

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ Г. С. СКОВОРОДИ**

ДМИТРЕНКО Марія Йосипівна



УДК: 130.2 (1-73) "19/20"

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА У КОНСТЕЛЯЦІЯХ ПІЗНЬОГО
МОДЕРНУ: ФІЛОСОФСЬКО-АНТРОПОЛОГІЧНІ ЕКСПЛОРАЦІЇ**

**Спеціальність 09.00.04 – філософська антропологія,
філософія культури**

**АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філософських наук**

Харків – 2014

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант: доктор філософських наук, професор
КОРАБЛЬОВА Надія Степанівна,
Харківський національний університет імені
В. Н. Каразіна, професор кафедри практичної
філософії.

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, професор
ЗАГОРОДНЮК Валерій Петрович,
Інститут філософії НАН України імені
Г.С. Сковороди, провідний науковий
співробітник відділу філософської
антропології;

доктор філософських наук, професор
ЧМІЛЬ Ганна Павлівна,
Інститут культурології НАМ України,
завідувач відділу культури і міжнародних
зв'язків;

доктор філософських наук, професор
КУЗЬ Олег Миколайович, Харківський
національний економічний університет імені
Семена Кузнеця, завідувач кафедри філософії
та політології.

Захист відбудеться «28» квітня 2014 року о 14.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.053.07 у Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди за адресою: 61002, м. Харків, вул. Артема, 29, зала засідань.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди за адресою: 61161, м. Харків, вул. Блюхера, 2, ауд. № 215-В.

Автореферат розісланий «26» березня 2014 року

Вчений секретар спеціалізованої вченої
ради доктор філософських наук,
професор



М.В. Триняк

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Корпоративна культура є невід'ємною складовою сучасного суспільного і культурного життя. Її вплив на самовизначення і саморозуміння людини значно посилюється через розвиток інформаційних технологій і притаманних їм антропотехнік. Усе це актуалізує розгляд корпоративної культури у філософсько-антропологічній площині. Така оптика дозволяє розсунути горизонти досягнення 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, який відповідає запитам активного і мобільного суспільства. Загальнокультурні зрушення, що відбуваються внаслідок суспільних трансформацій постіндустріального зразка, глобалізація світу праці, відбиваються на корпоративній культурі, активізують її людинотворчий потенціал. Отже, розгляд пізньомодерних - трансформацій і репрезентацій корпоративної культури, дослідження її коеволюції зі світом праці сприятимуть розумінню соціо- і психогенетичних тенденцій сучасного етапу цивілізаційного процесу.

Розв'язання окресленого кола проблем належить до числа актуальних завдань сучасної філософської антропології, що виступає методологічною основою міждисциплінарних досліджень соціокультурних синтезів, до яких належить корпоративна культура.

Особливо актуальним дослідження корпоративної культури в окресленій площині є для країн із соціалістичним минулим, де корпоративна культура фактично була зруйнована уніфікованою «культурою соціалістичної праці» та домодерними організаційними формами нелегальної праці так званих цеховиків. Подолання цього спадку є важливою передумовою духовного оновлення таких суспільств, до яких належить також й Україна. Реставрація домодерного типу корпоративності на пострадянському просторі нерідко супроводжується розбудовою корупційних схем, придушенням особистості. Прояснення культурно-антропологічного статусу корпоративної культури та шляхів її гуманізації сприятиме ствердженню європейських еталонів культури праці та культури свободи в Україні.

Тема дисертаційного дослідження є не менш актуальною на макрорівні теоретичної рефлексії. Корпоративна культура як специфічне культурне формоутворення протягом досить тривалого часу залишалась за межами філософської рефлексії і розглядалась здебільшого у соціологічній або культурологічній площині. Необхідність доповнення цих теоретичних розробок філософським аналізом не в останню чергу обумовлено зростанням ролі плюралізованих і, водночас, гомогенних культур у

структуруванні комунікативного простору на перехресті життєвого світу і світу праці. Усе це також можна вважати викликом для філософської антропології, яка прискореними темпами розширює своє проблемне поле, досліджуючи людину у цілісності того, що є разом з «культурою в культурі» та висуваючи через це домагання на статус «першої філософії» (Е. Тугендгат).

Ступінь розробленості проблеми. Тема дисертації передбачає таке широке застосування теоретичних розробок, присвячених розширенню філософсько-антропологічних узагальнень у міждисциплінарних дослідженнях людиновимірності «культур у культурі». Це праці А. Гелена, Г. Плеснера, Е. Тугендгата, Н. Хамітова. Зважаючи на цей момент, важливим ресурсом даного дослідження стали теоретичні та емпіричні дослідження феномену корпоративної культури у культурологічних, соціологічних, психолого-педагогічних працях та у роботах з теорії управління.

Поняття, специфіка і структура корпоративної культури як культурного формоутворення, а також аналіз її компонентів розкриті у роботах М. Вебера, Е. Дюркгейма, А. Кребера, К. Клакхона, Р. Холла та ін., на ідеї і методологічні засади яких спирається це дослідження.

Істотний внесок у дослідження становлення поняття «корпоративна культура» зробили І. Ансофф, М. Армстронг, Б. Карлоф, К. Камерон, Ф. Котлер, А. Маслоу, Р. Рюттенгер, К. Томпсон та ін.

Слід зазначити, що змістовний і функціональний аспект формалізованої корпоративної культури традиційно розглядається у річизі управлінської проблематики (засновник Е. Шейн). Культурно-антропологічний підхід щодо проблем становлення і розвитку організаційної культури поданий у роботах таких зарубіжних авторів, як Р. Акофф, А. Гелен, Р. Кілман, А. Кеннеді, З. Кракауер, Р. Куїнн, Дж. Ньюстром, У. Оучі, Т. Пітерс, П. Робінс, Л. Смірнич, Г. Хофстеде та ін.

До недавнього часу проблематика корпоративної культури розглядалася російськими та вітчизняними вченими лише у руслі управлінських реалій економічної та частково соціальної сфер життєдіяльності суспільства. Вагомий внесок у розробку цього аспекта корпоративної культури зробили С. Абрамова, А. Асаул, М. Баб'як, Т. Базаров, О. Віханський, І. Грошев, Е. Капітонов, В. Козлов, А. Колот, І. Костенчук, Ю. Красовський, Б. Мільнер, В. Маслов, Н. Могутнова, Ю. Палеа, А. Погодіна, Т. Перськова, А. Пригожин, А. Радугін, Л. Скібіцька, Т. Соломанідіна, В. Співак, Г. Чайка, Е. Черних та ін.

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 напрацювання 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.

Важливе значення для розробки теми дисертаційного дослідження мали методологічні програми представників Київської світоглядно-антропологічної школи, започаткованої В. Шинкаруком, де культура розглядається у її екзистенціально-антропологічному вимірі. Провідними представниками цієї школи є І. Бичко, В. Іванов, В. Загороднюк, Н. Корабльова, С. Кримський, В. Табачковський, Н. Хамітов, Г. Чміль та ін. У роботах О. Кузя, Т. Розової, М. Розумного, О. Ременець наведено ґрунтовний аналіз громадянського суспільства, що є значущим для досягнення корпоративної культури у відкритому суспільстві. Здійснений Н. Хамітовим аналіз внутрішньої самотності та внутрішньої комунікації, усвідомлення культури як феномену граничного буття людини розкриває нові можливості концептуалізації феномену корпоративної культури у координатах проекту метаантропології. У рамках цього проекту для досягнення критеріїв конструктивності та ефективності корпоративної культури продуктивною є концепція краси вчинків і стосунків, запропонована С. Криловою, а також її дослідження креативності як феномену культури; усвідомлення специфіки корпоративної культури у сучасному місті зумовлює звернення до аналізу людського буття у структурі мегаполісу, який здійснює Ю. Легенький.

Проте залишається не дослідженою корпоративна культура у констеляціях пізнього Модерну та у постмодерних контекстах. Це і зумовило вибір теми дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано на кафедрі філософії Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди у рамках комплексної теми наукових досліджень Інституту вищої освіти НАПН України та Центру філософії освіти ХНПУ імені Г. С. Сковороди – «Філософські засади трансформації вищої освіти в Україні на початку XXI століття» (0103U000960, № 44 від 06 березня 2003 року) та комплексної теми кафедри філософії ХНПУ імені Г. С. Сковороди «Філософія освіти і духовне оновлення українського суспільства» (0111U006439 від 26.05.2011р.)

Мета і завдання дослідження. Актуальність теми дослідження та рівень її розробленості зумовили мету дисертаційної роботи, а саме: на основі авторської методологічної програми розкрити антропологічне підґрунтя корпоративної культури та проаналізувати її функціональний потенціал й особливості репрезентації у констеляціях пізнього Модерну.

Загальна мета дослідження конкретизується у таких завданнях:

- здійснити аналіз методологічного досвіду дослідження корпоративної культури;
- розробити антропологічно орієнтовану метатеорію корпоративної культури;
- з'ясувати особливості культурного простору на перетині життєвого світу і світу культури;
- виявити історичні прообрази корпоративної культури та їхні антропологічні обґрунтування;
- простежити тенденції становлення корпоративної культури індустріального зразка;
- розкрити особливості життєвого світу службовців у різних соціокультурних констеляціях;
- обґрунтувати перспективу гуманізації корпоративної культури у контекстах сучасності та постсучасності;
- проаналізувати функціональний потенціал сучасної корпоративної культури;
- обґрунтувати людиновимірність корпоративної культури;
- розкрити вплив глобалізації та корпоративну культуру;
- обґрунтувати можливості адаптації корпоративної культури до викликів мультикультуралізму;
- дослідити постмодерні модифікації корпоративної культури;
- проаналізувати морально-етичну складову корпоративної культури, її вплив на духовні основи суспільного життя та на самореалізацію людини.

Об'єкт дослідження – корпоративна культура у множинності її репрезентацій і практик.

Предмет дослідження – антропологічний вимір корпоративної культури у констеляціях пізнього Модерну.

Методи дослідження. Методологія дисертаційного дослідження у цілому спирається на методи міждисциплінарного дослідження, історичної компаративістики, антропологічної редукції та антропологічної інтерпретації. Розробка антропологічно орієнтованої метатеорії корпоративної культури потребувала застосування феноменологічного методу, а також історико-генетичного та методології історичної компаративістики. Функціональний потенціал корпоративної культури розкривається через застосування структурно-функціонального методу та методології системно-теоретичного аналізу Н. Лумана, а також методологія трансцендентальної прагматики, які дозволили розглянути корпоративну культуру як комунікативний процес з конкуруючими стратегіями репресивної та емансипаторної комунікації. Особливе значення для цього дослідження мав герменевтичний метод, який дозволив розглянути семантику смислів

корпоративної культури, що породжуються її автопоезісом, а також біографічний метод.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні на засадах авторської методологічної програми нового напрямку культурно-антропологічних досліджень, а саме: філософсько-антропологічної рефлексії локалізованих культурних форм і спільнот у світі праці. Запропонована філософсько-антропологічну концептуалізацію корпоративної культури як культурного формоутворення на перетині світу праці і життєвого світу.

Вперше:

- здійснено концептуалізацію корпоративної культури як ускладненого культурного формоутворення. З одного боку – це культура в культурі, яка визначається загальними культурними тенденціями і ціннісними орієнтаціями, з іншого, - це культура життєдіяльності специфічної цілісної культурної спільноти, що конститується у просторі робочого часу і періодично виходить за його межі, колонізуючи простір вільного часу через механізми організації корпоративного дозвілля за допомогою процедур самоспостереження і самоопису;

- запропоновано антропологічно орієнтовану метатеорію корпоративної культури як соціокультурної форми життєдіяльності співробітників та керівного складу, яка може формуватись автоматично або цілеспрямовано, керуючись логікою ситуації, логікою селекції та логікою агрегації;

- обґрунтовано методологічну значущість розрізнення між різними рівнями репрезентацій корпоративної культури: на макрорівні вона є теорією культурної організації і самоорганізації у рамкових умовах можливого спільного світу. На мезорівні корпоративна культура конкретизується через свої власні множинні репрезентації, смисли яких закріплюються відповідними традиціями та ритуалами. На мікрорівні корпоративна культура трансформує індивіда в співробітника з відповідним габітусом;

- доведено, що корпоративна культура є феноменом пізнього Модерну і обернутою формою життєдіяльності організованого капіталізму (Ю. Габермас, К. Офф), здатною репродукуватися та як корпоративна або транскорпоративна традиції;

- виявлено екзистенціальний та інструментально-прагматичний виміри корпоративної культури, обґрунтовано, що співвідношення між їхніми смислами визначає як стиль цієї культури, так і її загальну людинотворчу інтенціональність, яка може бути стратегією розвитку або стратегією культурного розвитку;

- розкрито амбівалентність функціонального потенціалу корпоративної культури та її антротехнік у площині активної-креативної та пасивно-примусової адаптації, обґрунтовано небезпеку перетворення її

на примусову практику;

- встановлено відмінність між відкритим і закритим способом існування корпоративної культури. Доведено, що у відкритій корпоративній культурі долається її капсулоподібність, а міметична раціональність доповнюється комунікативною;

- обґрунтовано необхідність встановлення меж вторгнення корпоративної культури у сферу приватного життя людини, показано, що репресивна корпоративна культура криє у собі небезпеки перетворення індивіда на одномірну людину, основними чеснотами якої стають комфортність, слухняність та підкорення;

- виявлено амбівалентну внутрішню логіку корпоративної культури, яка визначається взаємопереходом логіки сакралізації і логіки десакралізації. Перша домінує у сфері робочого часу, друга – у дозвіллі, де відбувається десакралізація ієрархічних структур корпоративної культури;

- проаналізовано культурно-антропологічні підвалини зв'язку сучасної корпоративної культури з її історичними прообразами, у ході якого виявлено тенденцію інтеріоризації певних патернів салонної культури, адаптованих до онтологічних рамкових умов корпоративної культури;

- з'ясовано внутрішній зв'язок плюралізованих корпоративних культур з розвитком культури демократії, яка легітимізує плюральну репрезентацію корпоративної культури, не обмежуючи її розвиток ззовні;

Набули подальшого розвитку:

- положення про активний характер корпоративної свідомості, яка задає матрицю корпоративної культури;

- теорія локальних точкоподібних криз К. Оппа, запропоновано вважати якісні параметри корпоративної культури у діагностиці таких криз;

- положення симетричної антропології Б. Латура про культурну гібридизацію, доведено, що корпоративна культура продукує гібридні формоутворення;

- комунікативний аспект корпоративної культури, яка, утворюючи мережу вертикальних та горизонтальних зв'язків, перетворюється на інтеркультурну комунікацію;

- етика відповідальності як принцип функціонування демократичної корпоративної культури.

Уточнено:

- розрізнення між філософсько-антропологічними концептуалізаціями трудового колективу та корпоративної спільноти. Перша ґрунтується переважно на засадах соціальної антропології, друга – на основі культурної антропології;

- різні способи авторитарної заданості у трудовому колективі та у корпоративній спільноті. Ното оесонімікус першої у корпоративній культурі повертається до образу homo faber, амбіції якого обмежуються

структурними рамками корпоративності;

- різні можливості конструювання рольової реальності корпоративної культури, моделі якої обумовлені її культурою свободи.

Поглиблено:

- розуміння міжпоколінної та екологічної справедливості, які в рамкових умовах корпоративної культури усвідомлюються не тільки як конкретне завдання, а й маніфестуються як вибір життєвої позиції;

- уявлення про людинотворчий потенціал корпоративної культури, яка удосконалює модерну антропотехніку тренування (П. Слотердайк);

- розуміння ризиків і небезпек, що походять із суворо регламентованої корпоративної культури, смислові коди якої перетворюються на ритуалізовані смисли, породжуючи ситуації відчуження;

- розуміння значення освіти і виховання для розбудови гуманістично орієнтованої корпоративної культури.

Практичне значення одержаних результатів досліджень визначається сукупністю положень, що виносяться на захист.

Результати дисертаційного дослідження сприятимуть ствердженню гуманістичної і соціально відповідальної корпоративної культури, її відкритості і прозорості, що є культурно-антропологічною передумовою профілактики корпоративних схем корупції і репресивних практик у самоорганізації світу праці, у розробці стратегій професійного та особистісного розвитку людини, проясненню її смисложиттєвих орієнтирів.

Матеріали дисертації можуть бути використаними у викладанні курсів філософської антропології, філософії культури, спецкурсів з теорії і практики управління.

Особистий внесок здобувача. Усі теоретичні положення і висновки у дисертації та наукових публікаціях зроблені автором одноосібно.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і висновки дисертації оприлюднені на міжнародних, всеукраїнських, регіональних наукових і науково-практичних конференціях, методологічних та науково-практичних семінарах. Серед них: семінар «Реформи середньої та вищої економічної освіти в Україні та Польщі». – Краків, Польща, 03-05 березня 2007 р.; II-га Міжнародна науково-практична конференція «Інтеграція України у Європейський та світовий фінансовий простір», Львівський інститут банківської справи, м. Львів, 31 травня - 01 червня 2007 р.; засідання Дискусійного клубу «Соціальна природа грошей», Університет банківської справи НБУ, м. Київ, 07 листопада 2007 р.; Всеукраїнська науково-практична конференція «Стратегічний кадровий менеджмент у контексті формування громадянського суспільства», Центральний інститут післядипломної педагогічної освіти АПН України, м. Київ, 06-07 грудня 2007 р.; IV-та Міжнародна конференція «Сучасна картина світу: інтеграція

наукового та позанаукового знання», ДВНЗ «Українська академія банківської справи», м. Суми, 13-14 грудня 2007 р.; Круглий стіл: «Корпоративна соціальна відповідальність», Університет банківської справи НБУ, м. Київ, 12 березня 2008 р.; IX-та Міжнародна науково-практична конференція «Людина, культура, техніка в новому тисячолітті», Харківський авіаційний інститут, м. Харків, 22-23 квітня 2008 р.; III-тя Міжнародна науково-практична конференція «Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків», Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Черкаси, 25-26 вересня 2008 р.; дискусійний клуб «Фінансова цивілізація: загрози, виклики, перспективи», Університет банківської справи Національного банку України, м. Київ, 20 листопада 2008 р.; X-та Міжнародна науково-практична конференція «Людина, культура, техніка в новому тисячолітті», Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», м. Харків, 10-13 вересня 2009 р. IV-та Міжнародна науково-практична конференція «Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків», Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Черкаси, 15-16 жовтня 2009 р.; семінар УБС НБУ «Запровадження курсу «Корпоративна соціальна відповідальність» як інноваційний підхід у підготовці фахівців економічного профілю», МОН України, Академія педагогічних наук України, Компанія «Виставковий світ», Київський палац дітей та юнацтва, м. Київ, 02-04 грудня 2009 р.; установчі збори Українського філософсько-економічного наукового товариства, Університет банківської справи НБУ, м. Київ, 26 березня 2010 р.; літній інститут УАРМБО-2010 «Технологія і методи викладання дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу» за підтримки Мережі Глобального договору ООН в Україні, Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, м. Черкаси, 04-10 липня 2010 р.; XI-та Міжнародна науково-практична конференція «Людина, культура, техніка в новому тисячолітті», Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», м. Харків, 09-11 вересня 2010 р.; V-та Міжнародна науково-практична конференція «Банківська система України в умовах глобалізації фінансових ринків», Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Черкаси, 14-15 жовтня 2010 р.; XV-та Міжнародна науково-практична конференція «Фінанси України», Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара, м. Дніпропетровськ, 08-09 квітня 2011 р.; Міжнародна науково-практична конференція «Філософські виміри сучасної соціальної реальності», Донецький національний університет, м. Донецьк, 14-16 квітня 2011 р.; Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури», Інститут економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів, 19-21 травня 2011 р.; V-та Міжнародна науково-практична конференція «Банківська система України в умовах глобалізації фінансо-

вих ринків», Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Черкаси, 19-21 жовтня 2011 р.; Всеукраїнська науково-теоретична конференція «Філософія в умовах сучасних соціокультурних викликів», Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького м. Черкаси, 11-12 жовтня 2012 р.; постійно діючий семінар «Соціально-політичні та морально-етичні аспекти управлінської та підприємницької діяльності», Черкаський інститут банківської справи УБС НБУ, м. Черкаси; Міжнародний науково-практичний симпозіум: «Про перспективи наукового співробітництва Всеукраїнської асоціації політичної економії, Міжнародної асоціації інституційних досліджень та Українського філософсько-економічного наукового товариства», м. Черкаси, 21-22 жовтня 2013 р.; IV-та Міжнародна наукова конференція «Нові виміри духовності на початку XXI століття». Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України» м. Суми, 29-30 листопада 2013 року.

Публікації. Головні положення та результати дисертації представлені в двох одноосібних монографіях «Корпоративна культура: тенденції розвитку і функціональний потенціал» (18 умов. друк. арк.); «Ділове спілкування: норми, принципи, стратегії» (6,5 умов. друк. арк.); у колективній монографії «Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність» розділ «Співвідношення моральних і духовних факторів у визначенні мети бізнесу» (2,3 умов. друк. арк.); у 22 статтях у фахових виданнях та у 18 інших наукових статтях і тезах доповідей у збірниках матеріалів міжнародних і всеукраїнських науково-теоретичних та науково-практичних конференцій (32,1 умов. друк. арк.)

Структура дисертації. Мета дослідження, його завдання та методологічні засади визначили структуру дисертації. Дисертація складається із вступу, 5 розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації – 410 сторінок машинопису. Обсяг основного тексту дисертації – 366 сторінок, список використаних джерел – 44 сторінок (список використаних джерел налічує 478 позицій, серед них 52 – іноземними мовами).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** дисертаційного дослідження обґрунтовано актуальність та необхідність звернення до обраної теми, розкрито мету та основні завдання, зазначено предмет та об'єкт дослідження, визначено наукову новизну, методологічні засади та джерельну базу дослідження, окреслено можливості теоретичного і практичного застосування, наведено дані про апробацію результатів, публікації і структуру роботи.

У першому розділі «Теоретико-методологічні стратегії дослідження корпоративної культури» наведено методологічну програму дослідження корпоративної культури у сучасних соціокультурних контекстах, розкриваються проблемні лінії у дослідженні функціонального потенціалу та особливостей репрезентації у констеляціях пізнього Модерну.

У підрозділі 1.1. «Феноменологічна перспектива дослідження корпоративної культури» на підставі феноменологічної редукції здійснюється з'ясування засадничих смислів поняття корпорація і корпоративна культура. На основі феноменологічної методології А. Шютца пропонується розгляд корпоративної культури як специфічного життєвого світу, де спільносвіт (Mitwelt) розглядається у модусах «Так-буття» (So-Sein) і «Як-буття» (Wie-Sein). Нову феноменологічну перспективу дослідження відкриває респонзивна феноменологія Б. Вальденфельса, методологічні настанови якої, зокрема топографія Чужого із розрізненням між Своїм та Чужим, поглиблюють розуміння онтоантропологічного статусу корпоративної культури через виділення семантик і встановлення меж корпоративної приналежності.

Аналізується феноменологічне поняття межі, методологічна значущість якого полягає у можливості обґрунтування формально-логічного підходу до феномену корпоративної культури як такої, абстрагуючись від її емпіричних множинних репрезентацій.

У підрозділі 1.2. «Корпоративна культура у дискурсі тілесності» розроблено методологічну програму дослідження корпоративної культури як певного типу локалізованого культурного формоутворення передбачає її розгляд як культурного тіла.

Напрямок таких досліджень був заданий А. Вебером, хоча модель тілесності у розгляді соціальних формоутворень на макрорівні була задана ще Т. Гоббсом (за моделлю Левіафана). Антропологічно і феноменологічно орієнтована методологічна програма сучасної соціології тіла (З. Бауман), дозволяє розглядати корпоративну культуру як тіло, пропонуючи варіативні можливості його механічної або органічної концептуалізації (механічна і органічна солідарність Дюркгейма). У першому випадку корпоративну культуру можна описати як капсулу. Фракталізація капсуло-подібних формоутворень взагалі притаманна урбаністичній культурі (Р. Сеннет). У дослідження взаємодій таких культурно замкнених на собі капсул нові перспективи відкриває реактуалізація монадологічного принципу Г. Ляйбніца, вчення якого в останні десятиліття переживає ренесанс як методологічний орієнтир концептуалізації проблеми єдності у множинності.

У підрозділі 1.3. «Постмарксистська методологія розгляду корпоративних культурних формоутворень» на основі постмарксистської методології здійснюється аналіз корпоративних культурних

формоутворень. У розробках представників Франкфуртської школи (М. Горкгаймер, Т. Адорно, Е. Фромм, В. Беньямін, З. Кракауер) аналізується культура міжлюдських взаємин в умовах нової організації виробництва і домінування урбаністичної культури. Переосмислюється проблематика відчуження, основними носіями якої проголошуються службовці (З. Кракауер).

Постмарксистська методологія дозволяє розглянути роль корпоративної свідомості у формуванні корпоративної культури, а також викрити ризики і небезпеки її інструментального застосування. Теорія організованого капіталізму (К. Офф, Ю. Габермас) дозволяє розкрити структурні умови можливості та необхідності умонтування (imbedding) корпоративної культури у світ праці та у життєвий світ.

У підрозділі 1.4. «Антропологічна редукція та антропологічна інтерпретація корпоративної культури» доведено, що антропологічні передумови і наслідки корпоративної культури не можна проаналізувати, не здійснивши процедури антропологічної редукції. Остання дозволяє розкрити низку смислів, які характеризують її якісні властивості як в об'єктиваціях, так і в суб'єктивних та інтерсуб'єктивних репрезентаціях. Антропологічна інтерпретація в свою чергу є експлікацією смислових зв'язків корпоративної культури, передумовою їх текстуального і контекстуального аналізу. Поєднання цих методів дозволяє здійснювати діагностику характеру та функціональної ефективності корпоративної культури, встановлювати рівень її гуманності.

У культурно-антропологічній та соціально-антропологічній перспективі принципового значення набувають розрізнення макро- мезо- та мікрорівнів корпоративної культури. На макрорівні корпоративна культура розглядається як специфічна субкультура у культурі пізнього Модерну, на мезорівні вона представлена своїми плюральними формо-утвореннями. На мікрорівні корпоративна культура репрезентується її носіями. Поширені емпіричні дослідження корпоративної культури в основному є біхевіоральними студіями з прагматичними настановами, підпорядкованими меті підвищення ефективності виробництва. Корпоративна культура тут зводиться до рівня культурної техніки. Філософсько-антропологічний аналіз, на відміну від цього підходу, саме як комплексна соціально-, культурно- і політично-антропологічна рефлексія, дозволяє замінити оптику підприємства та його інтересів на оптику людини та її місця в структурах світу праці.

У підрозділі 1.5. «Методологічні можливості структурно-функціонального та системно-теоретичного аналізу корпоративної культури» обґрунтовано, що у площині структурно-функціонального аналізу корпоративна культура розглядається у площині її функціональних можливостей як структурно визначений механізм управління життям підприємства або його підрозділів. Функції дисциплінування, дотриму-

вання порядку, координації зусиль спрямовуються на стабілізацію життєдіяльності організації. Дестабілізуючі функції корпоративної культури обумовлені її критичною саморефлексією, креативністю і здатністю до самоорганізації.

З позицій системно-теоретичного аналізу (Н. Луман) корпоративну культуру можна описати як комунікацію з власним автопоезісом та імунною системою. Саме тривалість автопоезису, за луманівською методологією, визначає життєздатність корпоративної культури: її існування припиняється разом із вичерпаністю смислів автопоезису.

У підрозділі 1.6. «Комунікативний поворот у дослідженні корпоративної культури» обґрунтовано, що сучасна комунікативна філософія у 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 усередині корпоративної культури, які роблять її відкритою для встановлення вертикальних і горизонтальних зв'язків.

У підрозділі 1.7. «Методологічні можливості аналізу корпоративної культури у постмодерністській філософії» аналізуються відмінності між модерною і постмодерною перспективою концептуалізації корпоративної культури, розкриваються наслідки плюралізації культур і стилів життя. Розхитування структури національних культур, вибіркові припинення культурних традицій, відсутність легітимуючого центру здійснення селекції їхніх збережених смислів впливає на самопрезентацію корпоративної культури у контекстах всіякості і вседозволеності. Міри якої встановлюються керівництвом компаній. Постмодерна лібералізація офісної культури призводить до розширення в ній простору для самореалізації людини, легітимації Іншості та Інших, розвитку критичного мислення і самокритики у груповій свідомості корпорації. Але усі ці теоретичні можливості, навіть за умов їх реалізації не залишаються структурно закріпленими і незмінними у наявних корпоративних культурах. Ситуація Постмодерну потенційно припускає сповзання культур і відповідно культурних технік до рівня домодерної культури. Зокрема, це знаходить прояв у коливаннях загальних принципів і настанов корпоративних культур від гібридних габітуальних форм корпоративної культури (наприклад, її габітуалізація у богемному стилі, маргіналізація корпоративних розваг тощо). На основі досвіду рефлексивних практик єдності їх домодерних, модерних і постмодерних репрезентацій запропоновано метатеорію корпоративної культури як соціокультурної форми життєдіяльності співробітників та підприємництва, яка може формуватися

або стихійно або цілеспрямовано, керуючись логікою ситуації, логікою селекції та логікою агрегації.

У другому розділі «Історичні прообрази корпоративної культури» розглядаються рамкові умови виникнення і становлення корпоративної культури, аналізуються чинники, що впливають на її зміст та організаційні форми.

У підрозділі 2.1. «Соціогенетичні і психогенетичні передумови формування корпоративної культури» обґрунтовано, що корпоративна культура не є виключно породженням промислового виробництва з розподілом праці. Вона ґрунтується на еволюційних здобутках цивілізаційного процесу у соціо- та психогенетичній площині. Передусім, розвиваючи ідеї історичної антропології Н. Еліаса, тут треба назвати формування системи самоконтролю індивідів, індивідуалізаційні зсуви, які відбуваються протягом людської історії і мають безпосередній вплив на організацію праці і габітус працівника.

У підрозділі 2.2. «Домодерні культурні форми самоорганізації світу праці: homo faber структурує життєвий світ» показано, що перехід від аграрного суспільства до суспільства раннього Модерну характеризується змінами організації і самоорганізації світу праці та життєвого світу людини, де домінує homo faber. В античності праця гончаря була унаочненням роботи деміурга. У середньовіччі прообразами сучасної корпоративної культури можна вважати культуру організації монастирського та студентського життя, які зберігаються у добу раннього Модерну. Як приклад тут можна навести самоорганізацію німецького студентства у бурсацтвах через культурні практики та антропотехніки.

У підрозділі 2.3. «Становлення корпоративної культури у добу раннього Модерну» простежено зміни, які відбулися в організації світу праці та життєвому світі людини.

Доба раннього Модерну характеризується піднесенням почуття особистої гідності ремісника. Цехові форми організації праці, гільдії сприяли становленню горизонтальної професійної культури з ознаками корпоративності. Вона трималась на засадах християнської етики, але почасти у її секуляризованих версіях з утилітаристським нахилом. Культура дрібного підприємництва тримається на довірі, кодексі честі, докладає неабияких зусиль для збереження своєї репутації. Оскільки клієнтами таких підприємців є переважно знайомі люди, то діалогічна взаємодія між ними мала екзистенціальний вимір. Цій культурі притаманна єдність слова і діла, що закріплено у метафорі «купецьке слово».

У підрозділі 2.4. «Мімізис родинності та досвід відчуження» обґрунтовано, що прообразами корпоративної культури доби раннього Модерну притаманна міметична раціональність. Це своєрідний мімізис родинності, передусім наслідування ієрархічної структури патріархальної

сім'ї. Відсутність просторового відокремлення світу праці і сфери приватного життя обумовлювало формування відносин між майстром та учнем або найманими працівниками на зразок родинних (останні здебільшого були у ролі бідних родичів з усіма наслідками). Це накладало особисті забор'язання на майстра, а згодом – на власника дрібного підприємництва опікуватись найманими працівниками. Звідси бере витоки традиція патерналістської благодійності, яка певною мірою підтримується сучасною корпоративною культурою, створюючи ілюзію захищеності людини від суспільних негараздів стінами офісу або інших службових приміщень. Оскільки в ті часи родинні відносини ґрунтувались на засадах антропологічної нерівності та антропологічного авторитету, домінуючими вимогами до працівників були слухняність та дисципліна, креативність та будь-які критичні зауваження міг собі дозволити лише майстер. З появою машинного виробництва починає занепадати організаційна культура мануфактур. Найманий працівник перетворюється на додаток до машин, утворюючи з ними культурні гібриди (Б. Латур). Досвід відчуження в рамках корпоративної культури при авторитарному стилі керівництва може бути досить значним. Його посиленню сприяє також несприятливий психологічний клімат у трудовому колективі

У підрозділі 2.5. «Цементуюча сила традиції» показано, що вагомим чинником трансляції смислів і ціннісних орієнтацій корпоративної культури є традиція. Підприємства з тривалою історією, як правило, мають розвинуту корпоративну культуру. Збережені смисли традиції сприяють відновленню корпоративних культурних практик навіть після тимчасового її припинення. Авторитет традиції є вагомим чинником легітимації настанов і правил корпоративної культури, починаючи з одягу і завершуючи регламентацією поведінки. Так, сучасні корпоративні культури починають приділяти все більше уваги проблемам етикету і стилю, реанімуючи ранні модерні культурні форми організації міжлюдських взаємин на виробництві, які почасти імітували у спрощеному вигляді салонну культуру аристократії та інтелектуальних еліт. Національна культурна традиція, національний менталітет також є цементуючим чинником корпоративної культури у її конкретних формах, хоча через трансформації постіндустріального зразка та культурну глобалізацію цей вплив стає контингентним.

У третьому розділі «Культура індустріального суспільства як досвід руйнації прообразів корпоративної культури» розглядаються основні тенденції становлення нового типу цієї культури під впливом індустріалізації.

У підрозділі 3.1. «Нові просторові виміри виробництва та їхні антропологічні наслідки» розглядаються зміни у корпоративній культурі, обумовлені індустріалізацією. Гігантоманія, притаманна культурі постіндустріального суспільства, домінування культурних форм механічної

солідарності витісняють старі культурні форми співпраці та відносини між співробітниками. Принцип «спільноти» тут витісняється принципом «суспільства» (Ф. Тьоніс) з відповідною вимогою дотримання дистанції у міжособистісних стосунках. Велике індустріальне підприємство стає моделлю організації і самоорганізації життя службовців у просторі їхньої професійної діяльності. Масова культура, підпорядковуючи своїм настановам і цінностям прообрази корпоративної культури, деформує їх або взагалі знищує. У культурних практиках тоталітарних суспільств корпоративна культура замінюється загальними культурно-політичними заходами, обов'язковими для усіх членів трудового колективу. Разом з цим, слід зазначити, що в рамках таких корпоративних культур формувалися європейські промислові та політичні еліти, габітус яких визначався спільною корпоративною культурою.

У підрозділі 3.2. «Службовці і робітники на перехресті життєвих світів» доведено, що організаційна культура не тільки сформувала нового, фабрично-конвеєрного працівника, а й зруйнувала його колишню автономність, змусила мислити і діяти колективно, захищати свої права, апелюючи до совісті, законів і до держави. Конвеєрна праця, будучи важким насильством над особистістю, вимагаючи підпорядкування своїх бажань інтересам сім'ї, високого уявлення про потреби близьких, стала головним чинником становлення емоційно розвиненої особистості. Тяготи індустріальної організації праці були найважчими, але багато в чому необхідним процесом дискредитації і відсіву асоціальної, індивідуалістичної особистості, утвердження в масі людей ідеалів справедливості, рівності і колективізму. Головне досягнення організаційної культури індустріальної епохи полягало в тому, що кваліфікована фізична праця стала ідеалом, набула характеру соціальної цінності.

У культурі індустріального суспільства відмінність життєвих світів робітників і службовців через поширення масової культури втрачає свою чітко визначену демаркацію, їхні життєві світи перехрещуються у культурі дозвілля, утворюючи спільний комунікативний простір, де відбувається комунікація між цими субкультурами з «файними відмінностями» (Бурд'є). Але разом з цією тенденцією співіснує і протилежна, яка посилюється разом зі зростанням позиційної та функціональної значущості управління та управлінців, а саме: їхнє дистанціювання від решти співробітників через дрес-код, правила службового етикету, морально-етичні норми.

У підрозділі 3.3. «Корпоративна культура і культура трудового колективу: до методології розрізнення» з'ясовано, що культура трудового колективу у констеляціях пізнього Модерну так само, як і корпоративна культура мають як спільні риси, так і відмінності. Їх спільні ознаки обумовлені впливом масової культури, субкультурою

інформаційного суспільства, організаційною культурою. Їх розрізнення має передусім історично-антропологічний характер. Культура трудового колективу тісно пов'язана з його життєвим циклом. Становлення трудового колективу та його культури є взаємоузгодженими процесами, коли йдеться про емпіричні колективи. Уніфікація вимог до трудових колективів можлива лише у нормативістських ідеологізованих узагальненнях, що втрачають свою людиновимірність, (наприклад колектив комуністичної праці). Корпоративна культура, на відміну від культури трудового колективу, виходить за рамки його життєвого циклу. Філософсько-антропологічна концептуалізація корпорації як культурної форми відкриває теоретичну перспективу її розгляду у площині онтоантропології. Ця форма, засобами відповідних культурних технік, зберігає цілісність корпорацій, де колективи не формуються, а підбираються за тими чи іншими критеріями. Плюральні репрезентації корпоративної культури зменшують її контингентність, яка виникає внаслідок руйнації її традиційної замкнутості на себе. Корпоративна культура охоплює більшу частину явищ духовного життя членів компанії, а саме: домінуючі цінності, укорінені ритуали, міфи компанії, традиційні свята тощо. Корпоративна культура цілеспрямовано формується і розвивається стратегією менеджменту компанії, хоча її організаційна культура може бути сформована також контингентно – як неформальна – через субкультурні комунікації співробітників компанії. Корпоративна культура, більш, ніж культура трудових колективів, пов'язана з організаційною культурою. Остання через комунікативні мережі корпоративної культури переноситься у площину життєвого світу членів компанії.

У четвертому розділі «Конституювання корпоративної культури у добу постіндустріальних трансформацій» аналізуються особливості конституювання корпоративної культури у сучасних соціокультурних контекстах.

У підрозділі 4.1. «Модернізація як виклик консерватизму корпоративної культури» визначається, що у добу глобалізації корпоративна культура як форма західної культури пізнього Модерну проникає в культурний простір традиційних суспільств і стверджується у ньому. У діловому світі таких суспільств вона виконує культуртрегерську функцію і є одним з модернізаційних чинників. Вона демонструє високу адаптивність і зберігає свої формальні ознаки у будь-якому національному середовищі. Значну роль у цьому процесі відіграють засоби корпоративної комунікації, дієвість яких підкріплюється організаційною культурою інформаційного суспільства. Але процес модернізації є також викликом для корпоративної культури, основи якої закладались в індустріальну добу. Корпоративна культура, відповідаючи на виклики модернізації, має бути відкритою, готовою до змін і впровадження інновацій. У свою чергу це передбачає ризики, без яких неможливий саморозвиток компаній, їхня

конкурентна спроможність, забезпечення кар'єрного, духовно-морального і загальнокультурного росту кадрів. Стратегії стійкого розвитку в останні роки все більше спираються на інтегральне людинознавство, без якого неможлива успішна діяльність сучасних фірм і компаній, які структурують не тільки сучасний економічний простір, а й вписуються у культурні ландшафти сучасних соціумів.

У підрозділі 4.2. «Нове відкриття традиції і малих форм підприємництва» аналізуються ретроінновації сучасної корпоративної культури внаслідок поширення малого і середнього бізнесу, який нерідко є родинним. Це сприяло реставрації тих рис, які домінували у прообразах сучасної корпоративної культури, але вже на основі не конвенціональної, а постконвенціональної моралі. Нове відкриття корпоративних культурних традицій, які мають антропологічну значущість, супроводжувалось їхньою гуманізацією, відкритістю, готовністю підтримувати комунікативні зв'язки з іншими компаніями, але передусім із життєвим світом. Якщо у домодерних суспільствах корпоративна культура була засобом відокремлення від інших професійно і культурно-організованих груп, то у констеляціях пізнього Модерну вона акцентує своє включення у соціокультурні процеси свого часу, стає ретранслятором культурних смислів, які змінюють людину і суспільство.

Нове відкриття традиції у корпоративній культурі супроводжується відродженням етикету, гарних манер, усього того, що Кант називав «цивілізованістю». У свою чергу це передбачає розвиток контролю і самоконтролю у працівників, сприяє індивідуалізаційному зсуву в рамках фірми, але обмежує можливості їхньої самостилізації.

У підрозділі 4.3. «Корпоративна культура у глобальних соціокультурних контекстах» простежується її трансформація в рамкових умовах мультикультурності і глобального менеджменту. В умовах глобалізації формування корпоративної культури багатонаціональної корпорації ускладнюється через складнощі, пов'язані з соціокультурним розмаїттям та строкатістю персоналу, співробітників, що мають різні культурні навички як освітні, професійні, так і національні, конфесійні, статеві, вікові та ін. Виклик глобалізації полягає в тому, що у віртуальних глобальних офісах співпрацюють люди різних культур. Вони мають різні світоглядні орієнтації, різне сприйняття часу, різні уявлення щодо дисципліни та організації. Вимога «єдності у різноманітності» як загальне гасло демократичної інтеграції також є імперативом для корпоративної культури, де надзвичайно важливого значення набуває інтеркультурна комунікація, моральний компатибілізм, толерантність. У цьому зв'язку стають важливими культурно-просвітницькі зусилля ядра носіїв корпоративної культури, передусім функціональне виховання усіх членів організації, щоб оптимізувати міжособистісні відносини в корпорації, знімати соціальні конфлікти і напруження, адаптувати

працівників до фірмового стилю. Вирішення цієї проблеми і пов'язаних з нею питань порозуміння і злагоди, співробітництва та соціального партнерства є також необхідним елементом ПР-діяльності корпорації, як заклику до внутрішнього і зовнішнього діалогу.

У п'ятому розділі «Амбівалентність людинотворчого потенціалу корпоративної культури пізнього Модерну» розглядаються можливості і обмеження корпоративної культури як простору самореалізації людини.

У підрозділі 5.1. «Функціональний потенціал корпоративної культури» розкриваються функціональні можливості корпоративної культури як чинника професійної самореалізації людини. Цей функціональний потенціал є амбівалентним. З одного боку, він відкриває перспективу для професійного і культурного самоудосконалення людини, а з іншого – обмежує діапазон такого самоудосконалення. підпорядковуючи стандартам, заданим homo oeconomicus. У фірмах з демократичним управлінням корпоративна культура є школою демократії, бо вона виступає простором для розвитку практик самоуправління, розвитку ініціативи та відповідальності. Людина тут може реалізуватися як homo creator. Авторитарна корпоративна культура, навпаки, гальмує саморозвиток особистості, її людських якостей, необхідних для її повноцінного існування у сучасному світі.

Сучасна корпоративна культура орієнтована на здоровий спосіб життя, вона також починає реагувати на апеляції, що надходять до неї з боку екологічної комунікації. Щоправда, дії у цьому напрямку і відповідні наслідки не можуть бути систематичними, бо корпоративна культура розглядає їх крізь призму інтересів фірми. Організація дозвілля в її рамках у вигляді так званих «корпоративів» нерідко суперечить настановам здорового способу життя. Але через те, що вона набуває рис карнавалізації (М. Бахтін), ці практики можуть вважатися своєрідним зняттям напруження, психотерапевтичною практикою, способом подолання напруження у неформальних комунікаціях.

У підрозділі 5.2. «Морально-етичні орієнтири корпоративної культури» розкривається потенційна суперечливість морально-етичних характеристик корпоративної культури. Простежуються основні тенденції формування корпоративної етики. З одного боку, вона підпорядкована вимогам утилітаристської етики, а з іншого, особливо у суспільстві ризику, капсулоподібні культури, якщо вони висувають домагання на відкритість і демократичність, мають орієнтуватися на загальнолюдські цінності, на діалектику «моралі і гіперморалі» (А.Гелен), на планетарну етику відповідальності (Г. Йонас, К.-О. Апелъ). Система премій, подарунків у рамках корпоративної культури – свідомо або несвідомо – закріплює моральну свідомість співробітників на рівні конвенціональної моралі, отже стримує розвиток моральної свідомості у напрямку досягнення вимог постконвенціональної моралі. В рамках корпоративної культури дуже

важливим є домагання на визнання, що означає також здатність бачити «Я» у «Ми» та «Ми» у «Я» (А. Гоннет). Утилітаристична етика, прагматизація поведінки, граничне звуження горизонтів деонтологічної етики в рамках корпоративної культури, у перспективі може призвести до деморалізації носіїв цієї культури, яка зрештою визначається образом людини, покладеним у її основу.

Надмірна увага до образу людини як недостатньої істоти може призвести до закріплення на рівні підсвідомості ресентиментальних реакцій, ненаситності, заздрості, групового егоїзму, що стає основою корупції усередині організації та мовчазної згоди на здійснення корупційних практик і схем ззовні. Деформація моральної свідомості у замкнутому просторі корпоративної культури може навіть призводити до сакралізації таких практик та їх ініціаторів і виконавців. У цьому зв'язку для розрізнення людиновимірною та споживацького профілю корпоративної культури релевантним є критерій, запропонований Е. Фромом, а саме: встановлення її приналежності до парадигми «бути» або до парадигми «мати», який можна застосовувати навіть при визначенні мотивацій корпоративних благодійних акцій, які при порушенні гідності адресатів таких акцій та їхніх прав на визнання перетворюються на засіб самоствердження з елементами репресивності.

У підрозділі 5.2 «Сакралізація і ритуалізація корпоративної культури» аналізується механізм її самозбереження. Як комунікативний процес з власним автопоезісом корпоративна культура має свою власну імунну систему (Н. Луман), в основу якої покладено процеси сакралізації та ритуалізації. Зміст і предметне визначення сакрального визначаються конкретно у кожній корпорації, але існують також загальні тенденції сакралізації, які мають антропологічну укоріненість та утворюють її недоторкане ядро. Це своєрідна релігія постсекулярної доби. Сакральними постатями звичайно визначаються керівники корпорацій. Чим більшою є дистанція між ними та рядовими працівниками, тим значнішою видається сакралізована постать, від якої залежить «спільна доля». Корпоративна культура генерує симулякр колективного несвідомого. Ті чи інші ознаки сакралізації зберігаються навіть у демократичних корпораціях.

Бажані моделі поведінки, вимога передбачуваності дій, притаманна homo oeconomicus, закріплюються у ритуальних практиках корпоративної культури, які мають свою сакральну циклічну хронософію. Як приклад тут можна навести святкування дня заснування фірми, фонду тощо, яке, так само, як і дні народження сакралізованих статусних осіб і дні народження співробітників утворюють своєрідний прихований езотеричний план корпоративної культури. Процеси сакралізації корпоративної культури співіснують з тенденціями її десакралізації, де зростає антропологічна значущість довіри.

У підрозділі 5.3. «Біхевіоральний і праксеологічний аспекти корпоративної культури» остання розкривається процес активного і

пасивного формування людини за масштабами, заданими корпоративною культурою. Адже вона є не тільки конгломератом цінностей, відносин, норм, звичок, традицій, форм поведінки і ритуалів, характерних для конкретної організації, а й простором існування корпорації, що має властивий їй стиль відносин і поведінки в соціумі, колективний габітус, репрезентований усіма співробітниками. У кожному з цих елементів простежується зв'язок між корпоративною культурою і людиною, її поведінкою і практичними діями, а також культурними техніками. Корпоративна культура виступає як фактор, що інтегрує інтереси працівника і роботодавця за допомогою закріплення певних «правил гри», тобто очікуваних поведінкових настанов для конкретної ситуації, поведінкових стереотипів, пов'язаних з виконанням конкретної роботи і дотриманням норм. Слід зазначити, що корпоративна культура сучасного суспільства є практичним способом реалізації певної теоретичної надбудови – корпоративної філософії «спільної долі», де прописані принципи, зобов'язання перед різними верствами суспільства, в тому числі і перед власними співробітниками, а також закріплені практики, необхідні в рамках цієї культури. Антропологічно орієнтована корпоративна філософія є світоглядним фундаментом комунікативної та виробничої діяльності будь-якого сучасного господарського організму. Етичні, правові, соціальні зобов'язання роблять організацію більш привабливою для зовнішньої аудиторії, з іншого боку, стверджують принцип командного підходу, єдиного корпоративного творчого духу, створення гуманістичного ставлення до кожного працівника на його робочому місці.

У підрозділі 5.4 «Корпоративна культура як складова життєтворчості особистості» основний акцент робиться на людині. Ця оптика дозволяє розкрити суб'єктивний вимір корпоративної культури, розглянути її як систему суб'єкт – суб'єктних відносин. Біографічний метод дослідження дозволяє розкрити роль корпоративної культури у життєтворчості успішних людей сучасності. У клаптикових біографіях, які у добу пізнього Модерну та у постмодерних констеляціях замінюють так звані «нормальні біографії», значну роль відіграє корпоративна культура, яка при зміні одного місця праці дозволяє досить швидко пристосуватися до іншого через компетентності, здобуті у просторі корпоративної культури. Корпоративна культура задає формально-цивілізаційні рамки для професійної діяльності у різного роду організаціях. Будучи членом такої організації, людина координує свої життєві плани та стратегію життєтворчості з вимогами та можливостями корпоративної культури. Як складова життєтворчості особистості корпоративна культура має партикулярний і фрагментарний характер. Засвоєння або відхилення цієї культури в оптиці суб'єкта має добровільний характер, але в оптиці організації ця культура, принаймні її обов'язкова програма, є передумовою входу до світу корпоративного життя. Поєднуючи ці дві оптики як

потенційні можливості самореалізації людини, корпоративну культуру можна визначити як медіум між особистістю та організацією. Корпоративна культура є своєрідним порталом, де здійснюється транспортація людини у різні простори її самореалізації.

Корпоративна культура здатна змінювати людину через застосування антропотехнік тренування, внаслідок якого формуються людські якості, необхідні для підтримання життєдіяльності. Розвиваючи положення П. Слотердайка про людину «як істоту, що постійно тренується», корпоративну культуру можна розглядати як чинник удосконалення технік тренування людини. Разом з цим надмірна кількість технік такого специфічного тренування дисгармонізує розвиток особистості і перетворює її на одномірну людину (Г. Маркузе).

У висновках сформульовано основні теоретичні підсумки дисертаційного дослідження, узагальнюються його результати, визначаються проблемні лінії його продовження. Усе це підсумовується у таких положеннях:

Теоретичний аналіз корпоративної культури, запропонований у дослідженні, розкриває теоретичні можливості авторської методологічної програми, яка на комплементарних засадах поєднує філософсько-антропологічний аналіз з феноменологічним та історико-генетичним, що дозволяє концептуалізувати корпоративну культуру як процес, результат, і специфічну комунікативну систему. Виявлення поліаспектності корпоративної культури та способу її існування як культури у культурі розширює проблемне поле її дослідження.

Філософсько-антропологічна концептуалізація корпоративної культури як культурного формоутворення на перетині світу праці і життєвого світу сприяла подоланню обмежень соціологізаторського та вузько-культурологічного підходу щодо феномену корпоративної культури. Професійна самореалізація людини у добу пізнього Модерну, формування самоконтролю і самодисциплінування, навичок соціальної адаптації здійснюється в рамках корпоративних культур, які прищеплюють молодим працівникам настанови етики відповідальності, вимагають дотримання правил етикету і культури спілкування.

Корпоративна культура у добу раннього і пізнього Модерну демонструє тенденцію ускладнення своїх структур, вона стає багатовимірною, продукує свої смисли, настанови та імперативи, які у констеляціях пізнього Модерну та Постмодерну все більш узгоджуються з соціальними і цивілізаційними імперативами. Із закритих капсулізованих культур вони перетворюються на відкриті та прозорі інтеркультурні комунікації із значним людинотворчим потенціалом.

Разом із ускладненням форм організації та структури корпоративної культури посилюється також амбівалентність її людинотворчого та загальнокультурного потенціалу, який може реалізовуватися як

конструктивний і деструктивний чинник, причому передумовою активізації останнього може служити тиранія корпоративних цінностей.

Розрізнення між різними рівнями репрезентацій корпоративної культури має принципове значення для оцінки її людинотворчого потенціалу. На макрорівні вона задає алгоритм культурної організації і самоорганізації у рамкових умовах можливої ідеальної професійної спільноти. На мезорівні корпоративна культура конкретизується через свої власні множинні репрезентації, смисли яких закріплюються відповідними традиціями та ритуалами. На мікрорівні корпоративна культура трансформує індивіда в співробітника з відповідним габітусом і водночас запускає в дію механізм соціального навчання з метою формування нових людських якостей.

Онтоантропологічні експлорації у проблемному полі корпоративної культури виявили протилежні тенденції її розбудови у сучасних соціокультурних контекстах. З одного боку, ця культура виконує функції маркера корпоративної спільноти, ущільнює її до стану капсули, замикає її на собі, а з іншого – змушена комунікативно розривати цю замкнутість, утворюючи міжкорпоративний простір, який у добу глобалізації тяжіє до розширення на відміну від географічного простору як місця емпіричної локалізації корпорації.

Корпоративна культура у добу пізнього Модерну і ще більшою мірою у постмодерних контекстах стає агресивною, демонструє тенденцію вторгнення до життєвого світу людини. Вона змінює біоритми людини, колонізуючи ніч та розмиваючи межі між робочим та вільним часом. При цьому як репресивний ресурс можуть використовуватися практики організації корпоративного дозвілля. Водночас у межах корпоративної культури відбувається зіткнення між моделями поведінки *homo economicus*, *homo faber* та *homo creator*, ціннісні орієнтації яких узгоджуються лише за умов морального компатибілізму.

Сучасна корпоративна культура не має гарантій поступального розвитку. За умов посилення в ній репресивних практик вона може регресувати до рівня домодерної культури, що обмежує поле самореалізації людини не тільки у світі праці, а й у її життєвому світі, який стає об'єктом корпоративного контролю.

Корпоративна культура може бути авторитарною і демократичною. Ці модифікації корпоративної культури відрізняються за своєю інтенціональністю та психологічним кліматом організації. Внутрішній взаємозв'язок між корпоративною культурою і демократичною політичною культурою є резервом духовного самооновлення корпоративної культури, використання якого сприяє гуманізації міжлюдських та міжпосадових відносин у корпоративній спільноті.

Корпоративна культура у її екзистенційному вимірі розкриває принципову значущість реалізації людини у світі праці, який

структурується не тільки за системно-організаційно ознаками, а й за культурно-антропологічними ознаками. Введення людини до світу корпоративної спільноти можна розглядати як класичну екзистенціально-філософську ситуацію закинутості людини до світу, де людина, сприймаючи або відкидаючи рамкові умови корпоративної культури, конституює простір своєї професійної самореалізації.

Надмірна прагматизація корпоративної культури, її підпорядкування критеріям успішності організації, знижує її людинотворчий потенціал. Запобіжним заходом тут може бути встановлення меж припустимого втручання корпоративної культури у сферу приватного життя людини, адже максимально прагматизована корпоративна культура здатна перетворити індивіда на одномірну людину, основними чеснотами якої стають комфортність, слухняність та підкорення.

У постмодерних контекстах корпоративна культура демонструє намагання поєднати логіку сакралізації з логікою профаналізації. Якщо у контекстах пізнього Модерну ці дві логіки застосовувалися у різних просторово-часових параметрах, то постмодерні соціокультурні констеляції легітимізують змішування сакрального і профанного. Це спричинює руйнацію корпоративної субординації, але водночас посилює антропологічне та культурне значення довіри у корпоративних відносинах та корпоративно обумовлених моделях життєтворчості.

Корпоративна культура трансформується у контекстах мультикультурного суспільства, що конституюється через прискорення глобалізаційних, техногенних та інформаційних процесів. Завдяки комунікативним практикам корпоративна культура легко «освоює» новий культурний простір 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.

Процеси глобалізації, корпоратизація 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, оскільки вона виявляє здатність до трансформацій та конвергенції з гуманними формами культури, що сприятиме формуванню нового суб'єкта комунікативного простору корпорації.

Так проблематика діалогічності, комунікаційних здібностей спочатку виходить на передній план у тлумаченні особистісного самовизначення і культурної творчості, а потім свідомо чи несвідомо модель «Я-Ти» екстраполюється на міжкультурну комунікацію. Береться до уваги, що за

партнерами по діалогу стоїть інколи несвідома сила традиції, що має не тільки синхронний, а й діахронний, історичний вимір, і важливо знайти точки взаємопорозуміння і духовного зростання.

Звернення до проблеми корпоративної культури у констеляціях пізнього модерну зумовлено необхідністю вирішення низки теоретико-методологічних завдань, що торкаються оптимізації регулювання соціальних процесів у системі виробництва українського соціуму, інтеграції української економіки в єдину систему світового господарства, розвиток якого на сучасному етапі визначається пріоритетами інформаційно-інноваційної економіки ринкового типу. Такими пріоритетами виступають наука, освіта і культура управління, що забезпечують розробку та впровадження у виробництво високих технологій, а також створення соціально-економічних умов для їх успішного функціонування. Адаптація людини до цих нових умов свого існування, поруч з іншими чинниками, відбувається також через настанови та орієнтири корпоративної культури.

Розвиток корпоративної культури в Україні є однією з передумов її успішної євроінтеграції та демократизації. Усунення командно-адміністративних структур від виконання владних функцій виявило слабкість, а часом і безпорадність суспільних механізмів самоорганізації та самоврядування не тільки в політичній, соціальній, духовній сферах, але, що найважливіше, в економічній. Особиста свобода людини, особливо молоді, у виборі професії та можливість самовдосконалення в цікавій для неї професії у більшості випадків жорстко заблокована економічною залежністю особистості, необхідністю задовольняти повсякденні потреби за рахунок роботи, що не сприяє творчій самореалізації людини у світі праці. Знецінення, низький престиж таких властивостей працівника, як: *професіоналізм, компетентність, професійна зацікавленість, виконання професійного обов'язку, професійна майстерність, творчість, талант* та інші якості особистості, які є найбільш запитаними у цивілізованому суспільстві.

Філософсько-антропологічний аналіз корпоративної культури розкриває нові обрії її дослідження. Це торкається проблемних полів ідентичності, автентичності, адаптивності, статичної і мінливої мультикультурності, культурного есенціалізму і конструктивізму, а також проблем, пов'язаних з постмодерною плюралізацією моделей життєтворчості і суперечливим впливом маскульту на корпоративну культуру.

Далеко не всі проблемні лінії, пов'язані з саморепрезентацією і тенденціями розвитку корпоративної культури експліковані та проаналізовані у дисертації. Серед таких передусім треба назвати нові форми корпоративної культури, які виникають внаслідок становлення структур глобального менеджменту. Але ця проблематика виходить за межі філософсько-антропологічного аналізу у площину соціальної філософії і

може вважатися відкритим питанням, пошуки відповіді на яке передбачають продовження цього дослідницького проекту.

СПИСОК ПРАЦЬ, ОПУБЛІКОВАНИХ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ Монографії

1. Дмитренко М. Й. Ділове спілкування: норми, принципи, стратегії : монографія. Черкаси: Брама-Україна, 2009. – 120 с.
2. Дмитренко М. Й. Моральний вимір економіки: соціальна відповідальність бізнесу та економічна ефективність : монографія / за ред. д-ра філос. наук. проф. Г. Ф. Хоружого. – К.: УБС НБУ, 2009. – 255 с. / М. Й. Дмитренко // Співвідношення моральних і духовних факторів у визначенні мети бізнесу. – С. 87–120.
3. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура: тенденції розвитку і функціональний потенціал : монографія. Черкаси, 2013. – 398 с.

Статті у наукових фахових журналах

4. Дмитренко М. Й. Феномен спілкування і його статус у соціокультурному ареалі. / Дмитренко М. Й. // Вісник Черкаського національного університету. Серія «Філософія». – Черкаси, ЧНУ, 2006. – С. 54–58.
5. Дмитренко М. Й. Знаково-символическое поле делового общения в идентификации личности / Дмитренко М. Й. // Гуманітарний часопис: зб. наук. праць. – Харків: ХАІ, 2008. – №3. – С. 11–18.
6. Дмитренко М. Й. Деловое общение как социокультурной динамике социума / Дмитренко М. Й. // Гуманітарний часопис: зб. наук. праць. – Харків: ХАІ, 2009. – №2. – С. 46–50.
7. Дмитренко М. Й. Личностные приоритеты в современно-институциональных отношениях / Дмитренко М. Й. // Гуманітарний часопис: зб. наук. праць. – Харків: ХАІ, 2010. – №1. (22) – С. 67–72.
8. Дмитренко М. Й. Формування корпоративної культури в цивілізаційних процесах соціуму / Дмитренко М. Й. // Вісник Черкаського національного університету. Серія «Філософія». Випуск 200. – Черкаси, 2011. – С. 86–92.
9. Дмитренко М. Й. Методологічні засади дослідження корпоративної культури в соціально-філософському знанні / Дмитренко М. Й. // Гуманітарний часопис: зб. наук. праць. – Харків: ХАІ, 2010. – №1 (26). – С. 37–44.
10. Дмитренко М. Й. Организационное поведение как атрибут корпоративной культуры / Дмитренко М. Й. // Вісник Харківського національного університету. Серія «Теорія культури і філософія науки». – Харків, 2011 – №958–1. – С. 8–12.
11. Дмитренко М. Й. Имидж организации как основа создания корпоративной культуры / Дмитренко М. Й. // Гуманітарний часопис: зб. наук. праць. – Харків: ХАІ, 2011. – №2. – С. 88–95.

12. Дмитренко М. Й. Особистісний потенціал корпоративної культури / Дмитренко М. Й. // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка: зб. наук. праць. – К.: «КПІ», 2011. – №3 (33). – С. 18–24.

13. Дмитренко М. Й. Інституціоналізація соціальних відносин як умова буття корпоративної культури. / Дмитренко М. Й. // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка: зб. наук. праць. Випуск №2 (35). – К.: «КПІ», 2012. – С. 31–36.

14. Дмитренко М. Й. Головні стратегії дослідження корпоративної культури в сучасній філософській рефлексії / Дмитренко М. Й. // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Випуск 1 (67). – Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2013. – С. 8 –12.

15. Дмитренко М. Й. Змістовні межі поняття корпоративної культури / Дмитренко М. Й. // Вісник Черкаського національного університету. Серія «Філософія». Випуск № 11 (264). – Черкаси, 2013. – С. 63 –70.

16. Дмитренко М. Й. Прояви корпоративної культури у площині філософської рефлексії / Релігія та Соціум. Міжнародний часопис. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2013. – № 3–4 (11–12). – С. 253–258.

17. Дмитренко М. Й. Система цінностей як ядро корпоративної культури. /Дмитренко М. Й. // Вісник національного технічного університету «Київський політехнічний інститут». Філософія. Психологія. Педагогіка: зб. наук. праць. Випуск №1. – К.: «КПІ», 2013. – С. 17–23.

18. Дмитренко М. Й. Феноменологічна перспектива дослідження корпоративної культури /Дмитренко М. Й. // Вісник Черкаського університету. Серія філософія. – 2013. – №31 (284). – С. 28 –34.

19. Дмитренко М.Й. Місія корпоративної культури: гуманістичний аспект / Дмитренко М. // Політологічний вісник. зб. наук. праць. – К. : ВАДЕКС, 2013. – Вип. 71. – С. 200 – 211.

20. Дмитренко М.Й. Масова культура: можливості гібридизації / Дмитренко М.Й.// Вісник ХНПУ ім. Г.С. Сковороди «Філософія» / Харк. нац. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. – Харків, 2013. – Вип. 41. Ч. І. – С.111 – 121.

21. Дмитренко М.Й. Імідж як базова категорія корпоративної культури / Дмитренко М.Й. // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : зб. наук. праць / гол. ред. В.Г. Воронкова. – Вип. 56. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2014. – С. 162 – 171.

Закордонні наукові публікації

22. Дмитренко М. Й. Становление корпоративных культурных формообразований: методологический аспект / Дмитренко М. Й. // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – Курск: 2013. – № 10 (октябрь). – С.170 – 174.

23. Дмитренко М. Й. Корпоративная культура в глобальном

соціокультурном контексті. / Дмитренко М. Й. // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – №2, 2013. – С. 68–73.

24. Дмитренко М. Й. Корпоративная культура: соотношение моральных и духовных факторов. / Дмитренко М. Й. Гуманитарные и социально-экономические науки. Научно-образовательный и прикладной журнал. – №6 (73) 2013. – С. 22–26.

25. Дмитренко М. Й. Становление корпоративной культуры в эпоху раннего модерна. / Дмитренко М. Й. «Глобальный научный потенциал» научно-практический журнал. – Санкт-Петербург. – №11 (32), 2013. – С. 24–30.

Інші публікації за темою дисертаційного дослідження

26. Дмитренко М. Й. Технологии делового общения на основе ее духовных компонентов / Дмитренко М. Й. // Міжнародна науково-технічна конференція «Інтегровані комп'ютерні технології в машинобудуванні». Тези доповіді ІКТМ– 2006. – Харків (ХАІ) – С. 495–497.

27. Дмитренко М. Й. Комунікативність як атрибутний показник ефективної економічної діяльності / Дмитренко М. Й. // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. Т. 19 – Суми: УАБС НБУ, 2006. – С. 195–201.

28. Дмитренко М. Й. Динаміка ділового спілкування в дихотомії «конфлікт–згода» / Дмитренко М. Й. // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. Т.18 – Суми–Черкаси: УАБС НБУ, 2006. – С. 173–178.

29. Дмитренко М. Й. Деловое общение как социокommunikативный феномен / Дмитренко М. Й. // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. 25–26 вересня 2008 р. – Черкаси: ЧБС УБС НБУ, 2008. – С. 171–172.

30. Дмитренко М. Й. Потенциал личности в деловом общении. / Дмитренко М. Й. // Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Людина, культура, техніка в новому тисячолітті» 10–13 вересня 2009. – Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «ХАІ». – С. 40–41.

31. Дмитренко М. Сохранение деятельности клиентов как стратегическая цель банковской деятельности в условиях кризиса / Дмитренко М. // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. 15–16 жовтня 2009 р. – Черкаси: ЧБС УБС НБУ, 2009. – С. 333–335.

32. Дмитренко М. Й. Корпоративная культура как способ повышения эффективности производительности организации в условиях социально-экономического кризиса // Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції. «Людина, культура, техніка в новому тисячолітті» 9–11 вересня 2010 р. Національний аерокосмічний університет ім. М.Є.Жуковського

«ХАІ». – С. 14–15.

33. Дмитренко М. Й. Организационное поведение как атрибут формирования корпоративной культуры / Дмитренко М. Й. // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції. 14–15 жовтня 2010 р. – Черкаси: ЧІБС УБС НБУ, 2010. – С. 347–349.

34. Дмитренко М. Й. Глобальна фінансово–економічна криза та шляхи її мінімізації в Україні / Дмитренко М. Й. // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. праць. – Харків: ХІБС УБС НБУ. Випуск 1(8). Ч.П. – 2010. – С. 182–192.

35. Дмитренко М. Й. Економіка України в глобальному просторі: філософія економічного розвитку / Дмитренко М. Й. // Фінансовий простір.: Міжнародний науково-практичний журнал / ЧІБС УБС НБУ (м. Київ). – Черкаси, 2011. – №4(4). – С. 22–30.

36. Дмитренко М. Й. Модернізація структури банківського капіталу та джерел його фінансування в умовах фінансової глобалізації / Дмитренко М. Й. // Фінансовий простір.: Міжнародний науково-практичний журнал / ЧІБС УБС НБУ (м. Київ). – Черкаси. – №1 (1) 2011. – С. 58–66.

37. Дмитренко М. Й. Організаційно-правові засади менеджменту страхового ринку України в посткризовий період / Дмитренко М. Й. // Фінансовий простір.: Міжнародний науково-практичний журнал / ЧІБС УБС НБУ (м. Київ). – Черкаси. – №2 (2) 2011. – С. 37–46.

38. Дмитренко М. Й. Посткризова філософія розвитку глобальної економіки: вектори трансформації / Дмитренко М. Й. // Фінансовий простір.: Міжнародний науково-практичний журнал / ЧІБС УБС НБУ (м. Київ). – Черкаси. – №3 (3) 2011. – С. 7–14.

39. Дмитренко М. Й. Роль моральнісних переконань у само ідентифікації особистості. / Дмитренко М. Й. // Філософські виміри сучасної соціальної реальності // Матеріали Міжнародної конференції. Т.П. – Донецьк, 14–16 квітня 2011 р. Т.2. – С.101–104.

40. Дмитренко М. Й. Інноваційна модель трансформації економіки України. / Дмитренко М. Й. // Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 34–36.

41. Дмитренко М. Й. Менеджмент сучасної концепції розвитку ТНК в умовах глобалізації. / Дмитренко М. Й. // Фінанси України: матеріали XV Міжнар. наук.-практ. конф., 8–9 квітня 2011 р: В 4 т. –Д.: Біла К.О., 2011. – Т.2. – С. 47–49.

42. Дмитренко М. Й. Моральний базис корпоративної культури / Дмитренко М. Й. // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. 20–21 жовтня 2011 р. – Черкаси. Видавець Чабаненко Ю.А., 2011. – С. 357–360.

43. Дмитренко М. Й. Корпоративна культура як феномен соціальної

відповідальності / Дмитренко М. Й. // Матеріали Всеукраїнської науково-теоретичної конференції «Філософія в умовах сучасних соціокультурних викликів» (11–12 жовтня 2012 року): – Черкаси: «ІнтролігаТОР», 2012. – С. 32–37.

АНОТАЦІЯ

Дмитренко М.Й. Корпоративна культура у констеляціях пізнього модерну: філософсько-антропологічні експлорації – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури. – Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди. – Харків, 2014.

У дисертації здійснено філософсько-антропологічні експлорації проблемного поля корпоративної культури у констеляціях пізнього Модерну. Запропоновано антропологічно орієнтовану метатеорію корпоративної культури як соціокультурної форми життєдіяльності співробітників та керівного складу, яка може формуватись автоматично, стихійно або орієнтуючись на мету та керуючись логікою ситуації, логікою селекції та логікою агрегації. Аналізуються онтоантропологічні і праксеологічні аспекти корпоративної культури, її функціональний потенціал і притаманні їй практики та антропотехніки на перехресті світу праці і життєвого світу

Ключові слова: філософська антропологія, корпоративна культура, функціональний потенціал, онтоантропологія, пізній Модерн, людина та її самореалізація, праксеологія, антропотехніки, конвенціональна і постконвенціональна мораль.

ANNOTATION

Dmytrenko M. J. Corporative Culture in the Constellations of The Later Modernity – Manuscript.

This is for the doctoral degree in philosophy by speciality 09.00.04 – Kharkov national pedagogical university named after H. S. Skovoroda. – Kharkov, 2014.

The theses is devoted to explorations of the philosophical anthropology in the problem field of the corporative culture in the constellations of the later Modernity. The anthropologically oriented meta-theory of the corporative culture is proposed as a cultural form of the life activities of the working personal and managers which can be formed automatically or as the goal persuaded activity directing by logic of situation, logic of selection and logic of aggregation. The onto-anthropological and praxeology aspects of the corporative culture are analyzed, its functional potential and its practices and anthropological technics on the crossing

of the world of labour und the life world.

Key words: philosophical anthropology, corporative culture, the functional potential, onto-anthropology, the later modernity, the humen being and self-realization, praxeology, anthropological techniques, conventional and post-conventional morality.

Дмитренко Марія Йосипівна

**КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА У КОНСТЕЛЯЦІЯХ ПІЗНЬОГО
МОДЕРНУ: ФІЛОСОФСЬКО-АНТРОПОЛОГІЧНІ ЕКСПЛОРАЦІЇ**

Спеціальність 09.00.04 – філософська антропологія, філософія культури

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філософських наук

Відповідальний випусковий Н. С. Корабльова

Підп. до друку 10.03.14. Формат 60 x 84/16. Спосіб друку – ризографія.
Умов. друк. арк. 1,9. Тираж 100 прим. Зам. №. 2-230. Ціна договірна.

Віддруковано у навчально-науковому
видавничо-поліграфічному центрі ХНУРЕ

61166, Харків, просп. Леніна, 14