

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье проводится философский анализ социокультурного аспекта управления с акцентированием внимания на его аксиологической составляющей. Обосновывается значимость аксиологии управления как на уровне государства, так и на уровне отдельной организации. Раскрывается специфика управленческого воздействия через организационную культуру. Обосновывается необходимость учета в трудовой деятельности традиций национальной культуры, ее идеалов и ценностей. Исследуется важность аксиологии управления в решении задач инновационного развития российского общества, когда необходимо мотивировать людей на творчество, инициативу, риск. Методология исследования определяется сочетанием социально-экономического и культурно-аксиологического подходов. Авторы руководствуются принципами системности, междисциплинарности, комплексности, используют такие общенаучные методы, как анализ и синтез, обобщение, сравнение. Научная новизна исследования состоит в исследовании преодоления разрыва между культурой и социальностью в управленческом процессе, выявлении особенностей механизма управления творчеством, инновационной деятельностью через ценности. Ценности рассматриваются как основной элемент социокультурного управления. Делается вывод о преимуществах такого регулятора творческой деятельностью, как призыв, вытекающего из идеальной природы ценностей. Результаты исследования могут быть использованы при принятии решений на разных уровнях управления.

Ключевые слова: общество, социальное управление, культура, ценности, государство, организация, труд, экономика, инновации, творчество.

Abstract. This article conducts a philosophical analysis of the sociocultural aspect of administration, focusing attention on its axiological component. The authors substantiate the importance of axiology of administration on both, the government level, as well as the level of a separate organization. Specificity of the administrative influence through the organizational culture is being revealed. The work substantiates the necessity of taking into account within the work activity the traditions of national culture, its ideals, and values. The authors examine the importance of axiology of administration in solution the tasks of innovative development of the Russian society, when there is a need to motivate people for creativity, initiative, and risk. The scientific novelty consists in overcoming the gap between the culture and sociality within the administrative process, as well as in determination of peculiarities of mechanism that regulates creativity and innovative activity through the values; the latter are considered an essential element of sociocultural administration. The conclusion is made about the advantages of such regulation of creative work, as a challenge, which derives from the ideal nature of values.

Keywords: Society, Social administration, Culture, Values, Government, Organization, Labor, Economy, Innovations, Creativity.

Постановка проблемы

З а последние годы в сфере социального управления произошли глубокие трансформации. Ряд положений, которыми руководствовались теоретики и практики социального управления, устарели и уступили место новым представлениям. Так, подход к управлению по инструкциям (management by instructions – MBI), который доминировал в на-

чале XX века, во второй его половине сменился подходом к управлению по целям (management by objections – MBO). Сегодня на передний план вышел подход к управлению по ценностям (management by values – MBV). Он предполагает создание такой системы управления, которая вместе с традиционными инструментами управления (постановкой целей и задач, выбором методов решений, использованием распоряди-

тельных документов и т.п.) соответствовала бы набору ценностных представлений сотрудников организации [1].

Необходимость учета аксиологического аспекта управления возникает не только в отношении отдельной организации, но и в отношении социальной политики государства в целом. По мнению Е.Б. Шестопал, изменения, которые произошли в России за последние годы, «требуют выработки новой стратегии, которая невозможна без прояснения ценностных приоритетов власти» [2, с. 61].

Государственное управление в структуре социального управления занимает особое место. От других типов социального управления оно отличается своей универсальностью, всеобъемлющими властными полномочиями и функциями, которые обусловлены потребностями в регулировании почти всех сфер публичной жизни. В государственном управлении через принятие политических решений и через деятельность политических институтов выражается коллективная воля социума. Посредством правовых норм регулируются взаимоотношения между гражданами, общественными институтами, ограничиваются и контролируются основные сферы активности граждан. Одна из главных функций государственного управления заключается в выработке коллективных целей и интеграции общества на пути их достижения. Поэтому управление совместной деятельностью людей на основе выдвигаемых обществом ценностей, является необходимым условием достижения поставленных целей.

Ценности и государственное управление

Методы государственного управления страной зависят от политического режима, от особенностей взаимодействия государственных органов с гражданами и могут опираться на такие рычаги, как соблюдение законности, уважение прав и свобод человека, а также насилие и принуждение.

Наиболее распространенной классификацией методов социального управления является деление их на административные (организационно-распорядительные), экономические и социально-психологические методы. Эффективность

того или иного типа методов зависит от конкретной задачи, сроков ее решения и имеющихся ресурсов, уровня управления. В ходе исторического развития накоплен большой опыт эффективного решения общественных проблем, который нашел отражение в теории управления. При этом следует отметить, что в литературе недостаточно внимания уделено роли идеалов и ценностей в государственном управлении, и сам механизм управленческого воздействия ценностей на поведение людей остается малоизученным.

Люди в обществе взаимодействуют на основе определенной культуры, которая существенно влияет на их поведение. Вырабатываемые обществом ценности, нормы, установки регламентируют человеческую деятельность, без видимого принуждения заставляют индивида вести себя так, а не иначе. Какое бы место в обществе не занимал человек, он руководствуется в своей деятельности определенной системой ценностей. Выступая, например, в рыночной экономике в качестве рабочей силы, человек остается социокультурным существом и его экономическое поведение связано с господствующими в обществе мировоззренческими установками, политическими и нравственными ценностями. Еще М. Вебер обратил внимание на большое значение национально-культурной составляющей экономического поведения, усмотрев «дух капитализма» («дух предпринимательства») в протестантской этике. Предпринимательский дух, основой которого выступает ценностная установка на новизну, можно рассматривать в качестве «движущей силы» хозяйственной деятельности не только периода зарождения капитализма, но и современного постиндустриального общества. О связи ценностей с трудом, их влиянии на экономическую деятельность пишет, например, Г.В. Лопаткин [3]. А социокультурную обусловленность управления в контексте философского анализа современных социально-гуманитарных технологий анализирует В.М. Розин [4].

Особенно важен аксиологический аспект управления в реализации задач инновационного развития российского общества, когда необходимо мотивировать людей на творчество, инициативу, риск, сплоченность. В инновационной среде индивид раскрывается как обладатель уникальных способностей, генератор новых

идей. Современные корпорации заинтересованы в людях не только как в носителях физической силы, но и как в творцах, субъектах интеллектуально-творческого труда.

Управлять – это значит владеть наукой и практикой воздействия на объект управления, не подавляя творческий потенциал отдельного человека или всего общества, а способствуя его развитию. И здесь на первый план выступает регулятивная функция ценностей.

Говоря об аксиологическом аспекте управления, необходимо иметь в виду специфическую природу регулятивной функции ценностей, которая вытекает из их идеального содержания и раскрывается не через приказ, а через призыв. Это позволяет мягко, не разрушая личной свободы творца, направлять творческую деятельность людей. Идеальное содержание ценностей не принуждает, а призывает к свободному самоопределению личности, к добросовестному и добровольному служению на благо общества. Но подобный характер регуляции возможен лишь при определенном отношении человека к существующим в обществе ценностям и идеалам. Если они оказываются внутренне не востребованными человеком, осваиваются индивидом формально, то они лишаются специфического для их социальной природы регулятива – призыва. Ценности, формально воспринятые, «не зовут», а «обязывают» и в этом смысле их регулятивная функция мало чем отличается от регулятивной функции методов, лишь внешним образом влияющих на поведение человека. В условиях пассивности (некритичности) индивидуального мышления проявляют себя не идеалы, а идолы, требующие беспрекословного подчинения, поклонения. Механизм управления обществом, косвенно или целенаправленно работающий на создание идолов, лишает общество духовности, препятствует историческому творчеству.

Если ценности и идеалы осваиваются через самостоятельную, внутреннюю активность индивидуального духа, а их принятие является результатом свободного и осознанного выбора, то они воодушевляют личность на поступок, а не приказывают. Социальное управление, при котором поощряется свободная, самостоятельная мысль, поднимает уровень духовности в

обществе, благоприятствует историческому обновлению.

Россия и ценностные ориентиры в управлении

Проблемы, с которыми столкнулась современная Россия, не в последнюю очередь обусловлены несовершенством социального управления, недостаточным вниманием к его духовной составляющей. Для того чтобы общество успешно модернизировать, необходим такой механизм управления, который бы учитывал аксиологический аспект деятельности людей. Государство, которое не принимает в расчет ценностных ориентаций людей, не ценит созидательный потенциал духа, не способно решить фундаментальные задачи по модернизации общества.

Бескорыстие, самоотверженность, честность, справедливость, доверие и другие составляющие духовности в настоящее время не являются приоритетными регулятивами трудовой деятельности людей. Все чаще людьми руководит холодный расчет и материальная выгода. Сегодня важно быть успешным, а то, как этот успех был достигнут, мало кого интересует. И нередко лишь эта ориентация берется во внимание при решении разных проблем в экономике, культуре, науке, образовании. Механизм управления социальными процессами реализуется без должного учета аксиологического фактора, и это ненормально для России.

Очевидно, что государство не может строить свою политику только в расчете на бескорыстие и энтузиазм людей. Труд как фундамент исторического творчества и источник общественного богатства должен быть основан на механизме управления, который делает его экономически эффективным для общества, материально выгодным для индивида. Материальные стимулы к труду должны быть предусмотрены механизмом управления, и внедрение рыночных отношений в общественное производство делает этот аспект управления в современной России востребованным. «Несомненно, деньги и власть являются теми двумя главными стимулами, которые побуждают людей заниматься предпринимательством. ... Но все же деньги – не единственная вещь, с помощью которой возможна мотивация пове-

дения людей» [5, с. 318]. В реальности бывает трудно провести четкую грань между материальными и идеальными стимулами людей к деятельности. В условиях, когда корпоративная социальная ответственность становится велением времени, отдельные предприниматели и целые корпорации при ведении бизнеса руководствуются благородными идеями достижения блага для людей, улучшения жизни общества и защиты окружающей среды.

Опыт многих высокоразвитых в экономическом отношении стран однозначно свидетельствует о необходимости учета аксиологической стороны труда. Так, традиции японской национальной культуры, ее идеалы и ценности были успешно встроены в механизм управления производством. И когда США, теряя лидерство в мировой экономике, попытались перенять передовую технологию японского производства, его организацию и методы управления, то столкнулись с серьезными проблемами, обусловленными аксиологической составляющей управления. Всем известны попытки применения американскими компаниями некоторых японских методов организации производства, например, кружков качества, системы пожизненного найма и др., которые оказались малоуспешными из-за резких различий в культуре американских и японских предприятий. При всей универсальности своих принципов, менеджмент – часть национальной культуры и простое копирование управленческих методов здесь не эффективно.

Необходимость учитывать в национальной модели управления ценностные ориентации людей актуальна не только для США. Россия с ее богатой духовной историей, с судьбой страны-труженицы способна создать не менее эффективный, чем в Японии, социальный механизм управления экономикой, учитывающий национальные трудовые традиции и ценности. Для русского человека, в отличие от американца или европейца, на первом месте всегда было не материально-утилитарное, а духовно-нравственное, эстетическое содержание труда, истоки которого – в народной трудовой культуре. В художественно-образной форме эту особенность отобразил в своих произведениях В. Белов. В основе народной жизни лежит труд, на нем выстраивается все здание национальной культуры. Для русского

человека трудовая деятельность соотносима со стремлением стать умельцем, мастером, художником, и эти три понятия (умение, мастерство, искусство) наполняют труд аксиологическим содержанием, не позволяя ему целиком превратиться в простую жизненную необходимость. Для успеха экономической деятельности необходимо сохранять трудовые традиции народа, вписанные в его «генетический код».

Аксиологический аспект социального управления, который апеллирует к ценностям, привел к необходимости рассматривать управление организацией через культуру. В результате возник особый вид управления – культурный менеджмент, в основе которого лежит раскрытие механизмов управления сквозь призму корпоративной культуры. Если культуру в целом можно рассматривать как комплекс ценностей, социальных норм, установок, ориентаций, стереотипов поведения, верований и обычаев, которые разделяются большинством членов общества, то корпоративная культура включает главные для организации (фактические и желаемые) ценности, разделяемые членами этой организации [6].

Управление через культуру обладает большим потенциалом при внедрении инноваций на отдельном предприятии. «Новейшие технологии сами по себе не могут обеспечить достижение цели повышения эффективности предприятия, если их внедрение не базируется на том комплексе ценностей, принципов, стимулов, идей, миссии, которые в совокупности составляют культуру соответствующей корпорации» [5, с. 283]. Различные типы организационной культуры задают определенный характер управленческих процессов. Так, индивидуалистическая культура, основанная на мотивах достижения личного успеха, содержит ценности и нормы управления людьми, для которых важен собственный престиж и собственная материальная выгода. Коллективистская культура, наоборот, ориентирована на групповую деятельность. В условиях демократической культуры работники, как правило, принимают участие в обсуждении и принятии управленческих решений. Авторитарная культура характеризуется строгой дисциплиной, прямым регулированием и жестким контролем.

Организационная культура проявляется в ценностных ориентациях руководителя, в том

или ином стиле руководства. «Приоритетные ценностные ориентации представляют идеологическое кредо управленческой позиции руководителя, т.е. становятся руководством к действиям в его деловом поведении» [7, с. 154]. С точки зрения ценностных ориентаций управленческие отношения, как отмечает Ю.Д. Красовский, могут иметь вид «руководитель – подчиненные» или «руководитель – сотрудники». В первом случае управленческие отношения ориентированы на административно-директивные методы руководства, в них доминирует мотивация власти, в работниках руководитель видит лишь исполнителей своей воли. Во втором случае среди управленческих ценностей руководителя на первом месте находятся «социальные ценности». В работнике руководитель видит личность, способную на инициативу и новаторство. Поэтому в управлении такой руководитель реализует установку на сотрудничество, на вовлечение работников в общее дело. Для эффективного управления инновационной деятельностью данные ценности являются предпочтительными, отвечающими специфике творчества – главной составляющей инновационного процесса.

Необходимость перевода российского общества на инновационный путь развития формирует потребность в творцах, людях-новаторах, «которые проектируют, разрабатывают и внедряют новые технологии и продукты, создают новые или модернизируют старые фирмы или же влияют на изменения в институциональной структуре экономики» [8, с. 27]. Дискуссия о возможности или невозможности управления творчеством ведется давно, но единства во взглядах исследователей до сих пор не наблюдается. В контексте этой дискуссии отметим лишь одно обстоятельство.

В управлении творчеством можно выделить две составляющие: организационно-методическую и ценностно-мотивационную. Организационно-методическая составляющая исходит из того, что творчество – это социально-детерминированный процесс, который соотнобразуется с внешними природными и социальными условиями. В этом процессе тесно взаимосвязаны продуктивная и репродуктивная деятельность. Поэтому возможен механизм управления творчеством, опирающийся на систему методов и

рекомендаций, организующих и направляющих человеческую деятельность. Применительно к инновационному менеджменту этот механизм включает в себя методы управления процессами разработки новых продуктов и услуг, приемы и способы совершенствования технологий, методы трансформирования системы управления деятельностью персонала и т.д. Вариативность, неоднозначность протекания инновационных процессов обуславливает появление рисков при попытках выведения на рынок наукоемкой продукции, новой услуги. Риски связаны не только с опасностью потенциальных потерь, но и с возможностью получения экономических выгод, что делает актуальной проблему управления рисками, возникновение риск-менеджмента в различных сферах деятельности [9]. Управление инновационным процессом может быть как стратегическим, так и тактическим, осуществляться на разных уровнях, включать специфические для каждого его этапа управленческие приемы и методы, организационные меры. Этот материал вошел практически во все учебники по инновационному менеджменту.

Особого внимания у современных авторов заслуживают вопросы, связанные с государственным регулированием и управлением инновациями. Так, О.Г. Голиченко рассматриваются два сценария решения задач инновационного развития России, предполагающие разную роль государства в каждом из них. В первом сценарии регулирование инновационного развития осуществляется посредством средообразующей и информирующей функции государства, во втором акцент делается на разработке программ инновационного развития крупных компаний с государственным участием. Во втором сценарии инструмент инновационного развития основан на администрировании сверху, а не на мотивации частного бизнеса к инновационной деятельности. При разработке стратегии инновационного развития «следует иметь в виду, что государственная политика должна присутствовать там, где имеют место провалы рынка и дисфункции инновационной системы» [10, с. 23]. Государственное регулирование, администрирование не должно подменять рыночные механизмы там, где это необходимо для эффективного функционирования национальной инновационной системы.

Несмотря на то, что творчество – это объективно-исторический процесс, разворачивается он в головах людей. Управлять сознанием людей с помощью директивных методов не эффективно, а иногда и разрушительно для творчества. Система ценностей может воздействовать на поведение людей более эффективно, чем административные методы управления. Творческого сотрудника, в первую очередь, мотивирует возможность самореализации, увлеченность профессией и ценности личного успеха, осознание важности и нужности работы, личное развитие и профессиональный рост и т.п. В этом заключается ценностно-мотивационный аспект управления творчеством. Для мотивирования творчества компании требуется особый тип корпоративной культуры. «Главными ценностями такой культуры являются уважение индивидуальности, меритократия, открытость и доверие между членами организации. Артефакты этой культуры включают эстетическую и социально-ориентированную организацию рабочего места» [8, с. 553].

Современный руководитель должен учитывать эти ценностные ориентации. Фундаментом

инновационного менеджмента является модель управления, в основе которой лежит свобода творчества и благоприятные условия для новаторской работы. Задача руководителя-менеджера – не только творчески руководить коллективом, но и стимулировать творческую активность сотрудников, стать партнерами в общем деле.

Таким образом, модернизация экономики требует внедрения новых форм, инструментов и технологий управления. Простое копирование на российскую почву управленческого опыта других стран невозможно, но возможно осмысление накопленного зарубежного опыта и творческое применение знаний о процессах и современных тенденциях управления к российской действительности. Осознание особой роли в управленческом факторе как основного элемента культуры обуславливает пересмотр традиционного взгляда на управление, согласно которому успех деятельности определяется, прежде всего, рациональной организацией, совершенствованием организационных структур, а в механизме управления решающее значение имеют исполнительность и эффективный контроль.

Библиография

1. Долан С., Гарсия С. Управление на основе ценностей. Корпоративное руководство по выживанию, успешной жизнедеятельности и умению зарабатывать деньги в XXI веке. М.: Претекст, 2008. 313 с.
2. Шестопал Е.Б. Ценностные характеристики российского политического процесса и развития страны // Полис. 2014. №2. С. 61-71.
3. Лопаткин Г.В. Экономическая культура как объект философской рефлексии // Философия и культура. 2014. №4. С. 519-524.
4. Розин В.М. Социально-гуманитарные технологии. // Философия и культура. 2010. №12. С. 41-51.
5. Шамхалов Ф.И. Философия бизнеса. – М.: Экономика, 2010. 381 с.
6. Огурцов А.П. Ценностные ориентации внутри корпоративной культуры: методы и итоги исследований // Философия и культура. 2009. №1. С. 23.
7. Красовский Ю.Д. Управленческие ценности руководителей // Знание. Понимание. Умение. 2012. №2. С. 149-154.
8. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. М.: ИНФРА-М, 2010. 624 с.
9. Овчаров А.О. Управление рисками в сфере туристских услуг // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2008. Серия 8: Менеджмент. №2. С. 138-160.
10. Голиченко О.Г. Возможности и альтернативы инновационного развития России // Инновации. 2013. №5(175). С. 20-24.
11. Чернова А.В. Инновации в системе управления // Философия и культура. 2012. №5. С. 91-95.

12. Кирсанова Е.Г. Глобальное управление или экономическое сотрудничество: к вопросу об инновационном развитии на современном этапе // Международные отношения. 2015. №4. С. 443 - 447. DOI: 10.7256/2305-560X.2015.4.17168.
13. Иванько Н.А., Торукало В.П. Модель государственного управления в социальной сфере жизни современного российского общества // Политика и Общество. 2013. №7. С. 806-816. DOI: 10.7256/1812-8696.2013.7.7439.

References (transliterated)

1. Dolan S., Garsiya S. Upravlenie na osnove tsennostei. Korporativnoe rukovodstvo po vyzhivaniyu, uspezhnoi zhiznedeyatel'nosti i umeniyu zarabatyvat' den'gi v XXI veke. M.: Pretekst, 2008. 313 s.
2. Shestopal E.B. Tsennostnye kharakteristiki rossiiskogo politicheskogo protsessa i razvitiya strany // Polis. 2014. №2. С. 61-71.
3. Lopatkin G.V. Ekonomicheskaya kul'tura kak ob'ekt filosofskoi refleksii // Filosofiya i kul'tura. 2014. №4. С. 519-524.
4. Rozin V.M. Sotsial'no-gumanitarnye tekhnologii. // Filosofiya i kul'tura. 2010. №12. С. 41-51.
5. Shamkhalov F.I. Filosofiya biznesa. – M.: Ekonomika, 2010. 381 s.
6. Ogurtsov A.P. Tsennostnye orientatsii vnutri korporativnoi kul'tury: metody i itogi issledovaniia // Filosofiya i kul'tura. 2009. №1. С. 23.
7. Krasovskii Yu.D. Upravlencheskie tsennosti rukovoditelei // Znanie. Ponimanie. Umenie. 2012. №2. С. 149-154.
8. Innovatsionnoe razvitie: ekonomika, intellektual'nye resursy, upravlenie znaniyami / Pod red. B.Z. Mil'nera. M.: INFRA-M, 2010. 624 s.
9. Ovcharov A.O. Upravlenie riskami v sfere turistskikh uslug // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. 2008. Seriya 8: Menedzhment. №2. С. 138-160.
10. Golichenko O.G. Vozmozhnosti i al'ternativy innovatsionnogo razvitiya Rossii // Innovatsii. 2013. №5(175). С. 20-24.
11. A.V. Chernova Innovatsii v sisteme upravleniya // Filosofiya i kul'tura. 2012. №5. С. 91-95.
12. Kirsanova E.G. Global'noe upravlenie ili ekonomicheskoe sotrudnichestvo: k voprosu ob innovatsionnom razvitiia na sovremennom etape // Mezhdunarodnye otnosheniya. 2015. №4. С. 443 - 447. DOI: 10.7256/2305-560X.2015.4.17168.
13. Ivan'ko N.A., Torukalo V.P. Model' gosudarstvennogo upravleniya v sotsial'noi sfere zhizni sovremennogo rossiiskogo obshchestva // Politika i Obshchestvo. 2013. №7. С. 806-816. DOI: 10.7256/1812-8696.2013.7.7439.