

ваться в качестве профессии. Выделение уникального субъекта действия, присутствие постоянных форм практики, сложившиеся и артикулируемые стандарты работы и поведения и, самое главное — наличие ценностного ядра деятельности — все это указывает на то значительное влияние, которое морально-нормативное измерение оказывает на формирование и признание профессии.

На пути к пониманию механизмов функционирования институализированных норм в профессиональной этике*

Ларионов И. Ю.

В этом небольшом тексте предпринимается попытка выделить ключевые аспекты в исследовании механизмов функционирования институализированных норм в профессиональной этике. В основании рассуждения лежит предположение, что понимание этих механизмов зависит от представления о природе профессиональной этики и ее источниках.

Одна из распространенных точек зрения на нравственные нормы состоит в том, что они сохраняют свою сущность, только когда избегают институционализации. И если разнородность морали с нормами и ценностями политики, государственного управления и права ясна даже на интуитивном уровне, то возможность институционализации морали в области профессиональной этики, а также в этике бизнеса и организационной этике остается открытым вопросом. Действительно, можно ли назвать «нравственностью» специально разработанную и поддерживаемую в организации систему поведения, принципов принятия решений в кризисных ситуациях, а также правил для описания и аргументации поступков (дискурс)?

Традиционно профессиональный этос в средневековой Европе опирался на неписаные законы повседневной жизни профессиональной корпорации. Извне он поддерживался цеховой системой, так что правила поведения ремесленника были, в то же время, свя-

* Статья выполнена при поддержке гранта РФНФ (Проект № 12-03-00505).

заны с категориями его самосознания. Профессиональный этос в те времена можно назвать элементом субкультуры. С расширением функций государства в Новое время — в частности, с появлением и распространением современного понимания права — внутренние правила профессионального сообщества испытывают давление извне. С одной стороны, они должны быть сформулированы на языке общепринятых норм и ценностей, содержательно совпадать с ними в своей основе. В отличие от предшествовавшей эпохи, когда христианская мораль играла роль всеобъемлющей нравственной системы, регулирующей взаимодействие различных сообществ, Новое время предполагает, что профессионал в той или иной области способен вести дискуссию о вопросах морали, формулировать и отстаивать свои нравственные убеждения. С другой стороны, в новых условиях общество берет на себя своеобразную роль «заказчика», санкционирующего те или иные профессии и поэтому предъявляющего к профессионалу требования — в том числе морального содержания. Профессионализм включает в себя этическую компетентность, меру которой можно установить, проанализировать и оценить как у отдельного индивида, так и на уровне профессионального сообщества, организации и т. п.

Отдельно следует отметить ту важную роль, которую начинает играть профессиональное образование и, в том числе, университетское. В университете будущий профессионал сталкивается со специалистами-этиками с их особым подходом к объяснению структуры морали и ее места в жизни человека.

Таким образом, изменяется характер символической легитимации профессионализма (от «призвания» к «пользе обществу»).

Однако, на деле все не так оптимистично. Можно выделить следующие типы «неэтичных» практик, говорящих о рассогласовании порядков легитимации профессиональных ценностей посредством санкции общества:

— профессионалы уклоняются от требований общества, создавая собственную внутрикорпоративную мораль;

— индивиды, влекомые собственным интересом, уклоняются от внутренних требований корпоративной этики;

— (особо яркие случаи) внутрикорпоративная солидарность, неформальные связи и положение (то есть то, что возможно благодаря самому существованию профессиональных сообществ) используются при совершении поступков, идущих вразрез с основными

ми принципами морали (в том числе данного профессионального сообщества) и даже напрямую нарушающих закон.

Подобные случаи нередки не только в эпохи кризиса, но даже в периоды стабильности [13, 29].

На языке современной деловой этики эту ситуацию можно описать как проблему лояльности и доверия.

М. Вебер в классической работе «Протестантская этика и дух капитализма» [3] стремится показать, каким образом моральные ценности предпринимателей функционировали, когда они еще представляли систему внутрикорпоративной этики. Если механизм, приводящий в действие эту систему, традиционен (стремление к обогащению), то, с точки зрения социолога, специфические составляющие институционализации норм в классическую эпоху капитализма — это разум и определенный этос. И если разум является феноменом культуры Нового времени в целом, то этос произведен от системы ценностей аскетического протестантизма. Как на уровне религиозных ценностей (одиночество в деле спасения), так и в области рационального решения (свобода предпринимательства) подчеркивается момент самостоятельности. Решение по достижению морального совершенства, а также формулировку его плана в приводимом Вебером тексте Б. Франклина берет на себя сам субъект. Моральные добродетели (воздержанность, немногословность, порядок и т. п.), таким образом, функционируют как концепты, в которых проявляется постоянная работа личности над собой. Цель этой работы — нравственность сама по себе (честность, справедливость и т. п.), успех в делах, а также счастливая повседневная жизнь.

Однако, данная модель, к сожалению, не представляется приемлемой, т. к. поведение современного профессионала не всегда рационально (а направлено, скорее, на реализацию собственных желаний) и в большинстве случаев не религиозно. Наиболее распространенный в настоящее время подход — исследование и решение указанных проблем с точки зрения внутрикорпоративной политики, механизмами которой выступают:

- система поощрений и наказаний;
- этические кодексы, кодексы лучших практик, кодексы поведения, этические стандарты;
- проведение этического аудита, формирование этических отчетов;
- развитие и поддержание корпоративной культуры;
- личный пример руководителя.

Традиционная практика нравственного увещания, а также коллективного обсуждения моральных проблем считается неэффективной.

Следует отметить, что такой подход напрямую связан с развитым в менеджменте концептом «корпоративной культуры» (если не напрямую испытал на себе его воздействие). Корпоративная культура рассматривается как набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их действий. Эти ценностные ориентации передаются через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения. Корпоративная культура вовсе не ограничивается правилами поведения и формирования имиджа. К корпоративной культуре относят фундаментальные основы мировоззрения индивидов: их представления о труде, человеческих отношениях, времени, природе и т. п. Нормы и ценности, формирующие представление человека о том, какое поведение следует считать допустимым или недопустимым, его понимание того, как он должен действовать в той или иной ситуации, также относятся к корпоративной культуре [9].

Итак, с точки зрения рассматриваемого подхода, в основе профессиональной морали лежит система правил, в соответствии с которыми ведет себя все сообщество в целом и которые, фактически, исполняют своим поведением индивиды, входящие в эту систему. Такие дисциплины, как менеджмент, деловая этика, организационная этика, изучают эту систему с очевидной целью влиять через корпоративную политику на нее, перестраивать, добиваясь лучших результатов. В одном из современных учебников по деловой этике мы находим утверждение, что корпоративная политика способна «серьезно влиять на нравственность поведения работающих в организации менеджеров» [11, 115]. Четко сформулированная политика организации препятствует неэтичному поведению. Корпоративная политика принимает форму кодексов корпоративного поведения и разработку стратегии управления. Основа стратегического управления заключается в формировании миссии организации и установлении ее целей.

Подробно и аргументированно эта позиция высказана Н. Васильевне [1]. Ценность ее текста в том, что она смотрит на проблему с точки зрения именно этика, дискутируя с традиционными подходами. Объясняя, что такое деловая этика как современная разно-

видность этики прикладной, Васильевне утверждает, что это именно практика поступка, процесс поступка. Таким образом, этика должна формировать не принципы, по которым мы будем действовать, и не образы идеальных личностей, к сходству с которыми мы будем стремиться, влиять не на наши субъективные мотивы, а на факторы, которые способствуют реализации поступков в соответствии с определенной системой ценностей. При этом современная прикладная этика вовсе не должна отказываться от использования механизмов и техник управления. Так этика переходит от философии поступка в реальный процесс поступка, «конкретные организационные процедуры формирования социально желательного поведения». Деловая этика поднимается на уровень менеджмента, от морализаторства она переходит к борьбе за реализацию норм в реальной практической деятельности. Так или иначе, но подобный подход сам нацелен на удовлетворение потребностей управленцев, ибо организации действительно нуждаются в создании стратегии внедрения норм, «инвестируют» в этику. Прикладная этика формализует, «объективирует» нормы, принципы и ценности, выстраивает стратегию управления в конкретной области профессиональной деятельности, и каждый, кто свободно выбрал данный род деятельности, оказывается под ее воздействием. При этом индивидуальное поведение должно определяться не посредством прямого давления, но путем создания условий, когда индивид сам примет решение действовать в соответствии с организационной культурой. Создание условий для такого самостоятельного решения и является целью этики организации, деловой этики. Таким образом, по выражению Н. Васильевне, соответствие Сущего Должному является результатом менеджмента. Управление ценностями осуществляется не отдельным индивидом, а организацией, а люди переходят к активному «деланию» этих ценностей, поступая так, как эти ценности предписывают. Таким образом, прикладная этика не должна ждать от индивида проявления сознательности, а стараться найти оптимальные нормы и ценности и включить их в системы управления профессиональными этиками в соответствии с объективированными принципами и ценностями.

Важно отметить, что такому изменению характера прикладной этики соответствует изменение подхода к ответственности: раньше господствовала парадигма, согласно которой источником неправильного поведения (и проблем в организации) являются индивиды; теперь сами организации рассматриваются как этические или

неэтичные, реализующие принципы социальной ответственности или нет [12, 200-201].

Подобное видение механизмов функционирования институализованных норм — как непосредственно вписанных в корпоративную культуру и управленческий процесс — во многом под влиянием западных исследований, распространено и в отечественной науке. Так, М. И. Магура в своем исследовании лояльности выявляет факторы связи «организационной приверженности» с «трудовыми ценностями». Им «была выявлена позитивная связь организационной приверженности с такими трудовыми ценностями, как: хорошие товарищи по работе; надежность места работы (гарантии занятости); полезность, нужность работы; возможность общаться с людьми; ответственная работа; интересная работа; доверие со стороны руководства. В то же время, была выявлена устойчивая негативная связь между организационной приверженностью и выраженностью у работников таких индивидуалистических трудовых ценностей, как деньги, отпуск, карьера» [7, 16]. В данном случае, очевидно, все перечисленные «ценности» могут быть объектом управления и элементом корпоративной политики.

Справедливости ради следует отметить, что в отечественной литературе представлен и иной подход, сохраняющий сферу норм как самостоятельную. Так, для методологии М. А. Сторчевого существенно изначальное отделение нормативного анализа (вопрос «Какие принципы поведения компании нужно считать этичными?») от двух других его основных типов — позитивного («Как в реальности принимаются этические решения?») и инструментального («Как можно сделать так, чтобы менеджеры принимали этичные решения?»). При этом, все рассмотренные автором подходы к нормативной этике бизнеса представляют собой классические этические теории: это утилитаризм, деонтологическая этика и этика добродетелей. Цель же нормативной этики не в разработке иной теории, отвечающей позитивному или инструментальному аспекту, а в нахождении общей логической схемы определения критериев принятия решений, которая позволила бы устранить противоречия между указанными подходами [10].

В специальной зарубежной литературе, посвященной деловой и корпоративной этике мы, опять же находим различные аспекты применения указанных методологических принципов.

Группа исследователей из Школы бизнес-управления Университета Висконсин-Милуоки утверждает, что эффективная мо-

дель «этической идентичности организации» должна показывать, как эта идентичность возникает из многообразия взаимодействий между ответственным лидерством, четким организационным процессом и этичной корпоративной культурой. При этом нормативной практикой должен быть проникнут весь организационный контекст: формальные и неформальные организационные структуры, процессы и системы должны быть связаны и развиваются параллельно с развитием этических норм и ценностей [19]. Одна из важных мыслей книги Т. Питерса и Р. Уатерманна в том, что моральные принципы в организации должны управляться т. н. «сильной культурой», т. е. ясной, общепринятой и обязательной нормативной системой [17]. Участие индивидуумов с их уникальными мотивами часто рассматривается как случайное. Так, Х. Уилмотт понимает корпоративную культуру фактически как дискурс, так что ее язык выступает способом контроля за описанием членами сообщества своих мотивов и целей, а также за принятием ими решений [20].

Подобный подход реализуется и в прикладной плоскости. Например, Дж. Добсон предлагает в качестве средства реализации принятых в определенной профессиональной сфере (биржевые работники и финансисты) этических принципов «аккультурацию», то есть такое образование индивидуумов, в котором определенная система ценностей становится имплицитной. Люди подвергаются воздействию того поведения, которое изо дня в день они видят вокруг себя. Только так они осознают, что такое поведение рационально и приемлемо в их области [13].

Для того чтобы сделать эффективным такой инструмент корпоративной этики, как этический кодекс, предлагается обратиться к похожим методологическим принципам. С точки зрения Лайзы Ньютон [16], чтобы кодекс действовал надлежащим образом, необходимо участие работников в разработке и введении кодекса, соответствие основных принципов кодекса нормам и ценностям общества и требованиями рациональности и, наконец, соответствие кодекса реальному поведению и убеждениям руководящего персонала.

Таким образом, используя рассмотренный подход, в исследовании механизмов функционирования институционализированных норм в профессиональной этике в качестве объекта вполне допустимо избирать не содержание этического кодекса или взглядов отдельных субъектов, а сами сообщества (организации, корпорации), прису-

щие им дискурсы, а также внутрикорпоративную политику, т. е. то, что обычно не ассоциируется с областью классической этики.

Важной, далее, является задача исследования таких условий формирования ценностей, как: 1. Общественное мнение и требования, касающиеся содержания и назначения той или иной профессии, а также 2. Исходная внутрикорпоративная культура (отдельно — особенности мотивов, целей и поведения управляющего слоя).

Необходимы также выявление и оценка исходов конфликтных ситуаций, руководящих решений и т. п., которые могут выступать факторами, положительно или отрицательно влияющими на готовность членов организации или профессиональной корпорации следовать нормам.

Важным представляется изучение осведомленности индивидуумов относительно существующих норм, а также их согласованности с установками и мотивами этих индивидуумов.

Одной из важнейших областей исследования выступает изучение осознанно разрабатываемых и вводимых в действие систем наказаний и поощрений за следование правилам, порядка осуществления мониторинга, координации и необходимых корректировок. Особенно следует отметить важность изучения такого инструмента, как этический кодекс.

Интересно рассмотреть также, имеются ли механизмы рационализации существующих нормативных систем и корпоративной культуры, и каковы они.

Литература

1. Васильевне Н. Внедрение этических ценностей переносится с индивида на организацию // Парадигмы прикладной этики. Ведомости. Вып. 35. Тюмень, 2009. С. 83-90.

2. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.

3. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. М., 1985.

4. Виханский О. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс. Учебник. М., 2009.

5. Громова Л. А. Этика управления. Учебно-методическое пособие. СПб., 2007.

6. Ле Гофф Ж. Другое Средневековье: Время, труд и культура Запада. Екатеринбург, 2000.
7. Магура М. И. Приверженность работников своей организации: Автореф. дис. канд. психол. наук. М., 1999.
8. Музыченко В. В. Управление персоналом. Учебник. М., 2003.
9. Родин О. А. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность. М., 2008.
10. Сторчевой М. А. Принятие управленческих решений в условиях этических дилемм: Автореф. дис. СПб., 2012.
11. Фритцше Д. Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива. М., 2002.
12. Adams J.S., Tashchian A., Shore T.H. Codes of Ethics as Signals for Ethical Behavior // *Journal of Business Ethics*. Vol. 29. No. 3. Feb., 2001. P. 199–211.
13. Dobson J. Why Ethics Codes Don't Work // *Financial Analysts Journal*. Vol. 59. No. 6. Nov.-Dec. 2003. P. 29–34.
14. Hatch M. J. *Organization Theory: Modern, symbolic, and post-modern perspectives*. Oxford University Press, 2006.
15. Leht K. T., Fennell M. L. *Professional work. A sociological approach*. Malden: Blackwell Publishers, 2001.
16. Newton L. *The Faces of the Corporate Code // The Perspective of the Humanities: An Overview of Corporate Ethics: Conference on Corporate Visions & Values, Fairfield University, Connecticut, 1991*.
17. Peters T. J., Waterman R.H. *In Search of Excellence*. Lnd., 1982.
18. Trevino L., Nelson K.A. *Managing Business Ethics*. New York, 1995.
19. Verbos A. K., Gerard J. A., Forshey P. R., Harding C. S., Miller J. S. The Positive Ethical Organization: Enacting a Living Code of Ethics and Ethical Organizational Identity // *Journal of Business Ethics*. Vol. 76. No. 1. Nov. 2007. P. 17–33.
20. Willmott H. Strength is Ignorance, Slavery is Freedom: Managing Culture in Modern Organizations // *Journal of Management Studies*. Vol. 39 (4). 1993. P. 515-552.