

Деловая культура российского общества

Размышляя о трудностях, с которыми сталкивается страна в попытках построения рыночных отношений, многие ученые приходят к выводу, что глубинные причины неудач надо искать в социально-культурной сфере. Специалистов по изучению деловой культуры в России пока нет, но эта тема все больше интересует исследователей самых разных отраслей знания. Наш журнал уже проводил «круглый стол» на эту тему¹. Однако потребность в дальнейшем обсуждении побудила ученых собраться вновь. На этот раз за «круглым столом» под председательством доктора философских наук, заведующего кафедрой социологии и психологии управления Академии народного хозяйства при правительстве Российской Федерации Аркадия ПРИГОЖИНА собрались доктор философских наук, заведующий сектором Института социологии РАН Юрий ДАВЫДОВ, кандидат философских наук старший научный сотрудник Института философии РАН Сусанна МАТВЕЕВА, кандидат философских наук, старший научный сотрудник Института системного анализа РАН Борис САЗОНОВ, кандидат психологических наук, старший научный сотрудник Института социологии РАН Алла ЧИРИКОВА и консультанты по управлению Центра управленческого консультирования Академии народного хозяйства при правительстве Российской Федерации Марина ЕЛИМОВА, Сергей ЕФРЕМОВ и Владимир ЧЕРНЕ. Наиболее интересные моменты обсуждения обобщены редактором отдела социально-экономических проблем журнала Наталией ПЛИСКЕВИЧ.

Наш понятийный аппарат

А. Пригожин. Я бы предложил начать обсуждение с прояснения некоторых позиций, касающихся используемого нами категориально-понятийного аппарата. Думается, деловую культуру целесообразно было бы рассматривать как культуру абстрактную и как культуру конкретную. С необходимостью такого разграничения мы постоянно сталкиваемся в работе по управленческому консультированию. Абстрактная деловая культура — это идеалы и ценности, которые время от времени становятся очень практичными, иногда переходят в конкретные акты поведения, но нередко присутствуют в скрытом виде. Конкретная деловая культура — это обыкновение, стереотипы деятельности, то, что привычно в служебном, должностном и т. п. поведении. И здесь мы имеем, по-моему, важное различие, игнорирование которого нам очень дорого стоит, когда например, в изучаемые нами области конкретной деловой культуры неожиданно вторгаются идеалы и ценности абстрактной деловой культуры, резко меняя рациональное, по нашим представлениям, поведение исследуемых нами лиц.

Кроме того, на мой взгляд, важно выделить некоторые порождающие категории т. е. категории ведущие или причинные в процессах изменений деловой КУЛЬТУРЫ. Среди них я бы прежде всего выявил категорию жизнеспособности. Конечно это не ценность сама по себе, но категорическое условие существования. (Кстати отсюда можно сделать вывод, что деловая культура, а возможно, и культура вообще, не сводится только к ценностям.) Но представление о жизне-

¹ См. «Общественные науки и современность», 1993, №№ 3—4.

способности вызывает к жизни новые ценности, входящие ныне в нашу деловую культуру. В первую очередь я имею в виду такую ценность, как репутация, все больше и больше становящаяся фактором выживания.

С. Матвеева. Имеет смысл обозначить познавательные границы, тип задач и объектов, наиболее адекватных понятию «жизнеспособность». В нем фиксируется общее состояние объекта, ситуации. Мы можем констатировать, что нечто жизнеспособно. Но не возникает ли ситуация «черного ящика», есть ли понимание, за счет чего это состояние достигнуто? Как и всякое новое понятие (оно ведь не использовалось ранее при изучении деловой культуры), жизнеспособность оказывается не встроенной в систему сложившихся понятий, что, по крайней мере, поначалу ограничивает использование этого понятия в аналитических целях, т. е. оно поневоле будет приобретать оценочный, метафорический характер.

В то же время есть другая категория, не противоречащая данной, но, как кажется, дополняющая ее, компенсирующая те ограничения, о которых я говорила. Эта категория — «социальное воспроизводство». Она имеет ярко выраженный процессный характер, в скрытом виде содержит в себе представление о жизнеспособности, ибо то, что воспроизводится, — жизнеспособно. Жизнеспособность может быть понята как следствие эффективного воспроизводства, качественная оценка результатов воспроизводства, т. е. в некотором смысле жизнеспособность — производное понятие. Само это слово несет в себе биологический оттенок. В него включается вся проблематика соотношения биологического и социального в методологии социальных наук. Данный аспект имеет смысл учитывать именно потому, что понятие «жизнеспособность» предложено как исходное, базовое, и, значит, можно ожидать последовательного ряда его конкретизаций. Возможны, естественно, и небологические интерпретации, но просто такую опасность нужно учитывать.

А. Чирикова. Когда исследуешь фирму или какое-то иное новообразование в нашей деловой жизни, очень часто чувствуешь, как тебя стесняет традиционный категориальный аппарат. С ним нередко просто невозможно вырваться за рамки привычных стереотипов. Предложение категории жизнеспособности, которая, по сути, сменяет категорию эффективности, представляется мне весьма удачным, ибо вносит в анализ деловой культуры элемент иррациональности. Я постоянно сталкиваюсь с тем, что новые явления нашей деловой жизни просто невозможно осмыслить в категориях очень жесткой рациональности. На мой взгляд, категория жизнеспособности, которая, бесспорно, достаточно рационалистична, все же несет в себе тот иррациональный элемент, который так необходим нам для того, чтобы приблизиться к изучаемому явлению, как можно меньше исказить его. В этом, по-моему, преимущество категории жизнеспособности по сравнению с эффективностью.

Важным также представляется мне и выделение двух Параллельных миров, в которых работают лидеры частных фирм. Один — пласт оперативной жизни, другой — стратегической жизни. Оба этих пласта постоянно и одновременно присутствуют в деловой жизни и деловой культуре. А для исследователя это означает необходимость двоичного или даже троичного анализа компонентов и рациональных, и иррациональных пластов жизни. Только так можно получить не плоское, а объемное изображение современной деловой жизни.

Потому мне представляется важным отказ от категорий жесткоограниченных в применении к анализу деловой жизни предприятия и вообще новых явлений нашей экономики. Категории, которые мы привычно применяем, должны обладать совершенно иным наполнением, чем прежде. Они должны стать объемными, многопрофильными, сочетать в себе структуры рациональности и иррациональности.

С. Матвеева. Я бы выделила три типа категорий. Первый — исследовательские категории, объективные, или научные. Это — язык науки. Вторые — те, о которых вы только что говорили. Это — субъектные категории, это — язык

самой культуры, каковым она сама о себе говорит. Третьи категории (и, возможно, здесь самые важные) — это категории рефлексивные, они обозначают отношения между первыми двумя типами категорий. И задача исследователя видится мне в установлении отношений понимания между языком науки и языком культуры, или между языком, которым пользуется ученый, и тем языком, который он изучает. Смысл третьего типа категорий состоит в том, что они дают возможность исследователю избавиться от привычных профессиональных штампов, собственных стереотипов, чтобы достичь более глубокого понимания объекта изучения.

Например, исследователь говорит о репутации, рассматривая ее как некую научную категорию, вкладывая в свои рассуждения определенное понимание (о важности этой категории за нашим «круглым столом» уже упоминалось). Затем ученый начинает изучать какую-то реальность, некую деловую культуру. И здесь мы сталкиваемся с тем, что есть два понимания репутации: одно — ученого, а другое — содержащееся в этой деловой культуре. Возникает проблема: что делать ученому, чтобы не замкнуться в своем «догматическом», абстрактном понимании категории репутации, а соотнести его с тем, что он почерпнул в обыденной деловой культуре, и создать на этой почве некое третье понимание. Можно было бы назвать первое из перечисленных пониманий объективным, второе — субъективным, а третье — критическим.

А. Пригожин. Сусанна Яковлевна, а когда исследователь встает перед необходимостью менять какие-то категории, что побуждает его к этому?

С. Матвеева. Ученому необходимо критически относиться к тому, что он делает, иначе он может оказаться в плену своих собственных представлений, своих заблуждений, стереотипов. Чтобы уйти от этого, углубить свои знания, расширить свои представления, ему постоянно нужно сопоставлять две позиции: одну — предметную, другую — критически к себе относящуюся. Но для этого необходимо иметь выход на реальность, а реальность — это и есть то культурное поле, которое мы сегодня пытаемся рассмотреть, это деловая культура.

Б. Сазонов. Мы пока говорим, в основном, о категориях субъектных и социокультурных. Но меня, скорее, интересуют категории исследователей и консультантов по проблемам управления. В категориях социокультурных у нас могут возникнуть сильные расхождения, каждый из нас может отстаивать собственную парадигму. В принципе, как мне представляется, это даже не наша (консультантов по управлению) парадигма, а парадигма наших респондентов, наших слушателей, наших клиентов. И к ней мы как исследователи можем относиться вполне нейтрально, выявляя ее, вводя новые материалы в научный оборот и таким образом работая с новым материалом.

Я бы хотел вернуться к идее Аркадия Ильича о выделении в деловой культуре абстрактных идеалов и ценностей. Мне это представляется весьма важным, потому что когда я занимался ролевой теорией социально-психологической личности, мне постоянно не хватало понятия о нормативном представлении, представления о норме поведения в рамках этой ролевой теории.

Если говорить о поведении, например, предпринимателя, как о стандартном, то оно нормируется достаточно жестко, его можно даже формализовать. В принципе, это очень жесткая культурная форма, и для меня ценностный подход возникает в тех ситуациях, когда норма не срабатывает. Например, появилась ситуация свободы, к которой общество не подготовлено, и возникают обстоятельства, когда можно украсть или не украсть, сделать или не сделать, даже убить или не убить... С этим мы сталкиваемся и на уровне деловой культуры. Здесь я бы выделил два момента. Один из них — ценностный. Здесь надо, по-моему, различать ценности как культурный, надличностный феномен. Они могут быть групповыми, могут передаваться как традиции и т. п. Наряду с этим существует ментальный план, ментальная конструкция. Различия в ценностях культурного

и ментального плана, по-моему, могут проявляться как деятельность профессиональная и деятельность ментально обособленная. Профессиональная деятельность, как мне представляется, может осуществляться просто автоматически, благодаря имеющимся навыкам, знаниям, опыту, чем и предопределяется поведение занятого этой деятельностью. Если же профессионализма нет, его начинает заменять мышление. И в отличие от профессионала, такой человек думает в ситуациях, в которых профессионал просто автоматически действует точно. Но сейчас наш традиционный профессионал, попадая в ситуацию свободы, когда привычные нормы не работают, начинает думать, а не действовать автоматически. Для меня как исследователя есть второй слой, слой нормативной деятельности, в частности профессиональной, в отличие от метаслоя, слоя ценностей либо мыслительных конструкций.

Мне представляется важным это противопоставление, потому что в ситуациях изменения окружающей привычной реальности оба эти слоя начинают работать вместе. Ведь в действительности они не столь противоположны, хотя в понятийном аппарате их не только можно, но и нужно различать, особенно если исследователь или консультант работает в ситуации изменений, т. е. в той ситуации, в которой сегодня находится наша страна.

И соглашаясь в принципе с разделением абстрактной и конкретной деловой культуры, я бы выделил собственно ценности как некую этическую действительность и действительность ментальных конструкций, которая также относительно противопоставлена конкретной деловой культуре, поскольку обе эти формы связаны с ситуацией рефлексии. Если мы начинаем рефлексировать собственные ценности, значит, происходит определенная ментальная и мыслительная работа.

Здесь важно выделить некий внешний слой выявления (грубо говоря — профессиональную грамотность). Ту же репутацию, например, можно определять на уровне понимания этого термина в профессиональном плане, а можно применять к нему требования социальные, что также входит в понятие «репутация делового человека».

А. Пригожин. Могли бы вы назвать какую-нибудь ситуацию, когда этика и мышление в ценностях расходятся, отдельно взаимодействуют?

Б. Сазонов. Я вспоминаю ситуацию, с которой столкнулся в Закарпатье на рубеже 50—60-х годов. Это земли, жители которых по своей культуре были еще близки к культуре европейской, а не к культуре, рожденной российской, а затем советской действительностью (ведь то были в прошлом провинции именно европейских государств). Там были прекрасные дома (что, кстати, само по себе является показателем деловой культуры) с прекрасной городской мебелью. По воскресеньям жители ходили в черных сюртуках, в шляпах. Можно вспомнить еще множество примет европейской культуры в жизни тех мест. Они не знали, что такое очередь, потому что очереди там не было никогда. Но как раз в это время впервые появились перебои с хлебом, и возникла интересная ситуация. Выносят лоток с хлебом, но так как культуры очереди нет, все эти воспитанные люди начинают просто драку, чтобы получить вожделенную буханку. А ведь у этих людей, бесспорно, присутствовала этическая норма, что, скажем, женщин бить нельзя, но в новой ситуации она как-то потерялась. Причем, обсуждая сложившуюся ситуацию, мы с соседями ментально оценивали ситуацию как не соответствующую этическим ценностям. То есть ментально этическая конструкция существовала и воспринималась, но часто нарушалась на уровне обыденной действительности.

С. Ефремов. В контексте нашего обсуждения интересно было бы также затронуть проблему взаимодействия деловой культуры со средой, в которую она погружена. Здесь существует как бы внешняя граница деловой культуры. Исходя из

этого взгляда на деловую культуру как на целостность, которая погружена в некое пространство, я обратил бы внимание на такой аспект, как функциональность, обусловленность деловой культуры, на то, что конкретные условия и факторы формируют конкретные особенности деловой культуры на предприятии. Примером может служить, скажем, деловая культура на химическом производстве. Сам характер производства, где постоянно ощущается опасность аварийности, осознается угроза, риск сбоев в производственном процессе, делает нашу традиционную расплывчатую советскую деловую культуру очень четкой, рациональной. Потому что сама жизнь требует точности в назначении ответственных лиц, четкости регламентации деятельности и т. п., ибо всеми осознается, какую трагедию может принести несчастный случай. Этот пример, как мне кажется, показывает, как функциональность деловой культуры формируется в некоем контексте, в неких условиях.

В. Чернец. Нормы и ценности деловой культуры могут быть осознаны или не осознаны ее носителями. И проблема заключается в вынесении на уровень осознания наших деловых людей тех ценностей, которые управляют их поведением, чтобы потом каким-то образом перестраивать, изменять устаревшие стереотипы поведения. При этом у проблемы есть и другая сторона: заявляемая абстрактная деловая культура, принимаемая предпринимателем — нашим клиентом, отнюдь не всегда воплощается и реализуется в виде деятельностного, наблюдаемого поведения.

Когда здесь речь шла о ситуации, возникшей в связи с нехваткой хлеба в Закарпатье, я вспомнил фразу Ж.-П. Сартра о том, что человек — это единственная вещь, существование которой предшествует ее сущности. То же, по-видимому, можно отнести и к деловой культуре. Какой она будет, можно сказать лишь тогда, когда она начнет проявляться в реальной ситуации или в ситуации пограничной, ситуации изменения норм, ценностей либо отсутствия ценностей, свободы. Что здесь привносится от других норм, скажем, общей культуры, от каких-то стереотипов, архетипов и т. д., что проявится в той или иной ситуации, на том или ином предприятии, исходя из конкретных отношений и проблем. Поэтому мне представляется, что для исследователя очень важен момент осознания не только нынешней деловой культуры, но и продуктивной ситуации, того, что может быть понято завтра.

Я бы сказал, что в нашей отечественной культуре есть проблема норм вынужденных и принимаемых. Наша советская деловая культура очень часто содержала нормы и ценности, общепринятые в цивилизованном мире, которые всеми вынужденно декларировались, принимались, но внутренне не одобрялись. И как только появляется возможность их невыполнения, внешнее давление пропадает, наступает внутренний дискомфорт, когда новая норма вроде бы сформировалась, но процесс формирования был блокирован этой вынужденностью и в результате норма может и не действовать. Здесь важно выявить, какие нормы являются вынужденными, а какие — принимаемыми.

Второй аспект этой проблемы — ценностное отношение к нормам поведения. В нашей ситуации вынужденности одни и те же нормы конкретного поведения могут иметь различную абстрактную интерпретацию для различных категорий персонала. Например, на отечественном комбинате управленческая команда, выработав какие-то новые подходы к решению проблем, не может сообщить об этом директору, потому что он не воспринимает ничего нового. При этом, с точки зрения управленческой команды, нормой на комбинате являются авторитарность управления, динамичное принятие решений, неподчиненность и т. д. С точки зрения директора, тоже самое поведение является показателем иных норм: руководству приносят только очень отработанные, глубоко продуманные решения, глубокое уважение к профессионалам-подчиненным и руководству, у которого не отнимают зря времени. То есть оценки одного и того же объекта могут быть весьма различными.

А. Чирикова. Мне также кажется очень важным различие видимой и невидимой деловой культуры. Потому что ценности, нормы, закономерности деловой жизни предприятий и фирм, любых организаций по российской традиции плохо осознаются и не оказываются предметом собственно управленческой задачи. В результате многие процессы, которые свойственны деловой культуре, являются как бы невидимыми ни для субъектов, ни для самой фирмы и т. п., но иногда именно они становятся ведущими при исследовании этой фирмы и при построении ее стратегии. Надо учитывать, что пласт невидимой деловой культуры не просто скрыт от исследователя, а многие процессы у управленцев протекают на неосознаваемом уровне. И это весьма важное различие.

Как мне кажется, мы упускаем очень важные моменты в изучении невидимого пласта деловой культуры. Есть такое намагниченное всякими отрицательными зарядами слово «идеология». Обычно мы его упускаем, хотя, по-моему, понятие «идеология» в деловой культуре очень важно: идеология фирмы, идеология предприятия, идеология управленческой команды и т. п. Могу сказать, что есть многие предприятия, особенно фирмы, которыми именно идеология управляет. То есть существует некая субкультурная идеология фирмы, складывающаяся из норм и ценностей, тоже иногда невидимых. Идеология есть система норм, ценностей и представлений, которые сами без управленческих вмешательств регулируют жизнь в фирме или на предприятии. Она минимизирует и компенсирует управленческие воздействия, часто заменяет усилия управленческой команды или является вторичным фактором по отношению к ним. Если усилия управленческой команды и идеология действуют в унисон, это помогает фирме, в противном случае неизбежно возникают дополнительные трудности. Поэтому сегодня в России уже многие фирмы согласны тратить деньги и усилия на формулирование и создание собственных субкультуры и идеологии.

Деловая культура и деловая жизнь

А. Пригожин. Разговор об идеологии фирмы, на мой взгляд, подвел нас к новой стадии нашего обсуждения. Наша фирма, занимающаяся управленческим консультированием, получила, по-видимому, не очень осознанный, но прямой заказ на разработку идеологии довольно крупной, чрезвычайно консервативной и в управленческом отношении очень запущенной фирмы. В этой работе важен уже выделенный в нашем обсуждении момент, что идеология способствует эффективности управления, экономит управленческие усилия, работает вместо него, позволяет сделать то, что управление дать не может, поскольку, усиливая мотивацию поведения, дает очень мощный вектор движения. Возможно, инстинктивно уловив это, наш клиент и сделал свой заказ, рассчитывая на повышение управляемости, на достижение эффекта, который не может быть получен иными средствами. И это важно при изучении нынешнего состояния нашей деловой культуры, которая может быть охарактеризована как промежуточная, поскольку в промежуточном состоянии находится народное хозяйство.

За все посттоталитарное время мы пережили два основных этапа преобразований. Первый, который условно можно назвать «горбачевским», — это разрешенные изменения. Они постепенно разрешались прежде всего в сфере политики, шли через отступления партийного контроля, через постепенное снятие запретов и ограничений под нарастающим напором отведавшего вкус демократии населения. Возможно, преобразования в сфере политики зашли гораздо дальше, чем это было рационально необходимо, и намного опередили не только экономику, но и, быть может, культуру. Возможно, культура конкретная, сугубо поведенческая намного опередила культуру абстрактную, потому что ценности остались прежние и квазидемократическое поведение в старой системе ценностей вызвало мощную дезорганизацию в обществе.

Теперь мы, обратившись уже к экономическим реформам, вынуждены догонять реформы политические. И это уже второй этап — принудительных изме-

нений. Я мало встречал у нас в стране руководителей предприятий, управленцев, которые сразу, безоговорочно приветствовали приватизацию. Как правило, они по старой советской привычке пытались это имитировать, сводить к каким-то квазиприватизационным вариантам (например, министерство преобразовывалось в корпорацию, сохраняя тот же стиль работы). Оба прошедших этапа преобразований характеризуют именно промежуточное состояние общества, которое можно обозначить как авторитарный либерализм. Его отличает то, что свобода навязывается, к ней принуждают, заставляют взять на себя бремя свободы.

Спорное утверждение, которое я бы предложил обсудить,— смена управленческой парадигмы в наше время. Начиная свою консультационную деятельность, мы фокусировали внимание на отношениях «руководитель—исполнитель», на отношениях вертикальных, которые у нас традиционно были доминирующими. Но постепенно мы увидели недостаточность анализа работы фирмы лишь по критерию управляемости, осуществяемости управленческих решений сверху, мы просто забуксовали из-за отсутствия другой парадигмы. Мы пришли к выводу, что теперь возникает не столько управленческая, сколько согласовательная парадигма, которую нужно принять. Здесь как раз тот методологический случай, о котором мы уже говорили: о различении категорий в самом объекте, т. е. тех, которыми руководствуются участники организации, и категорий, которые мы сами вырабатываем. И где-то происходит их слияние, ибо процесс согласований, например в условиях акционирования, возникает просто потому, что интересы разных групп получают возможность для реализации. Они осознаются, социальная структуризация происходит просто в силу необходимости, угрозы потерь, и субъекты, у которых раньше не было нужды договариваться, становятся участниками процесса согласования. А с точки зрения консультанта, это означает необходимость медиации, т. е. организации процесса согласования. Но эта смена монологической системы управления на идеологическую, на идеологически многостороннюю, которую отличает множество диалогов, означает, что без профессиональной медиации эти диалоги не могут быть синхронизированы между собой. То есть нужны специальные технологии по организации этого процесса, новые специалисты. Новое для нас качество здесь состоит в том, что никогда раньше у нас управление не должно было считаться с партнерством внутри организации и даже вертикальные отношения фактически преобразовывались в отношения горизонтальные, партнерские, где разделение происходило не столько по власти, сколько по функциям.

А. Чирикова. Только что сказанное в значительной степени совпадает с наблюдениями, сделанными мною в ряде ведущих фирм. Но одно из наблюдений, которое я сделала при сравнительном анализе деловой жизни государственных структур и частных фирм, состоит в различном положении лидера в их управленческих командах. Развитие партнерских отношений очень характерно для частных фирм, где есть понимание того, что данные отношения выступают как дополнительный ресурс успеха. Иногда это происходит как некая имитация западной управленческой культуры, например американской. Но повсеместной стала смена функционального лидера на харизматического. Лидер управляет командой не только в силу занятия им определенного кресла, но и в связи с некоторым эмоциональным, мыслительным перевесом, который он доказывает повсеместно. Такая ситуация выкристаллизована, по крайней мере, в Москве. В дальних регионах несколько иная картина.

Но если бы в сегодняшнее переходное время меня попросили выявить некие устойчивые закономерности деловой культуры, например предприятий и фирм, я бы в своем ответе отметила, что в силу отключения многих старых образцов деловой культуры возникает множество очагов новой локальной управленческой культуры. И каждый из таких очагов есть композиция многих менталитетов, окрашенных и региональным колоритом. Например, по каким-то характеристикам московская управленческая жизнь отличается, скажем, от самарской.

Но как важная общая тенденция всюду наблюдается нарастание партнерской линии. Происходит это, в частности, из-за нарастания неопределенности ситуации, в результате чего растет степень рискованности принимаемых решений. В этих условиях ломается традиционный российский менталитет и происходит переход от парадигмы «родителя» к парадигме «партнера».

Б. Сазонов. Я поостерегся бы в характеристиках нашего делового прошлого утверждать, что у нас была лишь управленческая вертикаль и отсутствовали партнерские отношения. И в ситуации «глухого застоя» были моменты, когда предприятия работали на партнерских отношениях. Все зависело от конкретных условий. Конечно, сегодня на многих государственных предприятиях переход к принятию коллективных, партнерских решений становится этапным. Но я не вижу здесь жесткой линии развития, а также разграничения их с частным сектором. Можно назвать множество частных фирм, где действует жесткий порядок единоначалия без какого бы то ни было партнерства. Поэтому, я думаю, рано делать вывод о переходе у нас от одной исторической схемы к другой. Эту проблему надо еще тщательно исследовать.

М. Елимова. Мне кажется, что в данном случае речь идет не о смене управленческой парадигмы, а о смене парадигмы консультантов по проблемам управления. Здесь как раз та точка, где эти две парадигмы совпасть не могут. Ведь мы лечим то, что видим. Раньше мы видели пресловутую управленческую вертикаль, ставили эту проблему и предлагали способы ее решения. Причем как проблему, как болезнь, требующую лечения. Видел это же и наш клиент. А сейчас в приведенном вами примере с авторитарным руководством в частной фирме при наличии той же самой вертикали для нашего клиента-управленца здесь проблемы не существует.

Б. Сазонов. Но и консультационных парадигм много. Одна связана с социологией организации, другая — с социальной психологией. Но, думаю, каждая консультационная школа движется к своей парадигме, и было бы интересно сопоставить траектории их изменений.

Ю. Давыдов. Я хочу поставить вопрос так: какой тип деловой культуры мы стремимся развивать у нас? Все чаще говорят — капиталистический. Но ведь он разный! Обратимся к М. Веберу: «капитализму» авантюристическому и торговому, ориентированному на войну или на иные возможности наживы, связанные с политикой, он противопоставляет принципиально иной тип капитализма, который и называет «специфически западным» в отличие от В. Зомбарта с его столь же расширительным, сколь и «синкретическим» толкованием «европейского капитализма». Для Вебера «западная специфика» заключается в том, что этот капитализм является, во-первых, промышленным (т. е. ориентированным на производство потребительских благ, а не на их насильственный захват или узаконенную Конфискацию), во-вторых, рационально организованным, в-третьих, «буржуазным» (т. е. предполагающим наличие особого класса — городской буржуазии, не существовавшей «нигде, кроме Запада», со специфичным для него «бюргерством»).

Центром этой «триады» является именно последовательно рациональная организация свободного труда, с которой специфически западный капитализм связан и в промышленно-производственном, и в собственно социальном, классовом аспекте. А главной точкой приложения рационализирующей организационной энергии западного капитализма, воплощенной в фигуре целеустремленного, энергичного и расчетливого предпринимателя, является уже упомянутое предприятие — непрерывно расширяющееся пространство цивилизации современного типа. Цивилизации, генезис и развитие которой в максимальной степени опосредованы целенаправленными организующими усилиями людей,

буквально выковывывающими в цехах ее опорные блоки, чтобы затем спаять их в единую всеохватывающую «конструкцию».

При этом важно подчеркнуть: в соответствии с обычным словоупотреблением Вебер использует слово «предприятие» не только в более узком (и специфически современном) смысле, но и в расширительном, называя так организационное оформление любой «предпринимательской» инициативы. И в таком словоупотреблении неизменно присутствует отчетливое ощущение границы, позволяющее отличить его от зомбартовского употребления того же термина. Он никогда бы не назвал «предприятием», причем предприятием специфически западного капиталистического типа (в крайнем случае лишь «стадиально»), но отнюдь не принципиально отличающегося от современных капиталистических предприятий), скажем, заранее спланированный пиратский набег морских торговцев, промышленявших, как известно, во времена капиталистической архаики не только обменом своих товаров на иностранные, но и прямым разбоем. А Зомбарт вовсе не склонен был проводить здесь радикальных различий, подводя под одно и то же понятие «капиталистическое предприятие» и торгово-разбойную экспедицию команды корабля, не брезгающей морским пиратством, и, скажем, ткацкую фабрику или чугунолитейный завод. Ведь в обоих случаях речь шла об организационно оформленном, т. е. определенным образом объединяющем людей и технику, способе «добывания прибыли».

Однако именно здесь-то, на уровне толкования понятия «предприятие» как определенной «структуры», организованной с достаточно отчетливо фиксированными экономическими целями, становятся особенно очевидными резоны, побуждающие Вебера скрупулезно различать два (или даже несколько) типа капитализма там, где Зомбарт усматривал лишь один, к тому же специфически западный, оказавшийся возможным лишь в Европе. Согласно Веберу, средства достижения одной и той же экономической цели — прибыли (причем возможно большей), формы организации, в рамках которых она достигается, могут быть настолько различными, гетерогенными, что, квалифицируя эту прибыль как капиталистическую, необходимо говорить при этом о различных типах капитализма, связанных с принципиальными качествами, а не просто со «стадиальными» различиями упомянутых организационных форм.

Но вот тут-то и обнажается суть нашей сегодняшней проблемы: а тот ли «образец» пытаемся мы запустить в свое собственное «массовое производство»? Не приняли ли мы за него совсем иную «модель» капитализма, причем «модель» не столько современного, сколько архаичного образца, которая если кое-где еще и встречается, то скорее как «раритет», рудимент полузабытого прошлого? Вебер же тщательно различал, относя к типологически различным социально-организационным историческим формам авантюрный, фискально-политический, торгово-спекулятивный и продуктивный, промышленно-предпринимательский, капитализм.

Между тем такого рода отождествление вовсе не невинно и с точки зрения теоретико-организационной. Если там, где идет речь о «стадиальном» развитии одного и того же капиталистического типа, еще можно рассчитывать на «естественный», так сказать, переход от одной стадии капитализма к другой, полагаясь на «стихийное» действие «общих знаков», которым подвластен данный его тип, то в случае сосуществования гетерогенных капиталистических типов на такую преемственность надеяться не приходится. Здесь развитие одного капиталистического типа не влечет за собой появления другого с пресловутой «естественно-исторической необходимостью». Наоборот, скорее всего, развитие одного из них (скажем, авантюрного или спекулятивно-ростовщического) будет препятствовать самоутверждению другого (в нашем случае промышленно-предпринимательского), «блокировать» его. Конфликт между типологически гетерогенными организационными структурами капитализма — это не «конфликт роста». Это конфликт таких структур организации общества, каждая из которых претендует на самодостаточность. И между ними возникает та самая «борьба за признание»,

о какой писал Гегель в «Феноменологии духа», когда решается вопрос о том, кому быть, фигурально выражаясь, «рабом», а кому — «господином». И если говорить об одной из важнейших стратегических задач современной теории организации, то она, на мой взгляд, в том и состоит, чтобы оценивать нашу нынешнюю ситуацию не в рамках эволюционистски-прогрессивистской схемы социально-экономического развития, а на основе структурно-типологического подхода, предложенного Вебером еще в начале XX-века.

(Окончание следует)