок, даваемых явлениям культуры. Назовем некоторые общие функции культуры:

продуцирование и накопление духовных ценностей;

оценочно-нормативная функция (на основе сравнения реального поведения человека с нормами культурного поведения, с идеалами мы даем оценку, говорим о позитивных и негативных действиях, гуманных и бесчеловечных, изящных и грубых, прогрессивных и консервативных);

отсюда - регламентирующая и регулирующая функция культуры;

познавательная функция (попутно отметим, что познание имеет такие формы: научное познание, обыденное познание, познание через искусство, религиозное познание);

смыслообразующая функция - участие культуры в определении человеком и социумом смысла жизни, смысла своего существования (в организации такую смыслообразующую функцию принято определять в миссии);

коммуникационная функция - через ценности, принятые обществом, нормы поведения и другие элементы культуры обеспечивается взаимопонимание членов общества и их взаимодействие;

функция общественной памяти, сохранения и накопления опыта человечества;

рекреативная функция - восстановление духовных сил в процессе восприятия или включения в культурную деятельность. Эти функции на уровне корпорации выполняет и корпоративная культура:

воспроизводство лучших элементов накопленной культуры, продуцирование новых ценностей и их накопление;

оценочно-нормативная функция (на основе сравнения реального поведения человека, группы, корпорации с нашими нормами культурного поведения, с идеалами мы говорим о позитивных и негативных действиях, гуманных и бесчеловечных, изящных и грубых, прогрессивных и консервативных);

отсюда - регламентирующая и регулирующая функция культуры, т. е. применение культуры как индикатора и регулятора поведения;

познавательная функция (например, познание и усвоение корпоративной культуры, осуществляемое на стадии адаптации работника, способствует его включению в жизнь коллектива, в коллективную деятельность, определяет его успешность);

смыслообразующая функция: корпоративная культура влияет на мировоззрение человека, зачастую корпоративные ценности превращаются в ценности личности и коллектива либо вступают с ними в конфликт;

коммуникационная функция - через ценности, принятые в корпорации, нормы поведения и другие элементы культуры обеспечиваются взаимопонимание работников и их взаимодействие;

функция общественной памяти, сохранения и накопления опыта корпорации;

рекреативная функция - восстановление духовных сил в процессе восприятия элементов культурной деятельности корпорации возможно лишь в случае высокого нравственного потенциала корпоративной культуры и причастности работника к ней и разделения ее ценностей.

**1.6. Внешняя и внутренняя среда корпорации и круг субъектов ее интересов**

На наш взгляд, точнее было бы вместо слова "воздействие" применить слово "взаимодействие", в этом случае точнее был бы отражен характер отношений организации с внешней средой и субъектность сторон взаимодействия, их активность и самостоятельность.

Внутренние субъекты культуры корпорации, т. е. те, кто влияет на формирование корпоративной культуры, определяет ее сущность и поддерживает.

Группы - это формальные (подразделения) и неформальные (по интересам) общности, а также профессионально-квалификационные и социальные группы. В подразделениях организации, в иных группах имеет место такое явление, как субкультура, оказывающая влияние на корпоративную культуру, взаимодействующая с ней.

Субъект "организация" рассматривается и как целостный организм (по Файолю, "единство материального и социального"), и как весь трудовой коллектив.

Особо сильное воздействие на культуру корпорации оказывают такие личности, у которых имеются властные полномочия: руководители и владельцы, линейный и функциональный менеджмент. Организационно-технические проблемы в области культуры корпорации (анализ состояния, выявление недостатков, меры по их устранению) решаются специалистами либо со стороны, либо в составе собственной службы управления персоналом.

Взаимоотношения субъектов организации можно и полезно рассматривать как **взаимоотношение культур:** элементы культуры личности влияют на ее ожидания и представление об элементах культуры будущего места работы, и источником конфликта может быть разный уровень культур субъектов организации. Прогноз успеха будущего взаимодействия должен включать и прогноз культурологических особенностей партнера по общению, будь то личность, группа или организация.

В процессе коллективной разработки поэтапного стратегического плана-программы развития американской авиационной компании Honeywell, демонстрирующей здравый смысл и системный подход, был определен круг субъектов развития фирмы: групп и личностей, на которых повлияют изменения в фирме и которые способны повлиять на развитие событий. Ранжирование субъектов и определение трех наиболее важных привело разработчиков к выводу, который сейчас признан хрестоматийным: наиболее важные группы - это клиенты компании, ее акционеры и сотрудники. О том же пишет и видный современный социолог и экономист Р. Мертон. Он указывает на необходимость для современного бизнесмена видеть интересы трех групп, зачастую несовпадающие, но от удовлетворения которых зависит будущее организации: это интересы собственников фирмы (акционеров), потребителей продукции (покупателей) и сотрудников фирмы.

Таким образом, очевидно, что группы носителей интересов, которые должна в первую очередь учитывать корпорация, - это *клиенты, акционеры, сотрудники.*

Стрелки в этом треугольнике показывают взаимосвязь между субъектами, многообразие ролей и статусов, которыми они обладают: клиент может быть одновременно и акционером, и сотрудником, а сотрудник - акционером. Кстати, превращение сотрудников в акционеров повышает преданность организации, причастность к ее делам, стимулирует рост отдачи. **1.7.0сновные подходы к правильному восприятию деловых партнеров** Взгляды людей на окружающий их мир и на себя самих основываются на массе субъективных представлений. Наука тоже развивается благодаря трудам людей, субъектов, разделяющих те или иные взгляды на вещи, имеющих свою позицию, угол зрения, под которым они предпочитают смотреть на предмет исследования. Эта точка, угол зрения, исходные принципы определяют то, что называется *подходом.* В науке есть неплохо зарекомендовавшие себя общепринятые подходы, позволяющие получить достаточно объективные знания, оторваться от крайнего субъективизма. Речь идет о системном подходе, ситуативном подходе (ответвление системного), культурологическом подходе, наиболее популярном в социальных науках.

Научное (энциклопедическое) определение любого интересующего нас явления, как правило, позволяет понять его структуру, сущность, основные элементы, типологию, вид, вот почему *рассмотрение любого объекта следует начинать с изучения его определения, желательно энциклопедического.* Например, в приведенном выше определении культуры очевидно ее понимание как единства материального и духовного начала. Из определения следует, что культура - явление сложное, многозначное, многоуровневое, динамичное. Наличие этих признаков говорит о системной сущности культуры и необходимости системного подхода к исследованию ее элементов.

Исходя из определения культуры в широком смысле можно, по-видимому, считать, что право быть отнесенным к элементам культуры имеет все, что связано с человеческой деятельностью и возникает, используется, воспроизводится в процессе труда, игры, учения, общения. Отсюда вытекает правомерность культурологического подхода при исследовании всего, что так или иначе связано с человеческой деятельностью. **1.7.1. Системный подход**

*Системный подход* - направление в методологии научного познания и социальной практики, в основе которого лежит понимание объектов как систем. Специфика системного подхода определяется тем, что он ориентирует исследование на раскрытие целостности объекта и обеспечивающих ее механизмов, на выявление многообразных типов связей сложного объекта и сведение их в единую теоретическую картину. Система -это совокупность элементов, взаимосвязанных между собой таким образом, что возникает определенная целостность, единство. Системный подход

основан на здравом смысле и на том, что системы проявляются буквально во всем, что нас окружает, и в нас самих, что познание закономерностей в действиях или свойствах систем для прогнозирования их поведения -исключительно сложный и трудоемкий процесс, не всегда дающий однозначный результат. К настоящему времени выделено очень много не только типов, но и типологий систем, выявлено большое количество их свойств, но процесс познания не близок к завершению, а поэтому и прогнозирование поведения систем остается вероятностным по своей сути: чем больше мы знаем о системе, тем более высока вероятность нашего прогноза, но она никогда не бывает равна 100%. Назовем некоторые наиболее общие свойства систем, которые присущи и таким системам, как личность и коллектив:

1. **Целостность** - свойства целого (всей системы) принципиально не могут быть сведены к сумме свойств ее элементов; у системы есть собственные свойства, которых нет ни у одного из ее элементов; поведение и свойства элемента системы зависят от его места и функций в системе.
2. **Структурность** - поведение системы обусловлено не столько свойствами ее элементов, сколько свойствами ее структуры, тем, как элементы расположены и взаимодействуют в системе.
3. **Взаимозависимость** системы и среды - система вычленяется из среды, формируется и проявляет свои свойства во взаимодействии со средой.
4. **Автономность** - система существует и развивается согласно не только общим, но и ее собственным, только ей присущим законам; уникальность присуща и системам, и их онтогенезу, т. е. индивидуальному развитию.
5. **Адаптивность** - система обладает определенной "живучестью", может приспосабливаться к изменениям внешней среды. В качестве замечания: когда в управлении персоналом игнорируется уникальность каждого работника, это значит, что руководство рассчитывает на свойство адаптивности человека. Обычно действительно человек адаптируется к работе, которая не очень ему нравится, но в этом случае результаты значительно ниже, чем во время выполнения любимой работы.
6. **Иерархичность** - взаимодействие элементов системы может быть представлено в виде иерархии связей; **характер и особенности связей элементов системы имеют не менее важное системообразующее значение, чем сами элементы.** Каждый компонент системы, в свою очередь, может быть представлен как иерархическая система, а сама система - как компонент более крупной системы. Выделение системы из окружающей среды определяется задачами исследования и точкой зрения исследователя.
7. **Уникальность** систем - неповторимость некоторых свойств, качеств, элементов, наблюдаемая в каждой большой и сложной системе. Следует иметь в виду, что отечественные да и мировые системы образования не ориентированы на выявление уникальности людей, на индивидуальный подход, поэтому познание своего потенциала - дело рук самого индивида. Уникальность присуща не только системам, но и элементам систем; уникальность проявляет себя по-разному: в одних случаях ею можно