

На правах рукописи

КЛИМОВ Игорь Юрьевич

**ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ РЕГУЛЯТИВЫ
В КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

22.00.06. – социология культуры

АВТОРЕФЕРАТ
на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Белгород – 2012

Работа выполнена в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Научный руководитель:

Бабинцев Валентин Павлович,
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты:

Ельникова Галина Алексеевна,
доктор социологических наук,
профессор АНО ВПО «Белгородский
университет кооперации»,
профессор кафедры гуманитарных
и социально-экономических наук

Лебедев Сергей Дмитриевич,
кандидат социологических наук,
доцент ФГАОУ ВПО «Белгородский
государственный национальный
исследовательский университет»,
профессор кафедры организации
работы с молодежью

Ведущая организация

ФГБОУ ВПО «Российский
университет дружбы народов»
(г. Москва)

Защита состоится 1 ноября 2012 г. в 14-00 на заседании диссертационного совета Д 212.015.02 в ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», по адресу: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», по адресу: 308015 г. Белгород, ул. Победы, 85.

Автореферат диссертации разослан 28 сентября 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета



И.Э. Надуткина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Одной из наиболее характерных тенденций развития российского общества и государства в последние десятилетия стало внедрение рыночных отношений, распространивших свое влияние далеко за пределы экономики. Они заставляют по-новому оценить роль коммерции как специфической деятельности, а также сформировавшихся на ее основе субъектов экономической деятельности в лице коммерческих организаций. Крайне важно проследить проявление специфических черт функционирования коммерческих организаций, которые характеризуются:

- высоким уровнем производственной и, в последнее время, социальной активности, стимулируемой концентрацией у них значительных материальных и интеллектуальных ресурсов, поскольку коммерческая деятельность приносит значительную прибыль;

- привлекательностью этих организаций для молодежи, рассматривающей их как один из наиболее перспективных социальных лифтов, способствующих повышению их статуса;

- адаптивностью корпоративной среды к общим процессам социально-экономического развития России, объясняющейся внутренней связью, в основе которой лежит примат утилитарного начала.

Их рост стабилен, однако, существует немало проблем, связанных с самоорганизацией этих структур, обеспечивающих их конкурентоспособность на отечественном и мировом рынках. Существенное значение для повышения конкурентоспособности имеет формирование и использование корпоративного ресурса, давно и эффективно применяемого современными западными и восточными компаниями. В этой связи задача оптимизации корпоративных отношений, развитие корпоративной культуры обретает исключительную важность, не только способствуя успеху в конкурентной экономической борьбе, но и создавая комфортную обстановку для работников, обеспечивая условия для их профессионального и личностного роста.

Управление формированием и развитием корпоративной культуры коммерческих организаций связано с различными факторами. В такой многонациональной и поликонфессиональной стране, как Россия, заметную роль среди них играют этнические и конфессиональные регулятивы, выступающие этически, культурными и социальными индикаторами репрезентации особенностей корпоративной культуры.

Этноконфессиональная идентичность, связанные с нею ценностные установки, представляют собой устойчивые константы поведения индивида, независимо от того, осознает он это или нет. Этноконфессиональные установки, органически присущие внутрикорпоративным отношениям, выступают в форме регулятивов и, наряду с другими факторами, могут стать источником эффективного управления коммерческих организаций. Однако, зачастую, этноконфессиональному регулированию корпоративных отношений не уделяется достаточного внимания в теории и практике управления. При этом опыт развития корпоративных отношений и корпоративной культуры с учетом накопленных в экономике, менеджменте и социологии культуры представлений о природе и потенциале эт-

ноконфессиональных регулятивов может быть востребован повсеместно в связи с возросшей **актуальностью** проблемы, которая определяется:

- спецификой изменения ментальной, духовно-ценностной, этноконфессиональной и корпоративной сфер в переходный период развития современного российского общества;
- необходимостью научного обоснования исследования этноконфессиональных регулятивов и их целеориентированного потенциала в структуре корпоративной культуры коммерческих организаций;
- недостаточно эффективным использованием этноконфессиональных регулятивов для совершенствования корпоративных отношений в коммерческих организациях Центрально-Черноземного региона.

Степень научной разработанности проблемы. Проблема этноконфессиональных регулятивов требует обращения к исследованию общенаучных и конкретных понятий и проблем. В диссертации проанализированы общие *понятия переходности, кризиса, ментальных трансформаций* на основе классических и современных трудов М.С. Кагана, В.З. Когана, И.В. Кондакова, Ю.М. Лотмана, Х. Ортега-и-Гасета, Т. Парсонса, П.А. Сорокина, Б.А. Успенского, Н.А. Хренова, О. Шпенглера.

Это в свою очередь потребовало обращения к анализу *ценностей, этнических и конфессиональных факторов*, в том числе в организационной и корпоративной культуре. В социологии теория ценностей имеет солидную историческую традицию, включая как классические труды М. Вебера, Э. Дюркгейма, В. Зомбарта, Ф. Знанецкого, К. Маркса, А. Маслоу, Т. Парсонса, П. А. Сорокина, У. Томаса, М. Шелера, А. Шюца, С. Шварца, так и работы современных авторов: Л. В. Баяевой, У. Бека, П. Бурдые, В. И. Гараджа, В.И. Добренькова, А. Г. Здравомыслова, О.В. Канищевой, И. С. Кона, Ю.А. Левады, Ч. Р. Милса, В. Г. Немеровского, А.А. Ручки, В.О. Спиридоновой, В. А. Ядова.

В аксиологии в качестве фундаментальных категорий традиционно рассматриваются религиозные ценности и само понятие *религиозности*, введенное Ч. Глоком и Г. Ленски. В новейшем социологическом срезе «религиозность» рассмотрена через концепты «новая религиозность» (Ю.В. Рыжов), «религиозность россиян» (Ю.Ю. Синелина), «объективная и субъективная религиозность» (М. Грили, С.Д. Лебедев, Н.Г. Мечковская), «традиционная религиозность» и «нетрадиционная религиозность» (Е.Г. Балагушкин, В.И. Гараджа, А.Л. Дворкин, Е.А. Кублицкая, Р.Н. Лункин, Э.И. Мартынюк, С.Б. Филатов), «терминальный характер ценностей» (С.Д. Лебедев). Опыт осмысления специфики *религиозности новой России* стал объектом многих аналитических исследований (Н.А. Митрохин, Ю.Ю. Синелина, В.Ф. Чеснокова и др.).

Не менее важен анализ ключевых понятий – «этнос», «этничность», «нация», «национальные отношения» – в классических работах Д.Н. Анучина, Н.Н. Миклухо-Маклая, Н.Н. Харузина, В.Н. Харузина, а также в работах советских и российских ученых Ю. В. Арутюняна, А.А. Безвербного, Ю.В. Бромля, Л.Н. Гумилева, Г.С. Денисовой, Л.М. Дробижевой, В.И. Козлова, З.В. Сикевича, Н.Г. Скворцова, Т.Г. Стефаненко, В.Н. Стрелецкого, В.А. Тишкова, С.А. Токарева, Н.Н. Чебоксарова, С.М. Широкогорова.

Анализ аксиологической характеристики общества переходного периода осуществлялся с опорой на труды С. Хантингтона и Л. Харрисона, исследовавших проблему адаптации этнических групп в полиэтнических городах в период мировых кризисов и крушений империй. В русле данного направления также работают К. Каарияйнен, Т.Б. Коваль, Е.Н. Кофанова, П.И. Пучков, Д. Фурман, О.С. Четырчинская. Данная проблема тесно связана с вопросами миграции и беженцев, экстремизма и молодежных конфликтов на национальной почве, рассмотренными в трудах В.П. Бабинцева, Л.Д. Гудкова, Б.В. Заливанского, Ю.А. Зубок, В.И.Мукомель, Н.С.Мухаметшиной, М.П. Мчедлова, Н.Н. Нуралиева, Л.Л. Рыбаковского, Е.В. Самохваловой, М.Ф. Федотовой, И.С. Шойко, В.И. Чупрова.

Анализу корпоративной культуры посвящены общие и специальные работы западных ученых М. Альберта, У. Лафферти, Д. Мерсера, М. Мескона, Ф. Хедоури, Э.Шейна, Т. Диала, А.А. Кеннеди и отечественных исследователей В.П. Дубицкой, В.Ю. Зверева, Э.А. Капитонова, Л.Е. Лариной, Н.В. Лебедева, Н.Н. Могутновой, Е.В. Привалова, Я.М. Прохорова, А.А. Родионова, М.И. Тарарухиной, В.В. Томилова, В.И. Шаркова, а также диссертации К.Ю. Битулиной, И.В. Воронина, С.В. Кузичева, А.Д. Леонард, М.А. Овчинникова, О.А. Сайченко, В.А. Спивака, П.А. Тихомирова.

Сравнительный анализ организационной и корпоративной культуры проводится в публикациях и диссертационных исследованиях С.Г. Заржевского, В.К. Киселева, Е.А. Кузнецовой, Н.Ю. Крюковой, М.И. Магуры, М.Н. Павловой, Н.В. Перегудовой, В.И. Приходько, В. К. Щукина, В.В. Шуваевой, А.В. Чабановой. Теме этноконфессиональности в организационных или корпоративных отношениях посвящены диссертационные исследования И.Ю. Абалова, А.Н. Ипатова, С.В. Кузьмина, З.С. Мустафаевой, В. Н. Рагузина. Ценностно-ориентированные аспекты в трудовой деятельности организаций рассмотрены в исследованиях Ю.Н. Давыдова, Н.С. Данакина, Л.Я. Дятченко, А. И. Пригожина, В. И. Сперанского. При этом ни в одной работе содержание и функциональная роль этноконфессиональных регулятивов практически не исследованы, в том числе и применительно к корпоративной культуре коммерческих организаций, имеющих свою довольно отчетливо выраженную специфику по отношению к предприятиям и организациям других сфер деятельности.

Представление об актуальности темы и степени ее разработанности в научной литературе дает основание для формулировки основной *проблемы* исследования. Она заключается в противоречии между насущной потребностью в целеориентированном использовании потенциала этноконфессиональных регулятивов для повышения эффективности функционирования корпоративных отношений и корпоративной культуры в коммерческих организациях и недостаточностью научно-концептуального социологического обоснования решения данной задачи. В частности, в современной российской социологии нет определения понятия «этноконфессиональные регулятивы», не исследованы их специфика и функции, не изучено конфигурирование факторов их трансляции применительно к корпоративной культуре коммерческих организаций, не определены возможности и границы ценностно-ориентированного регулирования их корпоративной среды.

Объект исследования – этноконфессиональные регулятивы в корпоративной культуре коммерческих организаций.

Предмет исследования – содержание и ценностный потенциал этноконфессиональных регулятивов как одного из факторов корпоративной культуры коммерческих организаций.

Цель исследования – концептуально обосновать роль этноконфессиональных регулятивов в процессе этнической и конфессиональной идентификации работников коммерческих организаций в системе корпоративной культуры.

Задачи исследования:

- теоретический анализ функционирования этноконфессиональных регулятивов в корпоративной культуре коммерческой организации;
- определение роли и места этноконфессиональных регулятивов в структуре корпоративной культуры коммерческих организаций;
- экспликация и обобщение основных функций регулятивов в корпоративных отношениях коммерческих организаций;
- диагностика ценностного содержания и потенциала этноконфессиональных регулятивов в корпоративной культуре коммерческих организаций;
- систематизация факторов трансляции ценностного содержания этноконфессиональных регулятивов в практику корпоративных отношений коммерческих организаций с помощью целеориентированного управления;
- выявление необходимости ценностно-ориентированного регулирования корпоративной культуры коммерческих организаций с использованием этноконфессиональных регулятивов.

Гипотеза исследования заключается в предположении о принципиальной необходимости учета потенциала этнической и конфессиональной идентичности сотрудников коммерческих организаций, влияющей на эффективность работы и корпоративные взаимоотношения сотрудников и актуализированной через этноконфессиональные регулятивы, представляющие собой относительно самостоятельные факторы в структуре управления и корпоративной культуре. Исследование основывается на утверждении, что степень их проявления, механизмы функционирования во многом зависят от практикуемой в организации модели/стиля управления, уровня формализации взаимоотношений в коллективе, формальных и неформальных стандартов корпоративной культуры. Они действуют даже в моноэтнических и моноконфессиональных коллективах и в значительной мере задают ценностный вектор, являясь элементом целеполагающего управления коммерческой организации. В зависимости от конкретной конфигурации упомянутых параметров потенциал этноконфессиональных регулятивов может иметь как позитивный, так и негативный характер.

Теоретико-методологическую основу диссертационного исследования составляют: теория социокультурной динамики П.А. Сорокина; принцип диалектического познания социальной реальности; ценностный подход М.Вебера; положения ценностно-ориентированной социологии, представленной в концепции В. Добренкова; разработки отечественных и зарубежных исследователей по социологии культуры, этноконфессиональности, корпоративным отношениям: Ю.В. Арутюнян, Л. М. Дробичевой, А.А. Сусоколова, В.А. Тишкова, Э. Шейна, М. Шелера.

Диссертация опирается на теорию примордиализма, описывающую этничность как имманентное историческое свойство идентичности любого человека вне искусственно-насаждаемых представлений и идеологических манипуляций чувствами и мировоззрением людей, а также теорию архетипических и ментальных установок народов на традиционную религиозность (М. Вебер, В. Зомбарт, П.А. Сорокин).

В работе использованы междисциплинарный, структурный, функциональный, компаративистский и кросс-культурный подходы. Конверсионный метод и «техника» доверительных отношений, устанавливаемых между респондентами и интервьюерами применен в ходе экспертного опроса; метод интерпретативной философии, проясняющий смыслы ответов, использован в зависимости от общекультурного и современного знания респондентов.

В диссертационном исследовании использованы принципы теории социальной регуляции, разработанной в трудах Н.С. Данакина, Л.Я. Дятченко, Ю.А. Зубок, А.И. Пригожина, В.И. Чупрова.

В работе применены общесоциологические *методы* системного и функционального анализа, сравнения, обобщения и сбора эмпирических данных (опрос, теоретический анализ документов и кодексов). Обработка эмпирических данных осуществлялась с применением метода статистической обработки с использованием макросов программы Microsoft Office Excel и «ДА-Система».

Эмпирическая база диссертационного исследования.

1. Уставные документы, профессионально-этические кодексы коммерческих организаций, должностные инструкции предприятий ЦЧР, регулирующие трудовые отношения в коллективе, созданные или скорректированные в 2008 – 2011 годах.

2. Данные социологических исследований «Этноконфессиональные регулятивы организационных и корпоративных отношений» и «Этноконфессиональные регулятивы в корпоративной культуре», проведенных автором в Центрально-Черноземном регионе в сентябре-декабре 2010 года и январе-марте 2012 года. Работа проводилась в два этапа. Первое исследование представляло собой пилотажный опрос, второе – основное исследование. Выборка в ходе первого исследования составила 200, второго – 500 респондентов. В ходе исследований были опрошены сотрудники ряда крупных коммерческих организаций ЦФО и 10 экспертов из числа авторитетных ученых в данной области знания.

3. Результаты вторичной обработки материалов социологических исследований межнациональных проблем, проведенных в РФ и ее регионах другими авторами: «Социология межнациональных отношений в цифрах» и «Россия: социальная ситуация и межнациональные отношения в регионах» (1996-2000); проект, осуществлённый в рамках работы ИСПИ РАН (N=2000 респондентов); «Иммиграция в России: социокультурное измерение в Центральном Федеральном округе» – рук. В.И. Мукомель (N= 1500); «Причины распространения этнического экстремизма и ксенофобии среди молодежи (Центрально-Черноземный регион)» – проект, реализованный кафедрой социальных технологий Белгородского национально-исследовательского университета, рук. В.П. Бабинцев (N=500); «Религиозный элемент» в трудовых правоотношениях: особенности регулирования и защиты», рук. О.А. Иванюк (N=500 человек).

4. Нормативно-правовые документы в области национальной безопасности, статьи трудового кодекса, доктрина духовной безопасности.

Достоверность результатов диссертационного исследования обеспечивается теоретико-методологическими положениями, адекватностью избранных методов исследования, проверкой эмпирических данных, репрезентативностью выборки, корректным применением методов обработки и научно обоснованной социологической интерпретацией эмпирических результатов исследования.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем:

– обосновано понятие этноконфессиональных регулятивов, представляющих собой комплекс мотивов и предписаний, отражающих традиции, нормы, обычаи, характерные для этноса или религиозной группы;

– предложена система оценки состояния корпоративных отношений коммерческих организаций, позволяющая эксплицировать функции этноконфессиональных регулятивов на основе следующих индикаторов: солидарность/разобщенность; коллективизм/изоляция; патриотизм/национализм; наличие/отсутствие стереотипов и ощущения этноконфессиональной идентичности; толерантность/интолерантность.

Положения, выносимые на защиту.

1. Этнические и конфессиональные элементы непосредственно или опосредованно влияют на жизнедеятельность и взаимоотношения индивидов в корпоративной культуре организации и на формирование регулятивов, представляя особую социокультурную «нишу», в которой сходятся глубинные ментальные представления об этнической и религиозной идентичности, кодифицированные оценки, коммуникативные практики, культурные установки общества и его различных подсистем, определяющие специфику развития корпоративной культуры и самоидентификацию сотрудников коммерческих организаций.

2. Этноконфессиональные регулятивы выступают как специфическая форма этнической и конфессиональной идентификации личности сотрудника коммерческой организации. Представляя сложную систему, они сочетают в себе объективные и субъективные элементы, относительно независимые от общей структуры управления и корпоративной культуры. Регулятивы входят в структурное ядро ценностных характеристик (на внутреннем и глубинном уровнях) корпоративной культуры, выступая в качестве одного из ее элементов, проявляясь через общекультурные, ментальные, психологические и др. установки, влияющие на характер корпоративных отношений и специфику управления той или иной коммерческой организацией. С одной стороны, в них заложены социальные идеалы, а с другой – они имеют реальную значимость лишь в убеждениях, знаниях, вере, т.е. мировоззрении и идентификации конкретных людей.

3. Этноконфессиональные регулятивы не автономны, но, действуя в рамках более общей системы корпоративных отношений, потенциально способны выполнить ряд конструктивных функций в корпоративной культуре коммерческих организаций: морально-психологическую, коммуникативную, нормотворческую, ценностную. Поскольку этноконфессиональные регулятивы являются нематериальной составляющей, их функции не могут непосредственно влиять на увеличение прибыли или объем продаж. Однако при правильном использовании они способствуют косвенному увеличению материального достатка ком-

мерческого предприятия, улучшению его психологического климата, стабильному развитию и процветанию.

4. Этнокультурные регулятивы имеют отчетливо выраженное ценностное содержание в корпоративной культуре коммерческих организаций. Основными характеристиками этноконфессиональных регулятивов, выявленными в ходе социологической диагностики, являются следующие: толерантное, уважительное отношение большинства сотрудников друг к другу с этноконфессиональной точки зрения; недостаточно эффективное использование конструктивных функций и ценностного потенциала этноконфессиональных регулятивов в моноконфессиональной среде Центрально-Черноземного региона. При этом современное развитие экономики, миграционные, политические и этнокультурные трансформации позволяют предположить повышение значимости функций этноконфессиональных регулятивов в ближайшем будущем, в том числе и в моносреде.

5. Трансляция ценностного содержания этноконфессиональных регулятивов в практику корпоративного развития коммерческих организаций осуществляется через формализованные (этико-нормативные положения *кодексов* профессиональной этики, инструкции и нормативные документы организации) и неформализованные (культурно-поведенческие, этноконфессиональной солидарности, морального поведения, системы стереотипов, управленческой иерархии) факторы. Посредством первых транслируются формальные элементы регулятивов, задающие общепринятые модели поведения, и единые стандарты отношений и совместной деятельности; посредством вторых – неформальные: отношение к труду, принципы этики, религиозные установки и стереотипы, символы, социальные требования, которые разделяет индивид и на основе которых формируются его мировоззрение и ценности корпорации.

6. Ценностно-ориентированное регулирование корпоративной культуры с помощью этноконфессиональных регулятивов представляет собой совокупность этнических, конфессиональных и социокультурных процедур, обеспечивающих продуктивное развитие взаимоотношений в коллективе и выполняющих проективную функцию за счет указания, с одной стороны, на подчиненность корпоративной культуры производственно-организационным процессам, а с другой – на непосредственное участие в них конкретных личностей с их ценностными качествами (в том числе этническими и конфессиональными), формами поведения, а также на необходимость управления их деятельностью с учетом потребностей, интересов, ценностных и целевых ориентаций общества в целом. Управление рассматривается в данном контексте как деятельность по конфигурированию факторов трансляции этноконфессиональных регулятивов, включающих в себя создание и внедрение системы корпоративных норм и правил, выступающее «пространством» для их проявления.

Научно-практическая значимость диссертационного исследования заключается в том, что в нем сформулированы практические рекомендации для руководства коммерческих организаций, связанные с учетом этноконфессиональных регулятивов в составе корпоративной культуры, использованием их потенциала для повышения эффективности кадровой политики и кадровых служб, совершенствованием инструкций и кодексов организаций, с учетом вы-

явленных характеристик. Программа и инструментарий социологического исследования могут быть использованы для организации диагностики состояния этноконфессиональных отношений в коммерческих организациях.

Положения диссертации могут применяться при чтении учебных курсов по социологии, теории управления, этносоциологии, религиоведении в высших и средних специальных учебных заведениях.

Апробация результатов диссертации осуществлялась в форме выступлений на научно-практических конференциях и научных школах: «Русская философия: истоки и современность» (Белгород, 2009 г.); «Гуманитарные науки в современном мире», II Международная научно-практическая интернет-конференция (Тамбов, 2009 г.); «Актуальные проблемы современного гуманитарного познания», Международная научная конференция (Витебск, 2009 г.); «Философия и наука поверх барьеров: культурно-цивилизационные и антропологические кризисы идентичности в современном мире», IV Всероссийская научная конференция молодых ученых, докторантов, аспирантов и студентов (Белгород, 2010 г.); «Развитие внутрироссийской мобильности научных и научно-педагогических кадров на базе ведущих научно-образовательных центров в области социально-гуманитарных наук», Всероссийская конференция с элементами научной школы для молодежи (Белгород 2010 г.).

С 2010 г. по 2011 г. по теме диссертации проводилась работа в рамках Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 годы» в рамках реализации мероприятия № 1.3.2. Проведение научных исследований целевыми аспирантами (госконтракт № 17.740.11.0669 от 12.10.2010 г.) под руководством диссертанта. Положения диссертации апробировались также в ходе работы соискателя по государственному контракту П.861 от 18.09.2009 Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 гг.» по теме «Философско-религиоведческий и феноменологический анализ духовно-религиозной специфики современного общества» в качестве исполнителя. Представленные отчеты были одобрены экспертами Федерального агентства по науке и инновациям. В настоящее время диссертант является исполнителем в проекте, выполняемом в рамках государственного задания Министерства образования и науки на оказание услуг по теме «Комплексный анализ религиозного опыта современных россиян: научное противодействие националистически-религиозному экстремизму» (2012-2014 гг.).

По теме диссертации опубликовано 16 работ общим объемом 10 печатных листов, из них 5 – в рецензируемых журналах по перечню ВАК РФ.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, двух глав (каждая из которых состоит из трех параграфов), заключения, четырех приложений и библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновываются актуальность выбранной темы, степень ее научной разработанности, определяются объект, предмет, цель, задачи, теоретико-методологическая основа исследования, раскрываются научная новизна и положения, выносимые на защиту.

В *первой главе «Теоретико-методологический анализ проблемы этноконфессиональных регулятивов в корпоративном развитии организации»*, состоящей из трех параграфов, осуществлен анализ понятий «этничность», «конфессиональность», «этноконфессиональность», «ценности», «регулятив», определено их значение в развитии корпоративной культуры коммерческих организаций, рассмотрено место этноконфессиональных регулятивов в структуре современных коммерческих организаций, определены их основные функции.

В первом параграфе *«Взаимосвязь этнического и конфессионального в современном российском обществе: базовые понятия и подходы»* обосновывается необходимость научной реконструкции базовых ценностей личностной идентификации, дается описание их значимости, в том числе и в корпоративной культуре. Особое внимание уделено понятию «этноконфессиональность», применение которого рассматривается не как результат механического объединения понятий «этнос» и «конфессиональность» (или «религиозность»), но как системная характеристика личности, отражающая специфическую черту ее идентичности в обществе постмодерна. Для этого (парадоксального) типа идентичности, с одной стороны, типичен формальный разрыв с этническими и религиозными традициями прошлого и одновременно духовно-исторический и ментальный «скачок» к истокам, инициирующий попытки синтезировать культуру, этнос и религиозность в новое ценностное качество субкультуры и транслирование ее локального содержания на отношения, ранее не принадлежащие субкультурным мирам. К их числу относятся корпоративные отношения, влияние которых все более выходит за пределы конкретной организации, а они в свою очередь интенсивно модифицируются под воздействием внешней среды.

Проблема этноконфессиональной идентичности в настоящее время актуализируется не только в форме возрождения традиционных ценностей, но и в виде конфликтов. Она связана с проблемой адаптации этнических групп в полиэтнических городах; темой миграции и беженцев; молодежными конфликтами на национальной/религиозной почве; религиозными протестами и т.д. При этом важную роль играют и этнические стереотипы, которые накладываются на конкретные отношения с представителями разных этносов и конфессий.

Этноконфессиональность как ценностная характеристика личности играет все более заметную роль в функционировании отдельных предприятий и организаций, органически входя в общие макросоциальные процессы. При этом, чем активнее ведет себя экономическая структура в социальном пространстве, тем в большей степени она включается в «этносоциальный контекст», аккумулируя в своей корпоративной культуре его основные характеристики. Для того чтобы предотвратить возможный негативный сценарий, необходимо заранее понять специфику этих отношений, выявить регулятивы, способствующие их гармонизации. Безусловно, эти регулятивы будут проявляться специфически в процессе функционирования отдельных организаций, в том числе и коммерческих, но в основе своей они отражают некие общие тенденции развития, определяющиеся макросоциальными факторами.

Во втором параграфе *«Этноконфессиональные регулятивы в структуре корпоративной культуры»* рассматривается сущность корпоративной культу-

ры, ее «философия», базовые структурные элементы, определяется место и значение этноконфессиональных регулятивов. Выявлено, что одним из факторов неудовлетворенности существующими представлениями о корпоративной культуре является ее «обезличенность», отсутствие в ней четко выраженного отношения к конкретному человеку – участнику трудового и общественного процессов. Между тем, корпоративная культура – важнейший элемент управленческого воздействия на поведение коллектива и достижение поставленных задач. Ее эффективность является одним из условий целедостижения, гармонизации интересов сотрудников и организации, основой для создания благоприятного социально-психологического климата. Идейным структурным ядром корпоративной культуры выступает система ценностей, сгруппированная вокруг таких субъектов, как трудовой коллектив в целом, групповые общности: формальные и неформальные объединения, профсоюзы, социальные группы, личность руководителя и исполнителя, то есть участников процесса.

Одним из существенных структурных компонентов эффективной корпоративной культуры и составляющей результативного функционирования и развития организации являются этноконфессиональные регулятивы, проявляющиеся на всех ее уровнях. На уровне *внешней культуры организации* – это символы, лозунги, логотипы, имидж, поведение на внешнем рынке, PR-технологии, архитектура и т.д.; на уровне *внутренней культуры* – совокупность материальных и духовных ценностей, отраженных в символах и языке; на *глубинном, архетипическом уровне* – базовые моральные, психологические, ментальные, этноконфессиональные – общекультурные установки, которые трудно осознаются самими носителями доминирующей культуры – членами организации, но при этом являются неотъемлемой основой национальной и личностной идентификации.

Более всего функционирование этноконфессиональных регулятивов заметно на внутреннем и глубинном уровнях. Они обладают ярко выраженными *ценностно-ориентированными* смыслами и значениями и демонстрируют пути *опосредованного влияния* на структуру корпоративной культуры и отношений в целом, а их учет становится очевидным и необходимым, прежде всего, в периоды перехода организации на новые формы работы или перехода системы (экономической, политической, духовной) на новый уровень жизнедеятельности. Регулятивы выступают формами косвенного (или мягкого) управления этим процессом. Чем крупнее корпорация, тем менее будут заметны этноконфессиональные регулятивы в ее внешней культуре, так как важнее всего будет стремление к интеграции в мировой экономический процесс, преодоление этнических и конфессиональных различий. При этом этноконфессиональные регулятивы реализуются через такие компоненты, как национальное самосознание, патриотизм, этническая идентичность, репрезентируя внешнюю культуру своей корпорации через желание добиться максимальной прибыли.

В третьем параграфе «*Функциональная роль этноконфессиональных регулятивов в корпоративных отношениях*» определяются базовые функции этноконфессиональных регулятивов. Важнейшая – *морально-психологическая* – заключается в том, что этноконфессиональные регулятивы оказывают формиру-

ющее воздействие на интерсубъективную среду личности, формируя присущие ей убеждения и установки. Реализация данной функции осуществляется поэтапно. На первом этапе происходит психологическая адаптация человека, идентификация с коллективом, осознание существующих стилей поведения, выработка своего индивидуального стиля в соответствии с устоявшимися в коллективе традициями, определение своего места в данном сообществе. Важным основанием для правильного и адекватного анализа ситуации является выявление этноконфессиональной принадлежности остальных членов коллектива. На втором этапе осуществляется выстраивание социальных связей. Здесь чрезвычайно важно иметь возможность конструктивного диалога с коллегами на основании ранее выявленных ролей и стилей общения. Именно этноконфессиональная характеристика на данном этапе является наиболее значимой так как изначально первичной оценкой вновь пришедшего в коллектив коллеги будет его оценивание по внешним признакам и стилю поведения.

Другой важнейшей функцией этноконфессиональных регулятивов является *коммуникативная*, которая заключается в том, что они оказывают влияние на все элементы коммуникативных процессов как внутри самой организации, так и в ходе ее взаимодействия с внешними контрагентами. Поэтому, анализируя регулятивы, следует учитывать взаимодействие многих социальных институтов, огромное воздействие средств массовой информации; проследить пути распространения информации, специфику поведенческой реакции руководителя коллектива и подчиненных на значимые, с точки зрения этноконфессиональной проблематики, события. Таковыми могут оказаться как отношения этнической или конфессиональной конфронтации и противостояния членов коллектива (или определенных группировок), так и отношения толерантности – включения всего многообразия религиозно ориентированных и полиэтнических элементов в единый производственный организм на условиях равенства и партнерства. *Нормотворческая* функция выражается в том, что данные регулятивы утверждают одни типы поведения как положительные (долженствующие), другие – как отрицательные (недолжные), тем самым ориентируют людей в коллективе, служат одним из эффективных средств обеспечения его устойчивости. Она существенно детерминирует их регулирующую и регламентирующую функции, а способность данной функции к объективации делает регулятивы действенными факторами личностной и коллективной активности. Последнее исключительно важно для коммерческих организаций, действующих в условиях жесткой конкуренции, а потому требующих от своих сотрудников высокой личной активности, целеустремленности. В тех случаях, когда подобные установки базируются на специфике менталитета или же подкрепляются особенностями религиозных воззрений, специалист становится практически незаменимым.

Ценностная функция заключается в том, что регулятивы включают в себя формулировку требований, оценок социальных и внутрикорпоративных отношений и поступков индивидов с точки зрения свойственной этим поступкам цели, к которой следует стремиться коллективу в развитии этноконфессиональных отношений. Ценность регулятивов должна проявляться в балансе между

сохранением своего традиционно-культурного кода, выраженного через этническую и конфессиональную составляющую идентичности, и способности к творчеству, диалогу с самим собой и с представителями иных культур – этносов-религий.

Во *второй главе «Аксиология этноконфессиональных регулятивов корпоративной культуры коммерческих организаций»* приведены результаты социологического исследования, направленного на определение степени выраженности этноконфессиональной составляющей в коммерческих организациях ЦЧР, осуществлена их аналитика и даны практические рекомендации руководителям коммерческих структур и органов государственного и муниципального управления.

В первом параграфе второй главы *«Ценностное содержание этноконфессиональных регулятивов в корпоративной культуре коммерческой организации»* выявлена специфика ценностного содержания этноконфессиональных регулятивов в коммерческих организациях ЦЧР. Ведущими среди них являются: имидж корпорации, инновационный потенциал, благоприятная внутриорганизационная среда и этноконфессиональная толерантность. С точки зрения респондентов, среди общих ценностей, влияющих на отношение к представителям иных этносов и конфессий в коммерческой организации, наибольшее значение имеет установка руководства и сотрудников на положительный имидж организации (45%). Около 36% респондентов важными ценностями назвали открытость к любым новациям. Несколько больше (около 39%) опрошенных указали на ценность привлечения высококвалифицированных специалистов, независимо от их национальной/религиозной принадлежности; подавляющее большинство (51%) главной ценностью считают устойчивый морально-психологический климат.

Для большинства респондентов (65%) не имеет значение, к какой национальной группе принадлежит руководство и их коллеги. Более половины опрошенных согласны с мнением, что у каждого народа есть свои положительные и отрицательные черты. Доля индифферентных к данному вопросу ничтожно мала. Отсюда следует, что национальная проблематика небезразлична для респондентов, которые имеют конкретную позицию по многим вопросам.

Близкой, но не тождественной оказалась ситуация с религиозной составляющей этноконфессиональных отношений. Здесь в среднем по выборке число тех, кто убежден в превосходстве своей религии, составляет 7%; противников такой позиции всего 17%. Причем наиболее велика их доля среди сотрудников многоконфессиональных коллективов (30%) и тех, кто уклонился от ответа на соответствующий вопрос (21%). Среди тех, кто работает рядом с иноверцами, доля согласных с мнением, что «каждая религия такая, какая она есть, и потому надо уважительно относиться к любой религии», на 15% меньше, чем среди тех, кто работает в моноколлективе.

Практика свидетельствует и проведенное исследование это подтверждает, что этноконфессиональные конфликты в коллективах коммерческих организаций ЦЧР латентны и зачастую носят локальный характер. Вместе с тем они имеют резонанс в корпоративной среде в целом.

В настоящее время в ЦЧР преобладает формальный подход к этноконфессиональной проблематике, что детерминируется моноэтноконфессиональной средой, спецификой коммерческих организаций, формализующей такие важнейшие ценностные установки личности, как вера, культура, нация, патриотизм и др. Вероятность возможных конфликтных ситуаций по этой причине здесь пока невысока, однако она неизбежно возрастет в силу неуклонного расширения трудовой миграции из государств СНГ. Ситуация уже постепенно меняется в сторону усиления полиэтничности ЦЧР. В этих условиях малейшее проявление межнационального напряжения может запустить этноконфессиональные регулятивы с положительным зарядом для одних групп и с отрицательным – для других.

Во втором параграфе второй главы «*Факторы трансляции ценностного содержания регулятивов в практику корпоративного развития коммерческой организации*» выявлено, что эти факторы можно разделить на две группы: формализованные (кодексы, инструкции и др., в которых этноконфессиональные составляющие как таковые отсутствуют или присутствуют как общая установка) и неформализованные, играющие наиболее значимую роль в определении функциональной роли регулятивов.

К неформализованным факторам относятся: *культурно-поведенческий*, связанный с отношением к представителям других наций/религий, и фактор этноконфессиональной солидарности и морального поведения.

Культурно-поведенческий фактор связан с отсутствием или наличием в коммерческой организации представителей других национальностей или конфессий (наличие их фиксируют соответственно половина и одна пятая респондентов). На практике он репрезентируется через «визуальные» национально-религиозные признаки коллег: определение по внешнему облику человека (78%); через язык (64%); высказывания самого человека – 21%; особенности одежды, ношение национально-религиозных атрибутов – 20%. О религиозных характеристиках коллег работники судят, прежде всего, по разговорам на религиозные темы (51%). Значение данного фактора весьма существенно, поскольку только 41% опрошенных не усматривают связи между национальными установками по отношению к труду и реальным трудовым процессам. И, несмотря на то, что, по мнению большинства опрошенных (58%), представители национальных меньшинств имеют такие же возможности раскрыть свой потенциал на работе, как и остальные члены коллектива, доля придерживающихся иной точки зрения довольно высока.

Фактор этноконфессиональной солидарности демонстрирует степень готовности нарушить трудовые инструкции ради соплеменника. Этот фактор заметно менее значим в настоящее время, так как почти 16% из тех, кто находится в смешанном коллективе, и 19% из тех, кто не работает с представителями других наций, уверены: такое случается, но, скорее, в виде исключения. Вектор воздействия рассматриваемого фактора является по преимуществу негативным.

Фактор *морального поведения* этноконфессиональных групп выявлен через установление связи между отношением к труду и национальными/религиозными установками. Связь труда с религиозными представлениями о нем усматривают

33% респондентов; позитивно ее расценивают 37% респондентов. Большинство опрошенных (49%) убеждены в существовании различий между моральными принципами, нормами представителей разных наций, которые, с их точки зрения, преодолимы, если люди уважительно относятся друг к другу.

Малозначимым фактором является *система стереотипов*, которые так или иначе проявляются в ответах респондентов. Например, на предложение самостоятельно назвать национально-культурные особенности, влияющие на специфику трудовой деятельности, 40% респондентов (из общего числа ответивших) указали, что главной чертой русских является отсутствие трудовой дисциплины, надежда на «русский авось», «пофигизм». Примерно столько же (35%) отметили и противоположные «русские» качества: настойчивость, терпеливость и трудолюбие.

Сравнительно незначительную роль в корпоративных отношениях и трансляции ценностей играет *фактор управленческой иерархии*, связанный с взаимоотношениями внутри системы: «руководитель/подчиненный» по национально-религиозному принципу. Только 10% опрошенных видят такую связь с точки зрения религиозной и 13% – с точки зрения национальной идентичности обоих.

В третьем параграфе второй главы «*Ценностно-ориентированное регулирование этноконфессиональных отношений в корпоративной культуре коммерческой организации*» выявлено, что в этноконфессиональных регулятивах заложены *ценностный, функциональный, интеллектуальный, духовно-нравственный, нормативно-практический, информационный и организационный потенциалы* корпоративного развития, которые должны использоваться как средства опережающего управления этноконфессиональной ситуацией. При этом этапы достижения финансово-экономических целей их развития являются лишь звеньями более общей стратегии развития коммерческих организаций.

Регулирование этноконфессиональных отношений в данном контексте рассматривается как одна из форм «мягкого», ценностно-ориентированного управления, представляющего собой последовательное изменение конфигурации формальных и неформальных элементов этноконфессиональных регулятивов, корректировку векторов их влияния на корпоративную среду, направленных на формирование и использование всего многообразия заложенного в них потенциала. Задачами ценностной регуляции являются следующие: предупреждение асоциальных действий, неблагоприятных состояний и ситуаций; минимизация, устранение социальных отклонений – повышение культуры социальных отношений; изменение социальных процессов, состояний и ситуаций; оптимизация социальных действий.

Решение этих задач требует формирования у работников комплекса установок и ориентаций. К ним относятся:

- признание этнической и религиозной идентичности коллег как безусловной ценности, понимание равенства всех наций по отношению друг к другу;

- способность руководства коммерческих организаций представить этноконфессиональные элементы коллектива как конкретные, реальные факторы его жизнедеятельности и корпоративной культуры и умение использовать данные факторы для реализации генеральных целей организации;

– умение руководства не только позиционировать этноконфессиональные отношения в коллективе как ценностные и толерантные, но и сделать нормальное (неконфликтное) развитие этих отношений важнейшей целью развития коммерческого предприятия; понимание руководством возможных рисков и выгод в использовании этноконфессиональных отношений;

– умение использовать этноконфессиональный потенциал при достижении основных целей корпоративной культуры, а также блокировать возможные негативные последствия (конфликты) этих отношений. Для этого необходимо использовать адекватные средства, к которым, безусловно, относится ценностно-ориентированное регулирование;

– способность вырабатывать долгосрочную перспективу в развитии этноконфессиональных отношений в коллективе для реализации поставленных целей, поиск общих точек соприкосновения у представителей различных этноконфессиональных групп, выбор согласованных методов совместной деятельности;

– максимально возможное включение в корпоративный кодекс идей этноконфессионального «содержания», обладающих как компонентами общезначимого характера, так и компонентами, подчеркивающими уникальность и равноценность разных культур, одновременно повышающими уровень этноконфессиональной идентичности.

В **заключении** обобщаются результаты, формулируются выводы, даются конкретные рекомендации и намечаются перспективы дальнейшего развития проблематики исследования.

По теме диссертации опубликованы следующие работы автора

В изданиях по перечню ВАК РФ:

1. Климов, И.Ю. Русская философия: основатели и преемники / И.Ю. Климов, В.Н. Мусолов // Человек. – 2010. – № 2. – С.181-185 (0,7 п.л. / 0,4 п.л.).

2. Климов, И.Ю. Этноконфессиональные особенности современного рефлексивного управления / И.Ю. Климов // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2009. – №16 (7), вып. 10. – С.67-74 (1 п.л.).

3. Климов, И.Ю. Религиозный мир как предмет научного исследования (на вопросы редакции отвечает И.Н. Яблоков) / И.Ю. Климов, Е.С. Молостова // Человек. – 2010. – № 6. – С.109-116 (0,8 п.л./0,5 п.л.).

4. Климов, И.Ю. Ценностно-ориентированное регулирование этноконфессиональных отношений в корпоративной культуре / И.Ю. Климов // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. – 2011. – № 20 (115), вып. 18. – С.274-280 (0,9 п.л.).

5. Климов, И.Ю. Этноконфессиональные отношения в организациях / И.Ю. Климов // Социологические исследования. – 2012. – № 5. –С. 137-142 (0,6 п.л.).

В других изданиях:

6. Климов, И.Ю. Религия как открытие и прикрытие / И.Ю. Климов // Актуальные проблемы современного гуманитарного познания: материалы междунар. науч. конф. / под ред. В.И. Каравкина. – Витебск: УО «ВГУ им. Машерова», 2009. – С. 29-31 (0,4 п.л.).

7. Климов, И.Ю. Структурно-функциональный анализ категории рефлексии / И.Ю. Климов // Гуманитарные науки в современном мире: материалы I Международ. науч.-практ. интернет-конф., 26 октября-8 ноября 2009 г. / под общ. ред. М.А. Литовченко. – Тамбов, 2009. – С.99-105 (0,5 п.л.).

8. Климов, И.Ю. Проблема одиночества личности в контексте кризиса современного общества / И.Ю. Климов // Русская философия: истоки и современность: материалы Всерос. науч. шк. для молод. уч., 1-6 ноября 2009 г. / под ред. М.А. Маунильского. – Белгород: ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 2009. – С. 91-94 (0,4 п.л.).

9. Климов, И.Ю. Динамика изменения религиозного сознания в переходный период / И.Ю. Климов // Социальная работа в современной России: взаимодействие, науки, образования и практики: материалы II Всерос. науч.-практ. конф., Белгород, 12-13 ноября 2009 г. / под ред В.В. Бахарева, М.С. Жирова и др. – Белгород: ИП «Осташенко А.А.», 2009. – С. 322-324 (0, 2 п.л.).

10. Климов, И.Ю. Специфика рефлексивного управления в современном обществе / И.Ю. Климов // Философия и наука поверх барьеров: культурно-цивилизационные и антропологические кризисы идентичности в современном мире: материалы IV Всерос. науч. конф. молод. уч., докторант., асп. и студ., 9-10 апреля 2009 г. / под ред. С.Н. Борисова, В.Е. Пенькова. – Белгород: ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 2010. – С.63-69 (0,5 п.л.).

11. Климов, И.Ю. Этноконфессиональные особенности современной управленческой сферы / И.Ю. Климов // Философия и наука поверх барьеров: культурно-цивилизационные и антропологические кризисы идентичности в современном мире: материалы IV Всерос. науч. конф. молод. уч., докторант., асп. и студ., 8-9 апреля 2010 г. / под ред. В.П. Римского, С.Н. Борисова. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2010. – С. 74-80 (0, 7 п.л.).

12. Климов, И.Ю. Этноконфессиональные особенности в организационной деятельности / И.Ю. Климов // Ценностные ориентации студенческой молодежи в свете духовно-нравственных и культурных традиций Российского общества: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. М.С. Жирова. – Белгород: Изд-во НИУ «БелГУ», 2010. – С. 79-82 (0,4 п.л.).

13. Климов, И.Ю. Этнонациональные особенности современного управления / И.Ю. Климов // Шестые Страховские чтения: философские проблемы понимания в культуре и науке: материалы междунар. науч. конф. / под ред. Е.А. Антонова. – Белгород: ИПЦ «ПОЛИТЕРРА», 2010 – С. 267-272 (0,6 п.л.).

14. Климов, И.Ю. Этноконфессиональные регулятивы в современной организации / И.Ю. Климов // Развитие внутрироссийской мобильности научных и научно-педагогических кадров на базе ведущих научно-образовательных центров в области социально-гуманитарных наук: материалы Всерос. конф. с элементами научной школы для молодежи / под ред. И.Ф. Исаева, Н.И. Исаевой. – Белгород: Изд-во НИУ «БелГУ», 2010. – С.172-175 (0, 6. п.л.).

15. Климов, И.Ю. Молодежный совет как инструмент адаптации и развития молодых сотрудников / И.Ю. Климов // Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях: материалы III Всерос. науч.-практ. конф., Белгород, 9 декабря 2011 г. / под ред. В.С. Севастьянова, Н.Н. Реутова, В.Н. Фомина. – Белгород: Изд-во БГТУ им. В.Г. Шухова, 2011. – С. 259-266 (0,7 п.л.).

16. Климов, И.Ю. Ценностный потенциал этноконфессиональных регулятивов в трудовых отношениях и корпоративной культуре / И.Ю. Климов, С.М. Климова // Мониторинг общественного мнения. – 2012. – № 3(109), май-июнь//<http://wciom.ru/journal> 109. – С. 2 п.л. / 0,8 п.л.).

Подписано в печать 28.09.2012. Гарнитура Times New Roman.
Формат 60×84/16. Усл. п. л. 1,0. Тираж 100 экз. Заказ 267.
Оригинал-макет подготовл юван в ИД «Белгород»
308015 г. Бел ьбеды, 85