
© Е.И. ТИШКИНА

godo@list.ru

УДК 008.316.42

ТОТАЛИТАРНАЯ КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ

АННОТАЦИЯ. Выражение «тоталитарная корпоративная культура» сегодня является общеупотребимым. Однако оно соединяет в себе две разные науки: политологию и культурологию. Неслучайно, среди исследователей возникает спор: правомерен ли перенос понятий из одной научной сферы в другую. Цель, поставленная нами при написании статьи, — доказать, что корпоративная культура является проявлением современного тоталитаризма, распространившегося не только на область политики, но и на сферу культуры. В статье анализируется российская корпоративная культура периода становления: с 1990-х по 2010-е года. Особое внимание уделено корпоративным ритуалам, поскольку именно они являются инструментом влияния руководства на «офисный планктон». В качестве источниковой базы использованы частные сообщения, собранные на различных интернет-форумах. Участники данных форумов сообщают и комментируют те или иные проявления «корпоративного фашизма», с которыми столкнулись лично. Орфография и стиль сообщений сохранены без изменений.

SUMMARY. Expression totalitarian corporate culture appears to be commonly used. Nevertheless, it combines two different sciences: political and cultural studies. Not coincidentally a dispute arises among scholars: is it right to transfer a notion from one scientific area to another. The goal we targeted while writing this paper is to prove that the corporate culture turns to be a manifestation of current totalitarianism, which spreads not only on the sphere of politics but also on the area of culture. The paper analyses Russian corporate culture in its infancy: from the 1990th to 2010th. Particular focus is made on corporate rituals as soon as it's them which are controlling tools of management towards office plankton. Personal messages, founded in various Internet forums are taken as a source base. Participants of those forums present and comment some manifestations of corporate fascism, which they faced personally. Spelling and style of message are kept unchanged.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Тоталитаризм, корпоративная культура, корпоративные ритуалы.

KEY WORDS. Totalitarianism, corporate culture, corporate rituals.

В последние годы наблюдается волна интереса к феномену корпоративной культуры. Согласно исследованиям, проведенным клубом экспертов «HR Digest», почти 80% опрошенных россиян считают, что «корпоративная культура» — это рабочее понятие в практике управления бизнесом [1]. Та легкость, с которой корпоративная культура принимает форму тоталитаризма, заставляет обратить на нее более пристальное внимание.

Традиционной сферой применения понятия «тоталитаризм» является политология. Анализируя теории тоталитаризма можно выделить его наиболее характерные черты, на которые мы и будем опираться при доказательстве тоталитарного характера современной корпоративной культуры. Такими общими, для всех форм тоталитаризма, чертами являются:

1. Высокая концентрация власти. Актуальными становятся проблемы: власть и народ в борьбе против внутренних и внешних врагов, власть и народ — против враждебного внешнего окружения.

2. Идеологизация всей жизни общества. Идеология включает серию мифов, которые отражают силу магических символов.

3. Существование отработанной системы всеобщего контроля над поведением людей.

4. Тоталитарные режимы функционируют в соответствии с принципом — «запрещено все, кроме того, что приказано властью».

5. Формирование особого, авторитарного, типа личности. Ее характерными чертами являются: привычка к подчинению, нетерпимость к инакомыслию.

Интересной, с точки зрения возможности вывода понятий «тоталитаризм» и «тоталитарный» за пределы политологии, стала теория австрийского экономиста Фридриха Августа фон Хайека [2]. Ученый предлагает теоретическую связку: человек с идеалами → общество, жизнь которого этот руководитель с устремлениями желает организовать по единому плану → и экономическая основа. Таким образом, тоталитаризм приобретает экономические характеристики, что приближает нас к понятию «корпоративная культура», поскольку именно экономика является одной из причин ее появления и существования. Чтобы подчеркнуть это сходство, в теории Хайека мы заменим термин «государство» на более обтекаемый — «руководство».

Процесс управления разворачивается с железной последовательностью по единому всеобъемлющему плану. Он подразумевает, что руководство вовлекается в решение необозримого множества частных технических проблем. Очень скоро демократические процедуры оказываются неработоспособными. План устанавливает иерархию четко определенных целей, и концентрация власти выступает необходимым условием их достижения. Юридические и этические нормы сменяются конкретными предписаниями и инструкциями, верховенство права — верховенством власти.

Важно, с нашей точки зрения, и то, что Хайек отмечает несовместимость «царства целесообразности» с абсолютными этическими нормами: нравственным признается все, что служит достижению целей, независимо от того, к каким средствам и методам приходится для этого прибегать. Но так как органы руководства физически не в состоянии издавать приказы по каждому ничтожному поводу, образующиеся пустоты заполняются квази-принципами квази-морали. «Квази» — потому что она предназначается для нижестоящих и ее можно перекраивать в соответствии с изменившимися условиями.

План содержит в себе систему предпочтений и приоритетов: он определяет, что нужно, а что не нужно, кто полезен, а кто бесполезен. Устанавливая неравноценность людей и их потребностей, план, по сути, вводит дискриминацию, перечеркивающую формальное равенство всех перед законом: то, что по плану разрешено одним, оказывается запрещено другим. При отсутствии системы

нравственных ограничений вступает в действие механизм «обратного отбора»: выживают и оказываются наверху «худшие», т.е., кто полностью свободен от бремени нравственных привычек и, не колеблясь, решается на самые грязные дела.

Понятие «корпоративная культура» вошло в обиход развитых стран в двадцатые годы прошлого века. Корпоративная культура выполняет функции адаптации организации к окружающей среде и идентификации ее сотрудников. В этом смысле, говоря о корпоративной культуре, мы будем вести речь о совокупности поведений, символов, ритуалов и мифов, которые соответствуют разделяемым ценностям, присущим предприятию.

Одной из базовых функций корпоративной культуры является формирование «чувства сопричастности» через совокупность ценностей, норм и традиций, формирующих у работников чувство «общей судьбы».

Формирование чувства сопричастности появляется в следующих действиях:

1. Формирование и поддержание имиджа и системы ценностей организации через артефакты, миссию, историю, традиции.

2. Воспитание сотрудников в духе преданности организации. Корпоративная культура стремится к стабильности и, следовательно, к своему некритичному восприятию, которое должно разделяться большинством сотрудников.

3. Формирование и контроль форм поведения, характерных для данной организации. Механизмы действия корпоративной культуры «отбраковывают» стили поведения, не отвечающие ее содержанию.

Именно функция формирования чувства сопричастности является одной из важных причин проявления тоталитаризма в корпоративной культуре. К базовым потребностям человека относится стремление принадлежать к какой-либо группе. В современной культуре, с ее религиозной и социально-иерархической размытостью, эта потребность реализуется индивидом через собственный поиск. Следовательно, найденная группа приобретает в сознании человека особую ценность, и он готов ради ощущения сопричастности (тем более, если это ощущение подкрепляется ритуальными действиями и экономическим поощрением) мириться с ограничением личной свободы.

В культуре XX в. появляется такой феномен, как массовое общество, т.е. общество нивелирующее личность человека, подгоняющее его под свои потребности. Массовое общество порождает массовую культуру, претендующую, в своей массовости, на тотальность. Характеристиками массовой культуры можно считать склонность к идолизации, отсутствие собственного мнения, стремление создавать и принимать ложные мифы [3]. Сравнивая эти характеристики с характеристиками тоталитаризма, мы можем наблюдать их значительное сходство. Массовая культура тотальна и передает это свойство своим элементам, в том числе и корпоративной культуре. Корпоративная культура охватывает практически все области человеческой активности, начиная с этикета и заканчивая досугом работников. Воля руководителя и благоприятные условия способны трансформировать тотальность в тоталитарность.

Первый признак тоталитарной компании — усиленная идеологическая обработка персонала, построенная по принципам политической пропаганды и религиозной проповеди, в которой, зачастую, используются мифологемы типа: звездные люди, святой дух и т.д. А так же заучивание наизусть корпоративных гимнов, клятв и миссий.

По своей сути и корпоративная клятва, и корпоративный гимн это особая форма ритуала, т.е. повторяющегося действия, процедуры, имеющего символическое значение. Прикладной смысл ритуала в том, что он оказывает эмоциональное воздействие на участников, влияет на их бессознательное, формирует ощущение единства, т.е. задает психологическое состояние, как отдельных участников, так и всей организации в целом. Суть ритуалов и организационных символов в трансляции традиций, ценностей и одобряемых состояний.

Корпоративный гимн — это песенное произведение, используемое компанией, он позволяет внести в корпоративные события эмоциональный и идеологический заряд, влияющий на формирование мыслей и настроений коллектива [4]. Исполняется на официальных мероприятиях, но некоторые фирмы корпоративным гимном начинают и заканчивают каждый рабочий день.

Поскольку корпоративная культура является частью культуры массовой, она опирается на широкий образно-символический контекст, создаваемый коммерческим искусством. В текст корпоративных гимнов авторы «встраивают» знакомые потенциальным исполнителям образы и символы. Возьмем для примера отрывок текста Гимна к десятилетию общероссийской сети «Консультант-Плюс» [5]:

Хотя мы и не ангелы, а просто консультанты,
Святой корпоративный дух объединяет нас!

В тексте этого гимна можно проследить тенденцию, общую для многих корпоративных культур — стремление к сакрализации статуса Корпорации, а причастность к Корпорации расценивается как символ избранности.

Принудительный тимбилдинг, обязательное посещение тренингов и семинаров — еще один повод для обвинения фирмы в тоталитарных замашках.

Одним из увлечений работодателей является онтопсихология (основатель — итальянец А. Менегетти). Курсы онтопсихологии посещают руководители и наиболее перспективные сотрудники, направляемые на занятия, как правило, в приказном порядке. «Согласно учению Менегетти, лидер не только имеет право быть безразличным ко всем: подчиненным, клиентам, бизнес-партнерам, но даже к жене с ребенком. Если хоть что-то (или кто-то) начинает мешать лидеру на его пути, оно должно быть отброшено без жалости. Это уж совсем напоминает тоталитарную секту, стремящуюся вырвать человека из его жизненного окружения» [6].

Все перечисленные положения являются составными частями вполне деструктивного мировоззрения, к принятию которого работодатели склоняют своих подчиненных. Жена одного из сотрудников екатеринбургской фирмы, где пропагандируется онтопсихология, рассказывает: «У меня муж постоянно ходил на тренинги. Он стал похож на зомби, и в итоге он бросил нас (меня и маленького сына), так как мы ему мешали, как он выразился, «зарабатывать деньги». Он говорил, что бизнес у него на первом месте, а мы на втором».

Фактически, мы заявляем о склонности корпоративной культуры формировать диспозицию «свой — чужие». Но если под термином «чужие» понимается не просто «человека со стороны», а врага, корпоративная культура вступает на путь тоталитаризма. В 2004 г. в интернет попали корпоративные заповеди, использовавшиеся в компании «Пятерочка». Вот некоторые выдержки из них: «...Большую часть времени в своей жизни мы проводим на работе либо с мыс-

лями о работе. Мы избраны для реализации этой великой Цели. Мы обладаем уникальным инструментом — Пирамидой соответствия. Враги постоянно пытаются разрушить Пирамиду соответствия. Быть готовым к защите — объективная необходимость».

Некоторые работодатели устраивают оруэлловские «пятиминутки ненависти» к конкурентам. Несколько лет назад в интернете получила распространение любительская видеозапись, на которой служащие некоей компании, стоя с поднятыми вверх руками и в состоянии, похожем на религиозный экстаз, скандируют: «Евросеть» — отстой, «Связной» — супер!».

Тотальная слежка за каждым действием работника — визитная карточка тоталитарной компании, вызывающая, пожалуй, наибольшее раздражение персонала. Спецотдел читает электронные письма, анализирует интернет-трафик, служба безопасности оборудует помещения жучками и камерами наблюдения. По данным исследований, проведенных специалистами портала Superjob, 28% российских работодателей отслеживают переписку сотрудников по корпоративной почте. Перлюстрацией электронных писем занимаются в 49% компаний, из них 7% работодателей отслеживают переписку по интернет-мессенджерам, 3% — по Skype [7].

Согласно Конституции РФ каждый из нас имеет право на неприкосновенность частной жизни. Информацию о ней нельзя собирать, хранить, использовать и распространять без согласия человека. Но многие руководители считают, что ничего личного на работе быть не может. Поэтому, устанавливая камеры в офисах, они часто не спрашивают согласия сотрудников, да и вообще не ставят их в известность о видеонаблюдении. Специалисты обращают внимание на то, что за последний год объем заказов на установку систем видеонаблюдения от частных фирм и компаний значительно вырос.

Возникает вполне закономерный вопрос: почему офисные работники готовы мириться с тем, что работодатель априори подозревает их во всех смертных грехах и тотально контролирует их жизнь? Анализируя данные интернет-форумов, мы пришли к выводу, что самым распространенным объяснением этого феномена является большая зарплата. Квази-мораль, о которой говорил Ф. Хайек, позволяет предпочесть достаток, стабильность или деловую репутацию фирмы личной свободе. Так одна из посетительниц форумов искренне втолковывает: «Главное — знать, чего не нужно делать, чтобы не потерять хлеб насущный».

Но подготовке шокирующее объяснение было дано продавцом-консультантом Дмитрием: «В компании, где я трудился, было принято выборочно проверять сотрудников — в течение всего дня за одним человеком скрытно наблюдали с применением всех способов — камеры, прослушка, смотрели что происходит в компьютере, и ничего — сначала шокировало потом все как то привыкли».

При написании данной статьи мы столкнулись с еще одним фактом: большинство сообщений, касающихся проблем тоталитарной корпоративной культуры, датировано 2000-2007 годами. Хотя в личных разговорах мы постоянно слышали жалобы на бесконтрольное притеснение со стороны начальства в разных организациях. Объяснение этого «нонсенса» лежит в русле все той же тоталитарной корпоративной культуры. В последнее несколько лет в России появилась традиция увольнять сотрудников компаний, которые чересчур

откровенничают в виртуальном мире о своей работе и обсуждают начальство. Относительная прозрачность Интернета позволяет работодателям легко обнаруживать «болтунов». «Я работал в одном из крупных сетевых СМИ, — рассказывает журналист Сергей Суранов. — Нам задерживали зарплату, и сотрудник нашего издания проболтался об этом в Интернете. Его тут же вычислила служба безопасности, и парень был мгновенно уволен» [8].

Некоторые руководители, не желая ограничиваться отделами безопасности, формируют в своих фирмах целые разветвленные сети «добровольных помощников». Так «офисная власть» стремится проникнуть во все поры жизни «офисного общества». В тоталитарной корпоративной культуре моральная сторона доноса не рассматривается ни начальством, ни подчиненными как серьезный вопрос. Во многих американских и западноевропейских компаниях разработаны формы докладов начальнику о замеченных нарушениях. Как сказал один сотрудник иностранной компании: «Я не «стучу» — я знаю формы доклада».

Российский бизнес постепенно перенимает зарубежный опыт по внедрению системы внутрикорпоративных доносов. Работодатель может сознательно подталкивать своих сотрудников к доносительству. Система мотивации сотрудников строится таким образом, чтобы человеку было выгодно стучать. Сергей, программист: «Я долго работал в одной компании, где «стук» был нормой жизни. Если ты вовремя не настучишь (не доложишь), то будешь оштрафован!».

Важным признаком тоталитарности корпоративной культуры является наличие в ней системы табу. Было бы глупо рассматривать все существующие в корпоративной культуре запреты как проявление тоталитаризма. Любая фирма, чтобы успешно существовать и развиваться, должна использовать не только систему поощрений, но и систему санкций. Однако, часто руководство корпорации начинает проводить в жизнь принцип: «запрещено все, кроме того, что приказано руководством».

Одним из самых распространенных табу является дресс-код. Одетые в деловые костюмы сотрудники фирм вызывают уважение клиентов. Но иногда работодатели рассматривают одежду как проявление преданности компании. Валерий, системный администратор: «Нам в конторе запрещено носить красный цвет. Особо строго карается сочетание красного с белым. Дело в том, что эти два тона — главные корпоративные цвета нашего основного конкурента. Верхом преданности считается одеваться в одежду шоколадных и бежевых тонов — цвета нашей компании». Поражает абсурдность некоторых запретов. Анна, офис-менеджер: «... в фирме требовался не просто костюм. Блузки должны были быть... в одной цветовой гамме с приемной».

Подобные ситуации можно было бы рассматривать как милые недоразумения, если бы за них не штрафовали и не увольняли. Как показал опрос, проведенный Исследовательским центром рекрутингового портала SuperJob.ru среди 1000 респондентов из семи округов страны, работники офисов сталкиваются с запретами, которые можно сравнить с приемом на работу по знаку зодиака. К примеру, запрет открывать жалюзи «так как в таком состоянии они, согласно фэн-шуй, могут «зарезать» жизненную энергию».

Большинство известных тоталитарных культур искали врага в образе представителей тех или иных национальностей. Сегодня люди «неправильной» национальности — *persona non grata* во многих компаниях. «Мы не берем на

работу мигрантов, — говорит Михаил, специалист отдела кадров одной из компаний. — Наш гендиректор относится к ним с презрением и часто говорит: «Чтобы никаких приезжих в компании не было!».

Табу на физические и социально-демографические признаки (отказ принимать на работу людей нежелательного возраста, пола, сексуальной ориентации и т.п.), пропагандируемые в некоторых корпорациях, призваны защитить придуманный компаниями идеальный образ сотрудника. Основные черты этого идеала — молодость и физическое здоровье. В некоторых фирмах работники отделов кадров признались, что не берут на работу полных сотрудников, поскольку «полнота — признак нездоровья» [9].

Если корпоративная культура имеет тенденции стать тоталитарной, она не ограничивается только стремлением контролировать рабочее время человека. У работодателя появляется соблазн вмешиваться в жизнь подчиненных «по собственному желанию». Как выяснил HeadHunter, для большинства людей корпоративная «обязаловка» самое страшное, что может случиться на работе [10]. Менеджер Мария: «У нас практикуются обязательные корпоративы посреди недели за городом до 11 вечера минимум (уехать нельзя!), а чаще и до 3-4 утра (при этом работу на следующий день в 10 никто не отменял)».

Таким образом, в погоне за 100%-ной лояльностью персонала и защищенностью, многие организации превращаются в подобие тоталитарных сект. Сами работники используют более жесткое выражение: «корпоративный фашизм». Это тоталитаризм, при котором начальство переступает не только моральные, но и правовые рамки. Нравственным и признается все, что служит, поставленным руководством, целям. Размывается и исчезает защищенность сферы частной жизни. Несогласие с правилами становится несогласием с руководством. Наступает смерть свободы слова и мысли. Формируется новый корпоративный человек — человек, которому причастность к коллективу заменяет совесть.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Роль командообразования в формировании корпоративной культуры компании // Корпоративная культура современного российского бизнеса: материалы круглого стола журнала HR Digest. 25.11.2005. URL: <http://www.teamsystems.ru/news/34/> (дата обращения: 12.06.2013).
2. Хайек Ф.А. Дорога к рабству. М.: Экономика, 1992. 176 с.
3. Сыров В.Н., Поправко Н.В. Генезис массового сознания // Социологический журнал. 1998. № 1/2. С. 66-78.
4. Гимн. Литературная энциклопедия. Академик. Словари и энциклопедии на академике. URL: http://dic/academic.ru/dic.nsf/enc_literature/1322 (дата обращения: 24.05.2013).
5. Корпоративные гимны: форум Behigh.org. 02.05.2010. URL: <http://www.behigh.org/inv/index.php?showtopic=58774> (дата обращения: 29.05.2013).
6. Кириллова К. Корпоративная культура или психологическое насилие? URL: http://www.sektoved.ru/articles.php?art_id=54 (дата обращения: 29.05.2013).
7. Работу сотрудников отслеживают более четверти работодателей. Исследовательский центр портала SuperJob.ru. 11.09.2009. URL: http://www.superjob.ru/community/otdel_kadrov/36972/ (дата обращения: 12.06.2013).
8. Берсенева А., Богомолов А. Интернет как улика // Новые известия. 05.05. 2005. URL: <http://www.newizv.ru/accidents/2005-05-05/23947-internet-kak-ulika.html> (дата обращения: 24.05.2013).

9. Лисицин Д. Корпоративные страшилки // Секрет фирмы. 2007. № 3 (186).
10. Мода на тимбилдинг. URL: <http://planetahr.ru/publication/3158> (дата обращения: 12.06.2013).

REFERENCES

1. Role of teambuilding in a company corporate culture forming // *Korporativnaja kul'tura sovremennogo rossijskogo biznesa: materialy kruglogo stola zhurnala HR Digest. 25.11.2005.* (Corporate culture of modern Russian business: proceedings of a round table conference of the HR Digest. 25.11.2005). URL: <http://www.teamsystems.ru/news/34/> (accessed 12.06.2013).
2. Hayek, F.A. *Doroga k rabstvu* [The Road to Serfdom]. Moscow, 1992. 176 p. (in Russian).
3. Syrov, V.N., Popravko, N.V. Genesis of Mass Consciousness. *Sociologicheskij zhurnal — Sociological Journal*. 1998. № 1/2. Pp. 66-78. (in Russian).
4. Гимн. Literary Encyclopedia. Academician. Dictionaries and Encyclopedias on Academician. URL: http://dic/academic.ru/dic.nsf/enc__literature/1322 (accessed 24.05.2013).
5. Corporate Hymns: Forum Behigh.org. 02.05.2010. URL: <http://www.behigh.org/inv/index.php?showtopic=58774> (accessed 29.05.2013).
6. Kirillova, K. Corporate Culture or Mental Violence? URL: http://www.sektoved.ru/articles.php?art__id=54 (access data: 29.05.2013).
7. Work of Employees is Followed-up by More than a Quarter of Employers. Research Centre of portal SuperJob.ru. 11.09.2009. URL: http://www.superjob.ru/community/otdel_kadrov/36972/ (accessed 12.06.2013).
8. Berseneva, A., Bogomolov, A. The Internet as a Clue. *Novye izvestija — New Izvestiya*. 05.05. 2005. URL: <http://www.newizv.ru/accidents/2005-05-05/23947-internet-kak-ulika.html> (accessed 24.05.2013).
9. Lisicin, D. Corporate Chilliers. *Sekret firmy — Firm Secrets*. 2007. № 3 (186). (in Russian).
10. The Vogue of Teambuilding. URL: <http://planetahr.ru/publication/3158> (accessed 12.06.2013).