

И. С. Бусыгина

КОРПОРАТИВНОСТЬ КАК ОСНОВАНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье обосновывается положение о том, что главным условием при обеспечении безопасности современной организации выступает идея корпоративности как консолидированности в диаде «человек—организация». Определяется понятие «корпоративность», исследуются компоненты и разновидности безопасности организаций с различными уровнями выраженности идеи корпоративности.

Ключевые слова: корпоративность, безопасность организации.

The article substantiates the statement that the idea of corporationism, integral consolidation in the continuum “person/organization”, acts as a crucial condition for providing organizational security. The notion “corporationism” is defined and components and varieties of companies’ security in organizations with different levels of corporationism manifestation are investigated.

Key words: corporationism, organization’s security.

1. В понимании безопасности организации можно выделить два ключевых подхода — традиционный и человекоцентрированный. Первый предполагает выстраивание системы защиты от угроз внешней и внутренней среды (информационная, экономическая, кадровая и др. безопасность); второй — создание в организации таких условий, при которых человек был бы ей привержен, лоялен, мог бы работать эффективно, реализуясь в процессе профессиональной деятельности, с максимальной профессиональной и личностной самоотдачей.

Сегодня накоплено достаточное количество эмпирического материала, свидетельствующего в пользу неизмеримо большей эффективности второго подхода в обеспечении безопасности организации. Исследования показывают, что в основе отношения человека к организации лежат три ведущих фактора: фактор равноценного обмена личного вклада в работу на мотивирующие условия, предлагаемые организацией; фактор «характер отношений с организацией», фактор «причастность, корпоративность» (Агейкина, 2008). Усложнение отношений в диаде «человек—организация» приводит к пониманию того, что их необходимо тщательно конструировать,

Бусыгина Инна Сергеевна — докт. психол. наук, доцент, зав. кафедрой управления персоналом Гуманитарного ун-та (г. Екатеринбург). *E-mail:* busygina@rambler.ru

отслеживать «слабые сигналы» только намечающихся отклонений, подводить под эти отношения идеологическую базу, выстраивать содержательные линии корпоративности. Корпоративное управление и корпоративная социальная ответственность признаются фундаментом, на котором устойчиво базируется безопасность организации (Харский, 2003).

Определимся с понятием корпоративности. Термин «корпоративный» происходит от латинского «corporatio» — объединение, общество, а не от «корпорации» как организационно-правового типа предприятия. Анализ термина «корпоративный» приводит к выводу, что это — интегративная, междисциплинарная категория. Например, в Большом российском энциклопедическом словаре дается следующая трактовка рассматриваемого термина: «Корпорация (от позднелат. corporatio — объединение) 1) объединение, союз, общество, 2) (юрид.) совокупность лиц, объединившихся для достижения к.-л. цели, является юрид. лицом...». В Большом энциклопедическом словаре и словаре иностранных слов приводится следующая интерпретация слова «Корпорация»: общество, союз, группа лиц, объединяемая общностью профессиональных или сословных интересов. В испанско-русском словаре современного словоупотребления термин «corporación» переводится как «сообщество; объединение; корпорация; ассоциация» (Садиков, Нарумов, 2001, с. 220).

В политической науке и практике термин «корпоративность» характеризует сущность политической системы через господство политических корпораций — совокупности лиц, объединившихся для достижения цели реализации государственной власти. В таком контексте корпоративность зарождается в средневековом обществе и означает его структурирование через наличие корпораций (цехов, сословий, коммун и т.п.), выполняющих хозяйственно-профессиональные, политические, социальные функции (воспроизводство, воспитание, трансляция опыта и пр.). Сегодня политология констатирует, что современные корпорации более открыты, текучи, изменчивы, нежели средневековые корпорации; однако в основе тех и других лежит интерес. Между корпорациями действует механизм «увязки», согласования интересов их членов. Тем самым складываются определенные корпоративистские представительства, а государство становится «корпоративистским государством». В основании политики последнего лежит не «общественный интерес», а интерес той политической корпорации, чьи представители в данный момент находятся у руля государственной власти или оказывают на нее наибольшее влияние.

Социологическая трактовка понятия определяет корпоративность как чувство принадлежности к единой группе, в которой индивиды имеют общие взгляды и убеждения (Гидденс, 1999).

Культурологический подход трактует термин «корпоративный» как «коллективный». «В очень жестких культурах... можно обнаружить совместный контроль над собственностью, корпоративное владение пищевыми запасами и производством энергии, наличие жестких религиозных лидеров, иерархическую структуру... Такие взаимоотношения предполагают, что жесткость коррелирует с коллективизмом (корпоративным контролем)» (Триандис, 2007, с. 207).

В социально-психологической науке корпоративность рассматривается как аспект социальной идентификации индивида, приводящей к социальной идентичности этого индивида с выполняемой им общественно значимой функцией, что неизбежно приводит к отождествлению данным индивидом себя с теми социальными группами, которые выполняют соответствующие функции. Таким образом, возникает явление корпоративности (в значении «узкогрупповой, обособленный»), имеющее объективно-субъективную природу и выражающееся в стремлении члена группы, подчиняясь групповым нормам, приспособлять свои поступки к принятым в данной группе эталонам поведения (Социальная..., 1979).

Главная черта корпоративности в социально-психологическом ее понимании — отнюдь не объективное объединение людей по признаку подобия, хотя без него тоже не обойтись, поскольку именно такое объединение создает объективные предпосылки для формирования корпоративного стиля мышления и образа действия. В социально-психологическом аспекте корпоративность представляет интерес прежде всего с точки зрения ее субъективной составляющей, выраженной в осознании индивидом себя как представителя какой-то профессиональной корпорации, а также в осознании окружающими данной группы как чего-то целого и обособленного от других (Мертон, 1991).

Таким образом, анализ трактовок понятия «корпоративный» дает нам возможность рассматривать его именно в смысле «объединяющий, связующий» и соответственно изучать «корпорацию» как форму организации человеческого сообщества, своеобразную группу со специфическими признаками.

Обратимся к рассмотрению корпоративности как основания безопасности организации. Именно корпоративность является тем «социальным клеем», который помогает удержать целостность организации и обеспечить стабильность ее деятельности (Бородин, 2008). В современной экономике стабильная работа предприятия — немаловажный фактор в конкурентной борьбе. Она напрямую зависит от персонала, работающего на предприятии. Поэтому у каждого руководителя возникает необходимость объединить всех этих людей с различными характерами, стремлениями и амбициями в один целеустремленный коллектив.

Любая организация построена на интеграции деятельности посредством управления. Однако интеграция может быть слабо или заметно выраженной; может поддерживаться в определенном состоянии, а может укрепляться и развиваться, переходя постепенно в корпоративность и далее (возможно) в синергию.

Корпоративность — это высокая степень интеграции, объединение не только по функциям деятельности, но и по человеческим отношениям внутри организации, а также по отношению к организации в целом (ее миссии, целям и состоянию). Она проявляется в качестве персонала и в результатах совместной деятельности; может возникать стихийно в силу каких-либо обстоятельств, но может быть предметом особого внимания и специального управления (корпоративное управление). Корпоративное управление возникло как необходимость интеграции деятельности не только по организационным, но и по социокультурным параметрам. Сотрудничество и согласие, взаимопонимание и взаимная поддержка, гармония интересов и ценностей становятся факторами повышения производительности труда, способствуют разработке новых идей и общему ускорению развития организации.

2. Для определения разновидностей, структуры, типологии взаимосвязи корпоративности с безопасностью организации нами было выполнено исследование, позволившее выделить уровни *корпоративной безопасности организации* (КБО). Проведенный в 2010 г. опрос 792 работников образовательной сферы, сферы государственного и муниципального управления, здравоохранения, промышленных предприятий Свердловской области выявил 4 варианта взаимоотношений между оценками безопасности организации и личной безопасности человека в ней.

Помимо двух «чистых» вариантов, когда сотрудник оценивает безопасность организации и свою личную безопасность в ней одинаково высоко (1) или одинаково низко (2), были зафиксированы еще 2 варианта (назовем их «смешанными»), когда человек чувствует себя в организации защищенным, а самой организации присваивает низкие баллы по шкале безопасности (3); и, наоборот, чувствует себя незащищенным и при этом присваивает организации высокие баллы по шкале безопасности (4).

Анализируя «смешанные» варианты, мы предположили, что причины варианта 3 (организация небезопасна, я защищен), вероятно, кроются в отношении к человеку в организации либо являются личностно-профессиональными. А причины варианта 4 (организация безопасна, я не защищен) связаны с профессионализмом (профессиональная идентичность/профессиональный маргинализм) либо с тем, что организация не является референтной группой для человека (Ермолаева, 2009).

Таким образом, сочетая корпоративную безопасность и личную защищенность человека в организации, можно выделить 4 уровня корпоративной безопасности:

1) сочетание корпоративной безопасности и личной защищенности в организации — наиболее благополучная ситуация, при которой мы определяем положительный уровень безопасности организации;

2) сочетание корпоративной безопасности и личной незащищенности в организации — в организации диагностирована благополучная ситуация по безопасности, а самому человеку некомфортно (вероятно, причины кроются в отношении к человеку в организации либо являются личностно-профессиональными);

3) сочетание корпоративной небезопасности и личной незащищенности в организации — наименее благополучная ситуация, при которой мы определяем отрицательный уровень безопасности организации;

4) сочетание корпоративной небезопасности и личной безопасности в организации — уровень, при котором в организации условно небезопасно, а человек защищен. Вероятно, причины связаны с профессионализмом (профессиональная идентичность/профессиональный маргинализм) либо организация не является референтной группой для человека.

Предположив, что оценки сотрудников организации («изнутри») неминуемо субъективны, связаны с опытом производственных, служебных отношений, взаимодействием на уровне «персонал—руководящее звено», личностными особенностями человека, мы сравнили наши данные с экспертными оценками («снаружи»), полученными в результате аудита корпоративной безопасности (аудиту подвергались все организации, его проводили одни и те же эксперты-аудиторы корпоративной безопасности). Это сравнение привело нас к следующим выводам относительно трактовки «смешанных» вариантов.

1) Если персонал оценивает организацию как безопасную, а эксперты — как небезопасную, то следует предположить, что данная организация характеризуется сильной корпоративной и низкой коммуникативной культурой: персонал не имеет сведений о реальном положении дел, «слепо верит» руководству, некомпетентен в области КБО.

2) Если персонал оценивает организацию как небезопасную, а эксперты — как безопасную, то следует предположить, что в организации слабая корпоративная культура, менеджмент в целом, так как ощущение персоналом неблагоприятия свидетельствует о низкой эффективности управленческих процессов.

Для оценки уровня КБО нами использовалась условная шкала, представляющая, по сути, индекс КБО: 0—30 — низкий уровень; 40—70 — средний; 80—100 баллов — высокий уровень КБО.

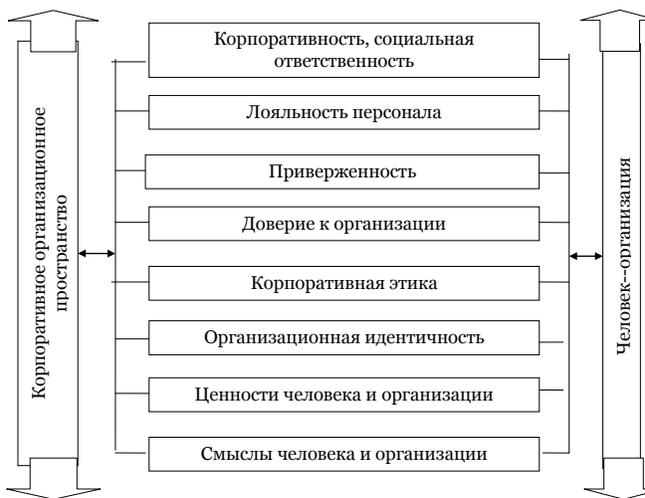
В нашей выборке выделились три группы:

1) сотрудники из условно «корпоративно безопасных организаций» (n=218; 27.5% выборки): уровень КБО 80—100 баллов; оценка экспертов, руководства и персонала, личная и корпоративная защищенность совпадают.

2) сотрудники из условно «корпоративно опасных организаций» (n=167; 21%): уровень КБО 0—30 баллов; негативная оценка экспертов, руководства и персонала, личная и корпоративная незащищенность совпадают.

3) сотрудники из организаций с недифференцированной (смешанной) КБО — n=407; 51.5 % выборки.

Для определения структуры КБО в эксперименте были использованы данные двух типов организаций: одна группа являлась экспериментальной (отрицательный уровень КБО), вторая — контрольной (положительный уровень КБО). Руководители и собственники бизнеса, директора *HR*-департаментов и служб безопасности предприятий нами были опрошены как внутренние эксперты, компетентные обосновать те компоненты, которые, по их мнению, должны были составлять структуру КБО. В результате были выделены следующие компоненты КБО: социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная деятельность, сформированное и развитое корпоративное сознание организации с навыками рефлексии и аутоидентификации; единое прозрачное адекватное смысловое поле организации, осознающее угрозы и потенциалы корпоративной безопасности; сформированное профессиональное поведение персонала организации; осознанность



Иерархия компонентов корпоративной безопасности организации

будущих сценариев развития компании и готовность к риску. Совершенно очевидно, что в сознании руководителей не представлен единообразно сложный полифакторный феномен КБО, он дискретен и не структурирован.

Эксперты констатировали, что сегодня наблюдаются и негативные проявления КБО, т.е. корпоративные «опасности». Более подробное исследование показало, что для большинства организаций периоды дестабилизации и появления корпоративных опасностей являются относительной нормой, но существуют организации, которые можно назвать «условно патогенными», в них угрозы КБО «вшиты» в саму ткань спроектированной организации, что согласуется с исследованием М.К. де Врие и Д. Миллер ([эл. ресурс]) о психопатологических критериях организационной культуры, в котором был проведен перенос на организацию психопатологических критериев, использующихся в отношении отдельных личностей.

Проведенные нами исследования (Бусыгина, Перелыгина, 2010) позволяют вскрыть иерархию компонентов КБО (см. рисунок). Приведенная иерархия отражает внутреннюю сторону структуры КБО, связанной с личностным центром в континууме «человек—организация» и с отношениями в нем.

Необходимое условие формирования КБО — информированность сотрудника об организации, в которой он работает. Новый материал становится условием формирования целостной картины, благодаря которой сотрудник может почувствовать, ощутить свою принадлежность к организации, «присвоить» ее цели, ценности, нормы. Так, некоторые организации фиксируют основополагающие ценности в письменном виде, чтобы затем передавать их следующим поколениям сотрудников. Идентификация с организацией в свою очередь функционально порождает социальную ответственность персонала. В понятие корпоративной социальной ответственности исследователи включают корпоративную этику; корпоративную социальную политику в отношении общества; политику в сфере охраны окружающей среды; принципы и подходы к корпоративному управлению; вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом; политику в отношении персонала (Харский, 2008). В свою очередь корпоративная социальная ответственность является сама по себе ценностью, регулирующей поведение и иные социально-психологические параметры существования человека в организации.

В процессе «включения» в компанию главное, что предстоит работнику, — усвоить профессионально-значимые ценностные ориентации. Для новичка в компании корпоративность определяется принадлежностью к профессиональному сообществу. Следовательно, корпоративные ценности специалиста в современном обществе — это предпочтения

определенных смыслов и построенных на их основе способов поведения и взаимоотношений человека в профессиональном сообществе. В результате успешного вхождения человека в корпоративное организационное пространство, в поле собственного профессионального Я включаются обобщающие корпоративные ценности: профессиональная компетентность, репутационный менталитет¹, профессиональная этика и др. Сферы должного и сущего сливаются, порождая новую организационную реальность, где можно действовать, понимая смысл и ценность того, что делаешь. Итак, констатируем факт принципиальной важности идеологии корпоративности для обеспечения безопасности организации. Однако его признание не есть практическое воплощение. Сущность корпоративности (корпоративных отношений, корпоративного управления) ясна, но организационные и психологические средства ее достижения до конца не определены, не апробированы и не обобщены (Смирнова, 2008).

3. Научные исследования и практика управления производством и профессиональными взаимодействиями убедительно свидетельствуют, что значительные резервы роста производительности труда и продуктивности жизнедеятельности организации в целом заложены в отношениях между работниками организации и управленческими кадрами. Эти отношения оказывают существенное влияние на результативность совместной деятельности, интерес к работе, отношение к профессии и организации, безопасность в целом. Иными словами, существует фундаментальное противоречие между функциональным отношением руководящей системы к персоналу организации как к ресурсу, который надлежит эффективно использовать, и разобщенностью интересов, ценностей в континууме «человек—организация».

Понимание и высокий индекс значения фактора корпоративности приводит к использованию в практике менеджмента исторически известных, но новых для современного бизнеса манипулятивных инструментов достижения и поддержания корпоративности в управлении персоналом.

Формирование в корпоративном сознании «образа врага» — известный способ пропаганды, используемый для сплочения коллектива и корпоративности. В современном менеджменте появилась практика проведения «пятиминуток ненависти» к конкурентам (так, например, в старых корпоративных заповедях ТС «Пятерочка» много написано о врагах: «Нашими врагами являются те сотрудники, которые пытаются нарушать Пирамиду соответствия, нанести другой вред Компании и сотрудникам»; поклонение волшебной «Пирамиде соответствия» в «Пятерочке» было приравнено к личному успеху). С психологической

¹ Под репутационным менталитетом специалиста понимается динамичная система профессионально-личностных корпоративных ценностных ориентаций.

точки зрения подобное корпоративное позиционирование может указывать на шизоидное расстройство, однако оно хорошо формируется при актуализации архетипа общинности.

Помимо идеологической обработки компании часто практикуют слежку за работниками. По данным исследований, проведенных специалистами портала *Superjob*, 28% российских работодателей отслеживают переписку сотрудников по корпоративной почте. Эксперты портала *rabota.ru* утверждают, что тоталитарный стиль корпоративной культуры часто практикуется в компаниях, где топ-менеджеры — бывшие военные. По их словам, заботливая *HR*-служба опекает работников действительно тотально, проводя постоянные тренинги, тимбилдинги, личные и профессиональные ассесменты. В результате у сотрудника интериоризируется, «монтируется» четкая корпоративная «матрица», которая постепенно вытесняет личное осознание. Такими сотрудниками легко управлять, и именно в таких организациях внутренняя безопасность находится на высоком уровне, однако истинная продуктивность развития организации и человека в ней оказывается низкой, ибо нравственные регуляторы деятельности «выключены». Объясняется это тем, что каждый человек обладает некоторой системой нравственных ориентаций, представлений о «добре и зле», которые он осознанно применяет относительно всего спектра своих отношений с окружающим миром, включая и мир корпоративный. Нравственный фактор в системе безопасности создает феномен под названием «предел моральной упругости». Его корпоративная интерпретация связана с оценкой устойчивости организации к угрозам внешней и внутренней среды, готовностью защищать организацию. Именно этот феномен отсутствует в организациях с зомбирующей, тоталитарной корпоративной культурой.

Таким образом, мы приходим к заключению, что основанием КБО выступает идея корпоративности как системное новообразование на пути развития организации. Именно развитие этой идеи делает возможными гибкость и мобильность организационной системы, проактивность ее поведения, готовность к изменениям, способность реагировать на динамику глобального мира, что предопределяет безопасность организации и сотрудников, персонала в целом. Целостное видение этих процессов составляет эффективную психологическую систему обеспечения КБО.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Агейкина В.В.* Социально-психологические механизмы развития организационной приверженности персонала: Автореф. дис. ... канд. психол. наук. М., 2008.
Бородин И.А. Психология корпоративной безопасности. М., 2008.

Бусыгина И.С., Перельгина Е.Б. Основные закономерности обеспечения корпоративной безопасности организации. М., 2010.

Врие, де, М.К., Миллер Д. Психопатологические критерии организационной культуры. URL: <http://hq.soc.ru/publications/jssa/1998/4/kapus.html>

Гидденс Э. Социология. Глоссарий: основные понятия и важнейшие термины. М., 1999.

Ермолаева Е.П. Психология реализации профессионала в условиях социально-экономических изменений: Автореф. дис. ... докт. психол. наук. М., 2009.

Мертон Р.К. Референтная группа и социальная структура. М., 1991.

Садиков А.В., Нарумов Б.П. Испанско-русский словарь современного употребления. 4-е изд. М., 2001.

Смирнова И.А. Система корпоративной культуры организации (психолого-акмеологические аспекты). Иваново, 2008.

Социальная психология: История. Теория. Эмпирические исследования / Под ред. Е.С. Кузьмина, В.Е. Семенова. Л., 1979.

Триандис Г.С. Культура и социальное поведение: Учеб. пособие / Пер. В.А. Со-снин. М., 2007.

Харский К.В. Благонадежность и лояльность персонала. СПб., 2003.

Харский К.В. Принципы ценностного управления. М., 2008.