

**МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ПРОФЕСІЯ:
РОЛЬ І СТАТУС У КУЛЬТУРОТВОРЧОМУ ПРОЦЕСІ**

В.М. Леонтьєва, д-р філос. н., доцент

(Харківський інститут управління)

Визначено роль і статус менеджменту, як професійної комунікативної діяльності управління, у структурі культуротворчого процесу: вона визначним чином впливає на забезпечення ціннісної синхронізації стихійно-повсякденної та інституціонально-професійної культуротворчості, що є суттєвим чинником (та одним з «інструментів») подолання соціокультурної кризи (пост)сучасності. Обґрунтовано актуальність та наявність передумов як для стихійно-позаінституційного, так і для цілеспрямованого (здійснюваного інституціональним шляхом під час отримання вищої освіти) виховання/розвитку аксіологічної ідентичності майбутніх менеджерів.

***Ключові слова:** менеджмент, культуротворчість, афірмація, ціннісна свідомість, аксіологічна ідентичність, ціннісна синхронізація.*

У наш час *менеджер* є звичною і водночас украй затребуваною професією, яку сьогодні будь-хто може опанувати у багатьох ВНЗ і на яку є реальний запит з боку майже всіх галузей господарювання, – тобто без професійного менеджменту вже не можна уявити ані функціонування економіки, ані соціального життя як такого. Ці обставини спонукають дослідників-психологів [1; 2 і ін.], соціологів [3; 4; 5 і ін.], конфліктологів [6; 7; 8; 9 і ін.], фахівців з економічних наук та управління [10; 11 і ін.] до ретельного вивчення умов і меж ефективності менеджерської діяльності (що також є дуже важливим для визначення оптимального змісту навчальних предметів, що їх мають засвоїти студенти напряму підготовки «Менеджмент» у відповідних ВНЗ); філософський ж інтерес до менеджменту, як професії, пов'язаний з потребою виявлення «природи» менеджменту як з боку генези цього спеціалізованого виду діяльності, так і з боку розкриття у ній «природи людини». Інакше кажучи, філософська рефлексія, яка завжди прагне максимально наблизитися до відповіді на запитання «як можливе..?», спрямована на висвітлення «способу буття» менеджменту не лише в онтологічному аспекті, але й в антропологічному і, одночасно, аксіологічному.

Це завдання є достатньо складним, але цілковито виконуваним, якщо зауважити на еволюцію філософського пізнання, що спостерігається останніми десятиліттями: філософування все більшою мірою перетворюється на «критику культури» у кантівському сенсі, тобто зосереджується на виокремленні «абсолютної спосібності культури», подібної до «абсолютної спосібності пізнання». Метою цієї роботи є виявлення сутнісної природи менеджменту шляхом співвіднесення цього спеціалізованого виду діяльності з культуротворчістю та визначення ролі й статусу менеджменту у структурі культуротворчого процесу. Актуальність цього завдання впливає з наочної потреби у філософсько-методологічному обґрунтуванні конкретно-наукових досліджень менеджменту та своєчасної корекції навчальних програм підготовки фахівців-управлінців. До речі, має сенс розширене тлумачення «менеджменту» як управлінської, «керівницької» діяльності взагалі, бо управління здебільш стає універсальним «механізмом» суспільного життя, і брак грамотного керівництва ми відчуваємо повсюди: в економіці, у політиці, у суто культурницьких сферах, включаючи освітянську... Тому заявлена у назві тема набуває особливої практичної актуальності. Але спочатку, щоб не примушувати читача до додаткового розшуку тих смислових меж «культуротворчості», які намагаюся окреслити й обґрунтувати впродовж останніх 20-ти років, – термінологічне пояснення щодо цього поняття.

Подібно до того, як Кант досліджував акт «чистого пізнання» трансцендентального суб'єкта відносно актів конкретного наукового пізнання, ми можемо стосовно будь-якого культурного явища розглянути *акт культурний*, який – щоб відповідати обраної аналогії – має бути актом утвердження культури: не актом мислення (*cogito*), не актом дії (*praxis*), не актом існування (*existenz*), а саме актом утвердження (*affirmo*), який, своєрідно вбираючи у себе як думку, так і дію, являє «буттю як такому» людське *буття-у-культурі*. «Чистий» культурний акт не є актом конкретного «Я», а є актом «Я абсолютного», тобто актом практично безсуб'єктним, але *affirmo* містить можливість Я-культурного – таким же самим чином, як *cogito* «приховує» Я-

трансцендентальне, і це *можливе Я-культурне* є транскультурним «Я», що, як афірмативна спосібність (властивість), утверджує особливе буття, в якому живе людина, – буття культурних явищ – і, одночасно, породжує буття «Я» як особистості. Таку складну процесуальну єдність правомірно іменувати культуротворчістю. Тобто культуротворчість, як реалізація «сили афірмації», є здійснюваним людиною («Я-транскультурним») *процесом* породження і буття культури, її збереження і прирощення, і у той же час – процесом підтримки свого власного особистісного буття, власної ідентичності. Причому, породження людиною в собі «Я-культурного» *логічно* передує афірмації власне культурного явища – єдності культурного смислу та культурної форми.

Те, яким саме чином культуротворчість (як афірмація) здійснюється на індивідуальному рівні, певним чином корелює із соціокультурними умовами, у яких виховується індивід/покоління. З одного боку, в індивіда завжди є можливість змінити «канон» шляхом втілення його змісту у «живій культурі», під час чого культурні смисли корегуються аж до відмови від утвердження саме *даного* смислу. З іншого боку, зазначені зовнішні умови «задаються» становищем певної культурної цілісності, що вона є продовженням адаптивних стратегій – як «позагенетична пам'ять людства», як сукупність культурних кодів і засобів їх розуміння й застосування. Причому, процесуальне буття культури на рівні соціуму – власне, культуротворчий процес – відбувається системно (якщо «систему» тлумачити як упорядковану сукупність елементів, між якими встановлені взаємозв'язки та взаємовідносини, за рахунок чого з «сукупності» утворюється єдність, цілісність): у ньому можна відслідкувати певні тенденції, характерні для тієї чи іншої структури культуротворчості, які відграють роль закономірностей.

Структура культуротворчого процесу формується під час взаємодії трьох різноякісних типів культурних форм – оstenсивних, імперативних та аксіологічних, які коригуються з відповідним «щаблем» («рівнем») афірмації та є наповненими відповідними культурними смислами. У формуванні

історично конкретної структури культуротворчості у тому чи іншому соціальному організмі визначальні ролі відіграють, по перше, міра її відповідності «філогенезу» культурних форм; по-друге, міра змістовної спадковості між досвідом, що утверджується/транслюється усіма зазначеними типами форм; по-третє, міра ціннісної синхронізації двох різноякісних структурних потоків трансляції, що функціонують одночасно. Тут йдеться: а) про стихійне, повсякденне (побутове) культуротворче зусилля, яке здійснюється у «приватному житті» та не потребує спеціальних («за фахом») вмінь і засобів (для переважної більшості людей саме повсякдення є тим індивідуальним простором і часом афірмації, в якому кожна людина (незалежно від того, «творча професія» в неї чи ні), існуючи як людська цілісність (тобто індивідуальність і особистість в одній конкретній унікальній тілесності), проживає і переживає власне – одиничне і неповторне – життя, зокрема, як буття-у-культурі), та б) про спеціалізоване, професійне творення/підтримку буття культури, Культури з великої літери, тобто про мистецтво, релігію, продукування й обґрунтування морально-етичних норм, науку та освіту.

Наближеність/віддаленість ієрархії типів культурних форм до/від історичної логіки їхнього виникнення й закріплення у культурі у цілому (яка є саме такою: остенсивні → імперативні → аксіологічні), змістовна спадковість та ціннісна узгодженість стихійно-повсякденного та цілеспрямовано-професійного інституціалізованого потоків культурної трансляції-ствердження досягнень досвіду, а також міра інституціалізації культурних смислів, – ось що є засадами системності культуротворчого процесу.

Базовою ознакою професійної діяльності менеджера є її соціальний характер, обумовлений розвитком міжособистісних відносин під час управлінської праці, а також віддзеркаленням цих відносин особистістю самого менеджера [12]. З урахуванням цього можна визнати, що управлінська діяльність є, безумовно, діяльністю *культурною*, і що «есенція» будь-якого

керівництва, як культурної діяльності «з виробництва наказів і розпоряджень» (за формою – імперативів) полягає у комунікації, у процесуальності спілкування – власне, у *діях* (остенсивних формах). Діяльність менеджера у тій її частині, де у виконанні своїх посадових обов'язків агент професійної комунікації спирається на власний досвід буття-у-культурі, за будь-яких обставин має інтерпретуватися як культуротворча «за природою». У разі присутності в цій діяльності рис (хоча б кількох) інноваційності, менеджмент принципово й безальтернативно набуває статусу культуротворчого елементу управлінського процесу: він об'єктивно постає синтетичною остенсивною формою, в якій не лише підтримуються особистісно значущі культурні універсалії (зокрема, засвоєні під час навчання у ВНЗ), але й утверджуються нові культурні смисли, що виникають в економічних відносинах як ціннісно-позитивні. Інакше кажучи, професійна управлінська діяльність, як ті зразки та приклади керівництва, в яких втілюються наукові засади і принципи (а будь-який принцип – то є аксіологічна форма!) менеджменту, за суттю належить до остенсивного «рівня» культуротворчості, причому, до цілеспрямованого її потоку.

Системний же характер культуротворчого процесу у цивілізованих суспільствах забезпечується взаємодією двох указаних потоків: якому з них належить «функціональний пріоритет», наскільки їхні логічні структури та змісти, зокрема, ціннісні, є сполученими одне з одним. Зрозуміло, що «автоматично» цей процес не здійснюється: його суб'єктом є живі люди. Тому одним з найбільш прийнятних у всіх типах соціуму засобів установлення/підтримання ціннісної несуперечливості стихійно-повсякденної та професійної культуротворчості слід визнати *аксіологічну ідентичність* суб'єкта афірмації. На відміну від *ідентичності ціннісної*, якою є, наприклад, етнокультурна, національна або професійна ідентичність, на підставі яких людина асоціює себе з тією чи іншою спільнотою, – схвалюючи і демонструючи (переважно, у публічних формах) свою належність до певної, зокрема, для неї – референтної, групи, *аксіологічна ідентичність* свідчить про

самототожність суб'єкта практично у всіх життєвих ситуаціях, незалежно від «потоків» культуротворчості або «рівня» афірмації. Це означає, що й удома (у побуті, у приватному повсякденні, в особистому житті) і в публічній сфері, зокрема, «на роботі», людина керується однією й тією ж самою шкалою ідеалів і пріоритетів (насамперед, моральних), і ціннісні критерії, які вона застосовує у різних соціальних ролях, є домірними, несуперечливими відносно один одного.

Створювати і зберігати/розвивати власну аксіологічну ідентичність – то є нібито мега-мета і, водночас, мега-умова особистісної ідентичності як такої, бо, за висловом Моріса Метерлінка, «під поглядом інших ми ніколи не буваємо такими, якими ми є наодинці із самими собою». Завжди «бути собою», давати собі раду щодо міри свободи, не суперечити власному сумлінню, не видаватися кимось/якимось іншим, – от що вимагає від особистості імператив аксіологічної ідентичності. Можна, скориставшись термінологією А. Дж. Тойнбі, припустити, що «нетворчій більшості» (підлеглим, виконавцям, пересічним громадянам, тобто соціальній масі) робити це набагато простіше, ніж «творчій меншості» та/чи керівникам, – ця робоча гіпотеза потребує психологічної та соціологічної перевірки; але у чому немає сумніву, так у тому, що головну роль у синхронізації утвердження позаінституційних та інституційних ціннісних сенсів відіграє поведінка саме «творчої меншості»: політичної та наукової еліти, формальних лідерів, професійних управлінців, менеджерів. І саме від того, які сенси наповнюють аксіологічний «поверх» індивідуального буття-у-культурі конкретних – реальних! – менеджерів, тобто від того, яким є зміст щирої ціннісної свідомості (система/ієрархія ціннісних орієнтирів) керівників і чи керуються вони самі принципово однаковими моральними засадами «правил гри» за будь-яких обставин, залежить не лише їхня репутація як «порядної інтелігентної людини» (що, погодьтеся, вже є самоцінністю, тим більше, для керівника), а й злагодженість «роботи механізму соціокультурного наслідування» – культуротворчої системи у цілому.

Професійний менеджмент, який іманентно містить культуротворчу складову і належить до остенсивного «щаблю» інституціолізованої культуротворчості, значно більшою мірою, ніж навіть офіційно схвалювані форми художньої творчості, сприяють досягненню ціннісної узгодженості, несуперечливості обох потоків культуротворчості в умовах соціокультурних трансформацій, зокрема, у різко-нестабільних економічних та політичних умовах. Можна признати, що цивілізований, професійно- й особистісно-відповідально здійснюваний менеджмент в інноваційній сфері і є тим соціокультурним «інструментом», використання якого забезпечує відносну безперервність системної культурної трансляції, не зважаючи на «проблемність», «невизначеність», «багатовекторність», «кризовість» і «стрімке оновлення» ціннісних орієнтацій соціуму.

Тому на фахівців-менеджерів покладено величезну відповідальність: наявність/недостатність/відсутність аксіологічної ідентичності та «якість» їхньої ціннісної свідомості є безпосередніми особистісними чинниками впливу на розвиток інновацій у будь-якій сфері, без чого усі сподівання на суттєве покращення економічної ситуації – не більше, ніж мрії або балачки... Саме тому найактуальнішим є питання щодо виховання аксіологічної ідентичності у тих, хто професійно *входить до еліт* (навіть чи можна серйозно сподіватися, що для тих, хто вже ідентифікує себе з елітою, з'являться якісь заохочення «працювати над» власною аксіологічною ідентичністю шляхом гуманізації базових цінностей або щирої відмови від нині поширеної у «вершках суспільства» ідеології цинізму).

Менеджер за освітою – то є фахівець, принаймні, «на рівні очікування», який здатний до прийняття коректних рішень, тобто здійснення найефективніших, з економічної точки зору, управлінських виборів при дотриманні настанов соціальної відповідальності бізнесу та принципів соціальної справедливості. Тут закономірним є питання: яким чином має бути вибудованим – процесуально та змістовно – навчально-виховний процес, професійна підготовка менеджерів, щоб гарантовано забезпечити випускникам

зазначену якість? У сучасній філософії освіти є спроба відповіді: передусім, зміст та форми освітянських послуг мають відповідати парадигмі освіти, адекватній «викликам» сучасного постіндустріального суспільства, що трансформується в інформаційне («протоінформаційного», у термінології М. Епштейна, або, за вже сталим висловом, «епохи “пост-”»), і яку називають по-різному: гуманістичною, особистісно-орієнтованою, світоглядною [13].

Як відомо, у будь-якому світогляді провідне місце посідають цінності, ідеали, принципи – ті культурні форми (у єдності зі своїми історико-культурними змістами), які формують аксіологічний за типом «поверх» культуротворчості. Це, передусім, потребує осмислення аксіологічної складової професійної підготовки менеджерів (у ВНЗ). Незважаючи на те, що вивчення цінностей в освітянському процесі активно здійснюється «педагогічною аксіологією» [14], наявні освітянські стандарти не лише не містять обґрунтування змісту ціннісної свідомості (майбутнього) керівника, а й навіть ледве окреслюють його «необхідний мінімум». У цьому немає кого звинувачувати: ціннісна свідомість – дуже тонка й завжди особистісна справа, принаймні, так вважалося до так званої «епохи “пост-”», у яку наше суспільство швидко занурилося – нібито стрибнуло – ще у добу радянської перебудови і з якої дуже важко впливати. Ментальні структури (разом із відповідним змістом та звичними на рівні підсвідомості «правилами» прояву у поведінці – менталітет) не в змозі швидко вивільнитися з-під впливу міцних традицій ані приватного повсякдення, ані «високої культури» публічного життя, які в індустріальному суспільстві належали до принципово різних культуротворчих потоків. Тепер виникла можливість подолати цю протилежність: повсякдення стрімко накопичує риси дійсного буття-у-культурі, у той же час зникає необхідність односпрямованого «керування» стихійною культуротворчістю з боку виключно інституційних імперативів, – навпаки, те, що оцінюється як значуще, важливе, привабливе у приватному житті, має змогу брати участь у цілеспрямованому формуванні ціннісного каркасу суспільної свідомості. Інакше кажучи, у постіндустріальному

суспільстві набагато більше можливостей для безконфліктного взаємозв'язку цінностей самореалізації особистості і суспільного блага. Саме тому у процесі становлення інформаційної цивілізації, тобто у нашій «епосі “пост-”», прагнення до аксіологічної ідентичності кожної особи – так само, як і неагресивне продукування/виховання такої ціннісної свідомості, яка сприятиме щасливому життю тут-і-тепер *не* за чийсь рахунок, – з проблеми філософії культури й освіти перетворюється на практичне завдання для професійної педагогіки, зокрема, вищої школи, причому, на таке завдання, для успішного вирішення якого вже склалися певні передумови. До таких належать: підтримка розвитку студентського самоврядування; багатоманітні форми студентської науково-дослідної роботи, у тому числі наближені до «дорослих занять наукою» в умовах реальної ринкової конкуренції; і, головне, – реальні зміни у принципі формування навчальних планів, що передбачає активну участь ВНЗ і студентів у виборі навчальних дисциплін. Саме тут є можливість уведення до системи професійної підготовки менеджерів особливих комунікативних тренінгів, які давали б змогу практикуватися одночасно в особистісній афірмації і у професійному вмінні приймати грамотні (соціально й економічно обґрунтовані) рішення, разом із навичкою нести за них відповідальність – навичку, яка має перерости у звичку, стати фундаментальною рисою особистісної та професійної культури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карпов А.В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. / А.В. Карпов. – М.: Гардарики, 2005. – 584 с: ил.
2. Ревская Н. Е. Психология менеджмента. Конспект лекций. / Н.Е. Ревская. – СПб.: Альфа, 2001. – 240 с.
3. Бутырин Г.Н. Социология организаций и менеджмента / Г.Н. Бутырин. // Вестник Московского университета. Серия 18: социология и политология. – 2009. – № 2. – С. 51–64.
4. Добренев В.А., Жабин А.П., Афонин Ю.А. Социология менеджмента. / В.А. Добренев, А.П. Жабин, Ю.А. Афонин. – М.: Академический проект, Альма Матер, 2011. – 280 с.
5. Тихонов А.В. От социологии менеджмента к социологии управления. / А.В. Тихонов. // СоцИс (социологические исследования). – 2011. – № 2. – С. 40–45.
6. Бурчакова М.А. (сайт) // Учебный портал РУДН: [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://web-local.rudn.ru/web-local/disc/?id=1426&rasd_id=50652&v=258 – (дата звернення: 02.06.2014).
7. Светлов В.А. Введение в единую теорию анализа и разрешения конфликтов. / В.А. Светлов. – М.: Либроком, 2012. –306 с.

8. Степанов Е.И. Современная конфликтология: Общие подходы к моделированию, мониторингу и менеджменту социальных конфликтов / Е.И. Степанов. – М.: ЛКИ, 2012. – 178 с.
9. Фелау Э.Г. ТГ. Конфликты на работе. Как их распознавать, разрешать, предотвращать. 6-е изд. / Э.Г. Фелау. – М.: SmartBook, 2013. – 128 с.
10. Пивоваров С.Э., Максимцев И.А. Сравнительный менеджмент. / С.Э. Пивоваров, И.А. Максимцев [текст] – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.
11. Электронно-библиотечная система «КнигаФонд»: Книги на тему «стратегический менеджмент» / Электронный ресурс. Режим доступа: // <http://www.knigafund.ru/tags/2485> – (дата звернения: 15.10.2012).
12. Савицкий С.К., Сафаргалиев Э.Р., Сафаргалиева Д.Ф. Сущность подготовки менеджеров с дополнительными направлениями профессиональной деятельности // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), №4 (12), 2012. – Электронный документ. – Режим доступа: <http://sisp.nkras.ru/e-gu/issues/2012/4/safargaliev.pdf> (дата звернения: 02.06.2014).
13. Берестовицкая С. Э. К проблеме становления новой парадигмы образования / С. Э. Берестовицкая : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.berestovitskaya.ru/articles-special-1-136.htm> (дата звернения: 18.10.2013).
14. Андрюнина А. С. Интеграция учебной и воспитательной работы в процессе формирования профессионально-ценностных ориентаций у будущих педагогов / А. С. Андрюнина // Педагогическое образование в России. – 2012. – №4–. С. 53–57.

МЕНЕДЖМЕНТ КАК ПРОФЕССИЯ:

РОЛЬ И СТАТУС В КУЛЬТУРОТВОРЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ

Леонтьева В. Н., д-р филос. наук, доцент

(Харьковский институт управления)

Определены роль и статус менеджмента, как профессиональной коммуникативной деятельности управления, в структуре культуротворческого процесса: она, принадлежа остепенному уровню целенаправленного потока, оказывает значительное влияние на обеспечение ценностной синхронизации стихийно-повседневного и институционально-профессионального культуротворчества, превращаясь в существенный фактор (и «инструмент») преодоления социокультурного кризиса (пост)современности. Обоснована актуальность и наличие предпосылок как для стихийно-внеинституционального, так и для целенаправленного (в институализированных формах высшего образования) воспитания/развития аксиологической идентичности будущих менеджеров.

Ключевые слова: менеджмент, культуротворчество, аффирмация, ценностное сознание, аксиологическая идентичность, ценностная синхронизация.

MANAGEMENT AS PROFESSION:

ROLE AND STATUS IN CULTURE-CREATIVE PROCESS

Veronika M. Leontieva, Dr. philos. Sci., Professor,

Kharkiv Institute of Management

The role and status of management, as a professional communication, in the structure of culture-creative process are defined: this activity belongs to ostensive level of the purposeful

“stream” of culture-creation and has a great influence on the value’s synchronization spontaneously-everyday culture-creation with the institutional and professional one, becoming a significant factor ("instrument"), overcoming the socio-cultural crisis (post)modernity. Condition for the successful achievement of the management this function in the culture-creative system is an axiological identity of the culture-subject (manager as a subject of affirmation). In contrast to the valuable identity, on the basis of which a man/woman sets him/herself apart with a commonality, axiological identity proves the subject's identity in all situations, regardless of the "flow" of culture-creation" or "level" of affirmations. This means that both in everyday life (in his private life) and in public – professional – spheres the man/woman is guided by one and the same scale of values and priorities (above all, moral), i.e. values, used in different social roles, are consistent and commensurate with each other. The actuality and preconditions for everyday cultivation and meaningful education/development (in institutional forms during higher education) of axiological identity of future managers are justified.

Keywords: management, culture-creation, affirmation, value consciousness, axiological identity, value’s synchronization.