

УДК 316.28

Корпоративна культура та її екзистенціальний смисл

М.Й. ДМИТРЕНКО

Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Черкаси, Україна,
E-mail: -dmytrenko-@ukr.net**Авторське резюме**

Стаття присвячена дослідженню проблем екзистенціального смислу корпоративної культури, зокрема загрози збереження екзистенціальної особистості в умовах зростаючих процесів відчуженості. Мету публікації визначено як з'ясування комунікативного повороту корпоративної культури, що сприяє формуванню нового суб'єкта комунікативного простору корпорації, налагодженню симетричної комунікації та виходу із духовної кризи сучасного суспільства.

Автора цікавить комунікативний поворот корпоративної культури, що сприяє налагодженню симетричної комунікації та виходу із духовної кризи. Відзначається, що комунікативний аспект корпоративної культури, яка, утворюючи мережу вертикальних та горизонтальних зв'язків, перетворюється на інтеркультурну комунікацію. Наголошено, що саме комунікативний поворот у дослідженні корпоративної культури надає імпульси оновленню, налагодженню симетричної комунікації та подоланню зон нерозуміння. Автором відзначено, що процеси глобалізації, корпоратизація суспільства, мультикультуралізм багато в чому стали причиною духовної кризи європейської культури. Разом з тим наголошено про можливість подолання духовної кризи в рамках корпоративної культури, оскільки вона виявляє здатність до трансформацій та конвергенції з гуманними формами.

Зроблено висновок про те, що перспектива, яка відкривається внаслідок філософсько-антропологічного підходу щодо проблематики корпоративної культури, дозволяє виявити її людинотворчий потенціал та відповідає запитам сучасного активного і мобільного суспільства.

Ключові слова: корпоративна культура, філософська антропологія, теорія комунікативної раціональності, комунікативна дія, мультикультуралізм, інтеркультурна комунікація, комунікативний поворот.

Corporate culture and its existential meaning

M.Y. DMYTRENKO

Cherkassy banking institute of the university of banking of the National bank of Ukraine,
Cherkassy, Ukraine, E-mail: -dmytrenko-@ukr.net**Abstract**

This article is devoted to the problems of existential sense of corporate culture, in particular, threat to the conservation of an existential individual in the increasing processes of alienation. The purpose of the publication is to define the communicative turn of corporate culture that promotes the creation of a new subject of the communication space of a corporation, establishing symmetrical communication and overcoming the spiritual crisis of the modern society.

The author points out that the communicative aspect of corporate culture, creating a network of vertical and horizontal connections, turns into intercultural communication. It is emphasized that this communicative turn in the study of corporate culture provides stimuli to symmetrical communication renewal and establishment as well as overcoming the areas of misunderstanding. The author states that the processes of globalization, corporatization of the society and multiculturalism have caused the spiritual crisis of European culture. At the same time the possibility of overcoming spiritual crisis within corporate culture is emphasized, as it reveals the capacity for transformation and convergence of humane forms.

The author comes to the conclusion that philosophical-anthropological approach to corporate culture problems leads to further research which will enable to detect the human potential meeting the needs of modern mobile and active society.

Keywords: corporate culture, philosophical anthropology, theory of communicative rationality, communicative action, multiculturalism, intercultural communication, communicative turn.

Постановка проблеми. Корпоративна культура є невід'ємною складовою сучасного суспільного і культурного життя, що актуалізує її розгляд у філософсько-антропологічній площині. Така оптика дозволяє розсунути горизонти осягнення культурного виміру корпоративності і здійснити концептуалізацію її культурних репрезентацій на макрорівні теоретичної рефлексії. Перспектива, що відкривається внаслідок філософсько-антропологічного підходу щодо

проблематики корпоративної культури, дозволяє виявити її людинотворчий потенціал, що відповідає запитам сучасного активного і мобільного суспільства.

Аналіз досліджень і публікацій. У контексті теоретичних завдань філософсько-антропологічного дослідження феноменів культури взагалі та корпоративної культури зокрема, а також у визначенні перспектив сучасної людини методологічно й світоглядно значущими є напрацю-

© М.Й. Дмитренко, 2014

вання низки сучасних вітчизняних філософів у галузях теорії та історії культури, філософії культури, філософської антропології, історії філософії, етики та естетики, філософії освіти, зокрема В. Андрущенко, Т. Андрущенко, В. Бех, Є. Бистрицький, Є. Більченко, В. Бондаренко, В. Вашкевич, Л. Газнюк, Н. Корабльова, В. Кремень, М. Култаєва, С. Куцепал, Г. Меднікова, Л. Панченко, М. Розумний, І. Степаненко, В. Ярошовець та ін. Соціальні та філософські аспекти корпоративної культури досліджували також В. Бебик, В. Воронкова, М. Каган, М. Ронзіна, В. Щербина та ін. Проте залишається недостатньо дослідженою проблема екзистенціонального смислу корпоративної культури. Тому метою даної публікації є з'ясування комунікативного повороту корпоративної культури, що сприяє формуванню нового суб'єкта комунікативного простору корпорації, налагодженню симетричної комунікації та виходу із духовної кризи сучасного суспільства.

Виклад основного матеріалу. Комунікативний поворот у дослідженні корпоративної культури не обмежується методологією системно-теоретичного аналізу луманівського зразка, де комунікація розглядається без своїх суб'єктів, тобто людей. Але корпоративна культура не є чистою формою у сенсі Г. Зіммеля, вона не обмежується також процесами породження і селекції смислів, хоча, безумовно, цей момент має принципове значення для оцінки потенціалу цієї культурної практики з відповідними культурними кодами та техніками. В рамках антропологічно орієнтованого комунікативного повороту у корпоративній культурі акцентуються екзистенціальні смисли. Вони в рамках цієї культури вибудовують свій захисний бар'єр проти спроб порушення прав людини, приниження її гідності. Корпоративна культура з людським обличчям створює ситуації для екзистенціальних зустрічей і відповідних комунікативних практик. Сучасна комунікативна філософія в її екзистенціально-антропологічній (М. Бубер, О.Ф. Больнов) та трансцендентально-прагматичній версіях (К.- О. Апель, Ю. Габермас) дозволяють здійснити методологічну інновацію у розгляді корпоративної культури на мезорівні і представити її у вигляді симетричної або асиметричної інтеркультурної комунікації з потенційними зонами нерозуміння, розширення яких загрожує знищенням її конкретної репрезентації. Від цього виду комунікації треба відрізнити практики діалогової взаємодії всередині корпоративної культури, які роблять її відкритою для встановлення вертикальних і горизонтальних зв'язків.

Комунікативний поворот у сучасній філософській антропології та філософії культури дозволяє здійснити антропологічний вимір корпоративної культури у констеляціях пізнього Модерну та концептуалізувати як мережу розгалужених комунікацій іззовні, а також усередині корпорації. Комунікація, що стала продуктив-

ною силою, важлива також для викликів з боку «рефлексивної модернізації». І далі він робить висновок: «Триваючий модерн слід продовжувати спрямовувати усвідомлено і за допомогою політичної волі» [5, с.267]. З цією метою Ю. Габермас запропонував власну теорію комунікативної соціальності. Початковим і центральним пунктом соціологічної концепції Юргена Габермаса є категорія «життєвого світу» (*Lebenswelt*), висхідна до феноменологічної традиції. «Життєвий світ» визначається Ю. Габермасом як нетематизований горизонт значень, який становить основу життєвого досвіду індивіда. Зовнішні впливи співвідносяться з цією основою, протиставляються їй, порівнюються по відношенню до неї. Метою теорії комунікативної дії є опис розгортання «життєвого світу» в еволюційній перспективі. Соціальна еволюція, по Ю. Габермасу, полягає у розвитку когнітивних здібностей людини. Порівнюючи міфічний і сучасний способи розуміння світу, він приходить до висновку про те, що відмінність між ними заснована на фундаментальному розходженні понятійних систем, в яких вони інтерпретують світ. Грунтуючись на роботах К. Леві-Стросса і Ш. Гodelьє, Ю. Габермас характеризує міфічний спосіб розуміння світу як нерозривну єдність, в якій кожен пункт досвіду метафорично або метонімічно асоціюється з будь-яким іншим пунктом. Це асоціювання проводиться за допомогою бінарних відносин подібності та відмінності. Асоціативна природа міфічного розуміння світу діаметрально протилежна до аналітичного розділення об'єктивного, суб'єктивного і соціального світів, основоположного для сучасного розуму. Ю. Габермас показує, що недостатність розрізнення сфер віднесення «життєвого світу» і відсутність рефлексії є характерним не тільки для міфічної стадії розвитку так званих «примітивних народів», але існує і в «розвинених» країнах, особливо в дітей і підлітків.

Протиставлення «закритого» (міфічного) і «відкритого» (сучасного) поглядів на світ дає Ю. Габермасу можливість стверджувати, що друге розуміння світу є раціональнішим. Доводячи збільшену раціональність сучасного світорозуміння, він показує логічну перевагу пізнавального потенціалу сучасної людини над міфічним і релігійно-метафізичним пізнанням. Отже, соціальний прогрес бачиться Ю. Габермасом, передусім, як розвиток пізнавальних здібностей індивіда.

Ю. Габермас стверджує, що у сучасному світі раціоналізація (як дії, так і системи) відбувається нерівномірно. Соціальна система раціоналізувалася рідше, ніж життєвий світ. В результаті виникає соціальне протиріччя: над оновленим життєвим світом починає панувати застаріла соціальна система. Внаслідок цього повсякденне життя людини стає все більш убогим, життєвий світ — усе більш безлюдним. Сьогоднішні проблеми полягають в основоположному порушенні умов відтворення нашого

життєвого світу. Рішення проблеми, з точки зору Ю. Габермаса, лежить у соціальній «деколонізації» життєвого світу, що відкриває можливість раціоналізації у формі вільної комунікативної згоди. Габермас досліджував проблеми інтеграції соціальної дії і соціальних систем як на гносеологічному, так і на онтологічному рівнях. У першому випадку він прагнув пов'язати теорію дії і теорію систем, у другому — обґрунтувати зв'язок між життєвим світом і соціальною системою.

Завдяки цим доповненням Франкфуртська школа була виведена з тупика негативізму і отримала потужний імпульс для подальшого розвитку. Осмислюючи структурну трансформацію, яку переживає суспільство, Габермас ще на початку 1960-х років запропонував поняття, яке в кінці того ж десятиліття зробилося ключовим для цілого покоління революційної студентської молоді. Це поняття — публічність, громадськість (*ffentlichkeit*).

Іншу важливу тему досліджень Габермаса утворює взаємозв'язок права і демократії. Ця тема обговорюється Габермасом в його книзі «Фактичність і значимість», де розвинене в попередніх роботах комунікативне поняття розуму застосовується до класичної теорії суверенітету. Стрижнем запропонованої ним теорії права є полеміка з висхідним до К.Шмітта розділенням волі і розуму (*voluntas i ratio*). Згідно з Габермасом, формування національного суверенітету слід розуміти як раціональний процес, що включає в себе вироблення суспільної волі, яка зовні цієї раціональної процедури носила б анархічний характер. Габермас розрізняє інструментальну та комунікативну раціональність. Поняття інструментальної раціональності запозичується у Макса Вебера.

Слід зазначити, що при цьому типологія дії Габермаса випробувала помітну трансформацію. Так, у роботах 60-х років головною парюю поняття для Габермаса були названі інструментальний і комунікативний типи дії. Згодом він, користуючись вже дещо іншими критеріями, виділив наступні чотири типи дії: стратегічна, норморегулююча, експресивна (драматургічна) і комунікативна. При цьому стратегічна дія включає в себе інструментальну і «власне стратегічну» дію. Орієнтація на успіх (чи необхідність рахуватися з неуспіхом), на використання засобів, що відповідають поставленим цілям, залишилися його загальними відмітними знаками. Але тепер Габермас дійшов висновку, що суто інструментальна дія відповідає такому підходу до людської дії, коли предметні, інструментальні, прагматичні критерії висуваються на перший план, а соціальні контекст і координати як би виносяться за дужки. Що ж до стратегічної дії у власному (вузькому) сенсі, то воно якраз висуває в центр соціальну взаємодію людей, проте дивиться на них з точки зору ефективності дії, процесів рішення і раціонального вибору. У комунікативної дії, як і раніше,

акцентувалася націленість «акторів», дійових осіб, перш за все і саме на взаєморозуміння, пошуки консенсусу, подолання розбіжностей.

Наступним важливим кроком розвитку концепції Габермаса (у роботах другої половини 70-х років, у «Теорії комунікативної дії» і в наступних творах) стало дослідження типів дії у зв'язку з відповідними їм типами раціональності. Аспекти раціональності, які проаналізував Габермас, дозволили уточнити саму типологію дії. Немає нічого дивного в тому, що це дослідження також стало творчим продовженням вчення Макса Вебера. Бо Вебер, на глибоке переосмислення Габермаса, перейшов від абстрактного класичного вчення про розум і типи раціональності до їх тлумачення, що більшою мірою відповідає сучасним теоретичним і методологічним вимогам. Втім, не слід перебільшувати роль веберовських ідей у формуванні та зміні вчення Габермаса, який лише відштовхується від текстів Вебера, але робить з них безліч оригінальних висновків. Насамперед, Габермас значно ясніше і послідовніше, ніж Вебер, пориває з деякими фундаментальними принципами і традиціями епохи «модерну» (нового часу), філософії та культури Просвітництва.

Підсумовуючи основні підходи теорії комунікативної раціональності Габермаса, можна зауважити наступне: 1. Габермас здійснює — звичайно, спираючись на концепцію «раціоналізації» Вебера (усунення релігійно-міфологічних картин світу) — «десубстанціалізацію» і деміфологізацію розуму, насамперед у боротьбі з ідеалістичними концепціями гегелівського типу. 2. Критично долаються суб'єктивістські тенденції трансценденталістської філософії, яка в виправданій боротьбі проти субстанціалістської метафізики перевела вчення про розум на рівень філософії свідомості. У боротьбі з помилками філософії свідомості Габермас бачить свою постійне завдання. 3. У боротьбі з субстанціалізмом і трансценденталістським суб'єктивізмом Габермас, однак, неготовий пожертвувати завойованнями традиційного раціоналізму. Йдеться швидше про порятунком розуму. 4. Габермас, зокрема, бере до уваги будь-які посунання традиційного раціоналізму як у бік розробки теорії дії, активності та суверенності діючих суб'єктів — особистостей, так і в бік дослідження інтеракції, інтерсуб'єктивності, тобто пізнавальних, морально-практичних, соціально-історичних аспектів людської взаємодії. Однак він вважає, що всім цим темам, аспектам та вимірам філософія досі приділяла мало уваги. 5. Свою мету Габермас бачить у переплетенні «діяльностного» підходу, в дослідженні розуму як конкретній раціональності дії, у вивченні, зокрема, інтерсуб'єктивних, комунікативних вимірів дії.

Комплексні типи дії, розмірковує Габермас, можна розглядати у світлі наступних аспектів раціональності: в аспекті інструментальної раціональності (раціонального вирішування технічних завдань, в якості конструкції ефективних

засобів, які залежать від емпіричного знання); в аспекті стратегічної раціональності (послідовного вирішення на користь тих або інших можливостей вибору — при цих перевагах і максимумах рішення і з урахуванням рішення раціональних контрагентів); в аспекті нормативної раціональності «раціонального рішення практичних завдань у рамках моралі, що керується принципами»; в аспекті раціональності «експресивної дії». Іншими словами, поняття раціональності уточнюється відповідно до типології дії [6, с.266].

Габермас пропонує таку загальну схему зв'язку «чистих» типів дії і типів раціональності: суттєвою відмінністю концепції раціональності Габермаса є те, що в неї органічно включаються і синтезуються: — відношення діючої особи до світу (Aktor-Welt-Beziehung); — відношення його до інших людей, зокрема, такий важливий чинник як процеси «говоріння», промови, висловлювання тих чи інших мовних пропозицій і вислуховування контрагентів дії.

А звідси Габермас робить висновок: поняття комунікативної дії вимагає, щоб дійові особи (Aktoren) були розглянуті, як суб'єкти, що говорять і що слухають, і які пов'язані якими-небудь відносинами з «об'єктивним, соціальним або суб'єктивним світом», та одночасно висувають певні претензії на значущість (Geltungsansprüche) того, про що вони говорять, думають, у чому вони переконані. Тому ставлення окремих суб'єктів до світу завжди опосередковані — і релятивовані — можливостями комунікації з іншими людьми, а також їх суперечками і здатністю прийти до згоди. При цьому дійова особа може висувати такі претензії: його висловлювання істинне (wahr), воно правильне (richtig — легітимне в світлі певного нормативного контексту) або правдоподібне (wahrhaft — коли намір того, що говорить, адекватно виражений у висловленні).

Ці зазіхання на значущість (і відповідні процеси їх визнання — невизнання) висуваються і реалізуються в процесі дискурсу. Поширене в сучасній філософії поняття дискурсу Габермас тісно пов'язує саме з комунікативною дією і пояснює його таким чином. Дискурс — це і є тематизування (Geltungsansprüche), як би «призупинення» суто зовнішніх примусів до дії, нове обдумування і аргументація суб'єктами дій їх мотивів, намірів, очікувань, тобто власне домагань, їх «проблематизація».

Формулювання і поняття Габермаса помітно вплинули на сучасну думку. Висунуті ним у 1960-і роки поняття емансипації, теоретико-пізнавального інтересу, комунікації, дискурсу в 1970-і роки були розвинені в концепції «кризи легітимності пізнього капіталізму», а в 1980-ті роки доповнені термінами і афоризмами, які отримали поширення в мові не лише науковців, а й широкої публіки («колонізація життєвого світу», «нова непрозорість» тощо).

Полеміка Габермаса з «історичним ревізіо-

нізмом» консервативних німецьких істориків дала поштовх дебатам, які вийшли далеко за межі академічного «спору істориків». Продуктивне сприйняття ідей Габермаса відчутно в багатьох країнах, особливо в США, де його вплив на молодих радикально налаштованих інтелектуалів чи не сильніший, ніж у Німеччині [1, с.287].

Таким чином, постмодернізм відкриває широкий діалоговий дискурс у синхронії і діакронії. У той же час, на наш погляд, зміна світоглядної парадигми поки не супроводжується настільки ж очевидною зміною парадигми соціокультурної. Відзначаючи значне зростання об'єму інформації в сучасному суспільстві, розвиток інфраструктури її створення, зберігання і розповсюдження, американський соціолог Герберт Шіллер (1919—2000) слушно зауважив: «Всупереч думки, що капіталізм змінює свою природу, основні імперативи ринкової економіки залишаються тими ж самими, які б зміни не відбувалися в технологічній та інформаційній сферах» [8, с.169]. Саме вони задають формальні та смислові характеристики корпоративної культури. Крім того, слід зауважити, що корпоративна культура здатна репродукуватись та репродукуватись як корпоративна або транскорпоративна традиції.

Філософи ХХ століття приходять до розуміння того, що діалогічність, комунікація з іншими, внутрішньо властиві культурній творчості суб'єкта, як і його самопереверження — самотрасцендіровання. Підкреслюючи важливість невідчуженого взаємозв'язку між особистісного діалогу як передумови культурної комунікації, філософ М. Бубер писав: «Якщо я звернений до людини, як до свого Ти, якщо я кажу йому основне слово Я-Ти, то він не річ серед речей і не складається з речей» [2, с.8]. Такий погляд є значущим при розробці практичних аспектів функціонування демократичної корпоративної культури, в основі якої етика відповідальності. Значення комунікації, на думку К. Ясперса, полягає в спільному пошуці істини: «Людина знаходить у світі іншу людину як одну-єдину дійсність, з якою він може об'єднатися в розумінні та довірі» [7, с.442]. Як уже згадувалося, Ю. Габермас, як послідовний прихильник проекту модерну, розробляє в соціологічному ключі версію комунікативної раціональності [6]. Він бачить у сучасній суспільній раціональності втілення зростання публічної рефлексії. На його думку, дискусії про існуючі суспільні форми активно сприяють їхнім змінам, це є спосіб раціоналізації соціальних комунікативних практик.

Французький філософ Е. Левінас, прагнучи відшукати межу трансцендіруючої активності особистості, розробив власну феноменологію діалогу. У межах його теорії ейдетична форма діалогу являє собою ситуацію, що передують не тільки суб'єкту, а й самому діалогу в онтологічному сенсі. Позначена ситуація локалізує в собі трансценденцію як рівень буття, в якому

суб'єкт не бере участі, але де імпліцитно міститься його основа. Проблему діалогу Е. Левінас досліджує крізь призму такого стану Я, як визнання авторитету Іншого і виникнення почуття відповідальності за нього. Еріком Х. Еріксоном у теорії особистісного розвитку був розроблений концепт ідентичності, який до недавнього часу застосовувався в основному в психології індивідуальності, проте в 1990-х роках піднялась хвиля інтересу до проблеми ідентичності (даності) і загальним процесам формування ідентичності як індивідуальної, так і колективної (комунікативної). Почалося опрацювання питання, чез чез що відбувається — або не відбувається — диференціація суб'єкта по відношенню до інших, розвиток і зміна його самоотождотчення, значимість або способи досягнення визнання з боку інших.

Ці філософські пошуки ХХ століття представляли певною мірою онтологічне обґрунтування мультикультурності. Цікаво, що деякі дослідники бачать у мультикультуралізмі базу для формування нового напрямку досліджень, що представляють рефлексію вже після постмодерну. Так, сучасний дослідник Л. А. Коробейникова вважає, що «актуальність аналізу мультикультуралізму обумовлена низкою причин, як емпіричних — витіснення з мас-медіа андроцентристського суб'єкта новоевропейської культури зусиллями Іншого, представленого в іпостасях жінок, кольорових і молодіжних субкультур; табуізації традиційної лексики; пошук ідентичності етнічними та культурними меншинами тощо. Хронологічно це один з новітніх напрямків теоретико-культурних досліджень, що представляє рефлексію після постмодерну» [3, с.45].

Таким чином, філософія діалогу, розвинена в ХХ столітті, в цілому призводить до радикальних епістемологічних змін: її впровадження в сучасне мислення підриває основи фундаменталізму, одночасно зберігаючи на передньому плані культуру як ідентичність. Культурна мозаїчність, вільне поєднання різних мислительних стандартів, способів комунікативної життєдіяльності у постмодерністську епоху не означає зникнення самотності окремих культурних форм. Якраз навпаки, під впливом цієї тенденції відбувається різкий сплеск інтересу до набуття ними нового варіанта самотності. Хоча в сучасному світі і йде становлення феноменів «світова цивілізація» і «корпоративна культура», як типів культурного продукту, ми не можемо говорити про «світову культуру» як про єдине, цілісне поняття. На місці цього гіпотетичного феномена зберігається комунікативний діалог культурних форм.

На наш погляд, це впливає із самої суті культури, яка нерозривно пов'язана з творчою активністю суб'єкта як зовнішньою, так і внутрішньою, спрямованою на духовне, моральне вдосконалення. У широкому сенсі суб'єктами культурно-історичного процесу залишаються нації. Про їх злиття в єдиний суб'єкт — світо-

ву спільноту — поки можна говорити хіба що в політичному контексті, і то з застереженнями. Саме тому ми дійшли висновку, що сучасна корпоративна культура постає як діалог і взаємодія культурних форм, — як ситуація мультикультуралізму, а не як їх уніфікація (за шаблонами маскульту). При цьому ми не виключаємо, що в майбутньому можливе становлення феномена світової людської спільноти як єдиного суб'єкта культурно-історичного процесу.

Очевидно, що мультикультуралізм сучасності несе в собі конструктивний, а не деструктивний потенціал, що дає підстави для сподівань на зміну в перспективі ціннісної парадигми, властивій сучасному корпоративному суспільству, що страждає відомою приземленістю ціннісних орієнтирів і рисами антигуманізму. Примітно, що видатний представник структуралізму К. Леві - Стросс в сучасній антропології бачить «нові можливості осягнення людської комунікації і нову стадію гуманізму в сучасному суспільстві» [4, с.296].

Відзначаючи високий гуманістичний потенціал мультикультуралізму як однієї з найважливіших рис сучасної культурної ситуації, ми вважаємо, що він формує одну з підстав для оптимістичного сценарію розвитку культури в цілому, в тому числі і розвитку корпоративної культури як її форми.

Таким чином, відбувається трансформація змістоутворення, дереалізація людського комунікативного простору, який переводиться в гіперреальність симуляції: світ видимий і світ уявний виявляються невиразні. Трансформація знаків у симулякри, відмічувана в еволюції корпоративної культури постмодерну, зачіпає глибини людського світогляду, систему ціннісної орієнтації. Дане явище обумовлене впливом світоглядних установок Нового часу, стрижнем яких виступали раціоналізм, а також філософські погляди прагматизму, позитивізму, натуралізму гедонізму. Динамізм процесів інформаційного обміну, діалог культурних традицій, співіснування культурних форм, що склалися в єдину мозаїчну картину світу, сприяють появі мультикультуралізму. Мультикультуралізм передбачає діалог культур, вільне поєднання різних розумових стандартів і художньо-стильових установок у постмодерністську епоху, що не означає зникнення самотності окремих культур.

Це означає, що мультикультуралізм несе в собі конструктивний потенціал. Теорії модерну і постмодерну вловлюють різні аспекти єдиного культурного простору і пояснюють зміст того, що відбувається, його наслідки для культури і значення для людської екзистенції.

Зв'язок корпоративної культури та мультикультуралізму полягає в тому, що ці феномени є наслідком глобалізації них, техногенних та інформаційних процесів. Завдяки комунікативним формам корпоративна культура легко «освоює» новий культурний про-

стір і виступає одночасно засобом здійснення мультикультурності і, одночасно, фактором її становлення. Незважаючи на універсальність своїх сутнісних рис, корпоративна культура не веде до повної культурної уніфікації.

Висновки. Отже, процеси глобалізації, корпоративізація суспільства, мультикультуралізм багато в чому стали причиною духовної кризи європейської культури. В результаті виникає загроза збереження екзистенціальної особистості в умовах зростаючих процесів відчуженості. В умовах постіндустріального суспільства виникає нова система цінностей, і людина перестає бути «мірою всіх речей».

Подолання духовної кризи в рамках корпоративної культури можливо, так як вона виявляє здатність до трансформацій та конвергенції з гуманними формами культури, що сприятиме формуванню нового суб'єкта комунікативного простору корпорації.

Таким чином, комунікативний аспект корпоративної культури, яка, утворюючи мережу вертикальних та горизонтальних зв'язків, перетворюється на інтеркультурну комунікацію. Саме комунікативний поворот у дослідженні корпоративної культури надає імпульси оновленню, налагодженню симетричної комунікації та подоланню зон нерозуміння.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Автономова Н., Башляр Г. Новый рационализм [Текст] / Н. Автономова, Г. Башляр – М.: Прогресс, 1987. – 287 с.
2. Буева И.И. Корпоративная культура образовательных сообществ: опыт формирования [Текст]: монография / И.И. Буева; М-во культуры, общественных и внешних связей Оренбургской обл., Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Оренбургский гос. ин-т искусств им. Леопольда и Мстислава Ростроповичей». – Оренбург: ОГУ, 2010. – 291 с.
3. Коробейникова Л. А. Мультивидение современной культурологии [Текст] / Л.А. Коробейникова // Формирование дисциплинарного пространства культурологии. Материалы научно-методической конференции. – Выпуск 11, СПб., 2001. – С.45.
4. Леви-Стросс К. Три вида гуманизма [Текст] / К. Леви - Стросс // Ежегодник философского общества СССР (1987–1988). – М., 1989. – С. 296.
5. Хабермас Ю. Концепции модерна. Ретроспектива двух традиций [Текст] / Ю. Хабермас // Политические работы. / Сост. А. В. Денежкина; [пер. с нем. Б. М. Скуратова]. – М.: Праксис, 2005. – С. 238.
6. Хабермас Ю. К логике социальных наук. Теория коммуникативного действия [Текст] / Ю. Хабермас // Современная западная теоретическая социология (реферативный сборник). Вып. 1., М., ИНИОН РАН, 1991– С. 417.
7. Ясперс К. Философская вера [Текст] / К. Ясперс // Смысл и назначение истории. – М., 1991. – С. 442.
8. Scholz C. Corporate Culture and Strategy – the Problem of Strategy [Text] /C. Scholz // Organizational Dynamics, 1981. – Vol.10. . – P.251.

Стаття надійшла до редакції 29.07.2014

REFERENCES:

1. Avtonomova N., Bashlyar G. Novyyi ratsionalizm (The new rationalism). M.: Progress, 1987. 287 p.
2. Bueva I.I. Korporativnaya kultura obrazovatelnyih soobshchestv: opyt formirovaniya (The corporate culture of learning communities: the experience of formation). Orenburg: OGU, 2010. 291 p.
3. Korobeynikova L. A. Multividenie sovremennoy kulturologii (Multivision contemporary cultural studies). Formirovanie distsiplinarnogo prostranstva kulturologii. Materialyi nauchno-metodicheskoy konferentsii. Vyipusk 11, SPb., 2001. P.45.
4. Levi-Stross K. Tri vida gumanizma (Three types of humanism). Ezhegodnik filosofskogo obschestva SSSR (1987–1988). M., 1989. P. 296.
5. Habermas Yu. Kontseptsii moderna. Retrospektiva dvuh traditsiy (Concept Art Nouveau. Retrospective of the two traditions). Politicheskie raboty. M.: Praksis, 2005. P. 238.
6. Habermas Yu. K logike sotsialnyih nauk. Teoriya kommunikativnogo deystviya (By the logic of the social sciences. The theory of communicative action). Sovremennaya zapadnaya teoreticheskaya sotsiologiya (referativnyy sbornik). Vyip. 1., M., INION RAN, 1991. P. 417.
7. Yaspers K. Filosofskaya vera (Philosophical belief). Smyisl i naznachenie istorii. M., 1991. P. 442.
8. Scholz C. Corporate Culture and Strategy – the Problem of Strategy [Text] /C. Scholz // Organizational Dynamics, 1981. – Vol.10. . – P.251.

Дмитренко Марія Йосипівна - доктор філософських наук, професор
Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ
Адреса: 18028, м. Черкаси, вул. В. Чорновола, 164
E-mail: -dmytrenko-@ukr.net

Dmytrenko Mariia Yosypivna – doctor of philosophical sciences, Full Prof.
Cherkassy banking institute of the university of banking of the National bank of Ukraine
Address: 164, V. Chornovola Str., Cherkassy, 18028
E-mail: -dmytrenko-@ukr.net