

МЕТОДОЛОГИЯ

А.И. ПРИГОЖИН

Качество целей

Цель есть выбранный и запланированный результат деятельности. Не желаемый, как часто говорят, а планируемый. Ибо как раз планирование и показывает нам непригодность, недостижимость многих из желаемых результатов.

Как же определить качество целей? Можно масштабом. Но большой масштаб иногда вызван кризисом, разрушением прежних условий, когда альтернатива появляется объективно. Плановое хозяйство СССР стало несостоятельным, и спрос на его антипод – рынок – появился с неизбежностью. Тут нет ничьей заслуги. Это самопорождающаяся цель, у нее нет автора, хотя немало исполнителей. Качество целей можно оценивать обоснованностью, достижимостью. Только надо видеть, что целедостижение есть относительно самостоятельная работа, во многом не зависящая от целеполагания. В сбоях и отклонениях от цели ее авторы далеко не всегда виноваты.

В качестве критерия процесса целеполагания предлагаю *субъектность цели как основной критерий ее качества, то есть выделение субъектной (авторской, творческой, волевой) ее составляющей*. Почему именно такой критерий? Вот слова обычного предпринимателя: “Моя жизнь в бизнесе складывается в поток вынужденных действий. *Не я веду дело, а дело ведет меня*. И куда приводит? Вдруг, например, узнаю о приходе нового конкурента, который соблазняет моих лучших клиентов. Мог бы предвидеть. И теперь он задает мне цели...”

Многие предприниматели не действуют как субъекты своего дела, а плывут в потоке. И это самый инициативный сорт людей! При такой-то бессубъектности. Между тем нам нужны не только объектные, но и субъектные цели. Только субъектные цели дают возможность хоть как-то маневрировать в потоке. А то и направлять поток.

Присмотритесь: вокруг нас бессубъектные, *обесцеленные системы и люди*. Те, кто в ответ на вопрос об их целях лишь перечисляют заданные потребности. От которых, конечно, никому не уйти. Но которые потенциально кризисны: меняются привычные условия (причины их деятельности) и нечем им опереться в перспективе.

Мера субъектности наших целей – вот тема. Какая мера субъектности содержится в наших целях сейчас? На какую меру ее и каким образом мы способны в целом и в конкретной ситуации, и на перспективу?

Цель имеет субъективно-объективную природу. Это значит, что для ее появления необходимы объективные условия и выбор субъекта. Но появление некоторых целей может опережать нынешнее состояние, ускорять изменение его, создавать желаемые условия. И только тогда ускоряется развитие. А каково качество целей, изложенных в

стратегических планах многих администраций областей, городов, республик РФ: “повысить количество квадратных метров жилья на человека”; “увеличить число койко-мест в больницах” и “количество единиц транспорта на городских и областных маршрутах”; “повысить зарплаты учителям и врачам”? Слов нет, цели полезные. Но тут и думать не надо, они заданы самой жизнью. Будь местное правительство либеральным или консервативным, квалифицированным или не очень – любое будет вынуждено добиваться таких целей хотя бы по соображениям собственной безопасности. Субъектность в подобных целях минимальная.

Здесь важно отметить следующее: инертность нашего развития, среди прочего, вызвана и тем, что мы, изрядно пострадав от крайней субъектности, сосредоточились теперь лишь на **самоцелях**: того же, но больше и лучше. Цели берем от естественных потребностей, заданий и угроз. Что в этом плохого? То, что так **закрепляется отсталость**! Слабое целевое поле в бизнесе, в государстве, у человека означает скудость жизни. **Самоцели необходимы, но сводить целеполагание к этому простейшему уровню – управленчески неквалифицированно.**

И еще. Принцип развития заложен в природу эволюции человечества. Как минимум, есть три причины неизбежности поступательного развития, то есть прогресса:

- закон возрастающих потребностей (удовлетворение одних потребностей сразу актуализирует другие – и так бесконечно);
- интерес к новизне, то есть познавательный рефлекс, удивление перед неизвестным, любопытство, желание придумывать новое;
- взаимное сравнение, присущее природе человека, вызывает у него подражание окружающим и состязательность, стремление не отстать или превзойти другого.

Конечно, есть немало антипрогрессистских теорий со своими резонами: а) развитие преодолевает дорогой нам, привычный уклад, уводит от традиционных ценностей (семейных, этических, национальных); б) с новизной приходит немало вредного и опасного для человека (культ сверхкомфортного и престижного потребления, разрушение естественной среды обитания, профанация знаний и идей). И это правда. Но далеко не все, что выплескивает прогресс, останется. А в традициях тоже немало глупого и вредного: пренебрежение личностью (тотальная воинственность, тирании, конфессиональные и гендерные ограничения и т.п.). Главное же – надо сделать с человечеством что-то чрезвычайное для отмены действия названных выше трех причин поступательного развития.

Борьба с прогрессом безнадежна. В него надо достойно встроиться, облагораживая его по мере сил. И одно из условий для этого – управляемость прогресса, наша способность направлять его, корректировать субъектными целями. Объектные, то есть вынужденные, цели подчиняют нас.

Где искать цели? В ценностях!

Говорят, что важность самоцелей столь велика, что большие возможности для субъектных целей открываются только при их осуществлении: надо суметь найти, придумать, создать средства достижения этих, пусть действительно неизбежных целей. И вообще, нам бы хоть с самоцелями справиться...

В том-то и дело, что выдвижение авангардных, сильно субъектных, но реалистичных целей в качестве следствия дает и исполнение самоцелей. Основой экономического прорыва Японии была идея ее послевоенного правительства: создавать продукцию, конкурентоспособную на мировом рынке. Власть закупала лучшие образцы западной техники и передавала тем местным предпринимателям, кто брались превзойти их и успешно продавать свои изделия в тех странах, откуда пришли исходные образцы. Тот же вариант развития решительно инициировал в Южной Корее Пак Чжон Хи. Уровень, качество и продолжительность жизни, конечно же, выросли, самоцели были обеспечены, но в результате достижения авангардных целей.

Однако такие цели появляются после ценностного выбора: эти дальние азиатские страны приняли европейскую цивилизацию как свою. А там прогресс строился на ценности права, политической и коммерческой конкуренции. Именно там было доказано, что только примитивное целеполагание отрывает цели от ценностей, от идеологии. В прогрессе они едины. **Авангардное целеполагание очень ценностно.** Это справедливо как для людей, так и для организаций и стран. Не случайно все больше предпринимателей с интересом разрабатывают идеологии своих фирм.

Вернемся к началу. Да, преобладает целепассивное большинство, редко и в исключительных обстоятельствах выходящее за пределы самоцелей, слабо рефлексирующее по поводу своих ценностей. Но для тех целеактивных меньшинств, кто сознательно определяют со своими ценностями, из них выводит цели, возникает метавопрос: **каковы границы и возможности нашего субъектного целеполагания при столь сильной его заданности?** Ответ на него объяснит, насколько мы владеем будущим, в какой мере оно принадлежит нам или мы ему. И нельзя ли как-то увеличить свою планирующую способность? Или тогда будет только хуже?

В Японии мне сказали, что там стремятся *не столько изобретать, сколько открывать*. Я тружусь над этим метавопросом, чтобы разобраться, понять – как устроено целеполагание. Конечно, для проникновения в недра целеполагания мне пришлось строить, создавать инструментарий: методы, понятия, концепции, вывод. Еще больше инструментария я конструировал для целеосуществления.

Есть очень важные слова с привычным содержанием. Но когда мы пробуем применить их к делу и дать им определение, то есть превратить в понятия, смыслы расплываются до неуловимости. Нематериальные, то есть социальные, ценности – как раз такой случай: определение очень трудно построить. И очень нужно. От множественности употребления понятие “ценность” становится слишком многозначным. А разве просто не интересно попытаться создать дефиницию столь неопределенного, но значительного феномена нашей жизни? Итак, первая попытка.

Ценность – это признаки качества жизни (личной, деловой, социальной), ее блага. Очень кратко? Давайте разовьем смысл.

Ценности есть самое значимое в жизни, лучшее из того, что она может нам дать. Будь то в личной сфере, в работе, в человеческих отношениях, в поиске своего будущего – во всем, чем мы заняты. Это определение выглядит сугубо житейским. И тоже не конкретно.

Ценности есть предельные жизненные ориентиры, по которым мы выстраиваем свои поведение, отношения с людьми, карьеру, ставим себе цели и ограничения. Получилось понятнее и, главное, здесь присутствуют направленность и критерии. Ибо ценности выступают как векторы, по которым мы сверяем желательность для нас своих действий или состояние и изменение окружающей среды.

Наконец, вот лучшее из того, что я могу предложить: **ценности есть представления о должном, о лучшем, о самом важном, ради чего стоит трудиться, жертвовать временем, силами и чем-то еще.**

Теперь к этим упражнениям с дефиницией я делаю пять добавлений. *Первое.* Наше отношение к ценностям эмоционально. Они вызывают у нас симпатию. Они нам нравятся до поклонения. Отсюда – тяготение и порывы к ним, мечты об их воплощении. Рационального в них немного.

Второе. Хотелось бы думать, что ценности мы выбираем, но это далеко не так. Для нас они бывают осознанными и неосознанными. Мы не всегда их можем избирать по своему усмотрению. Во многом они задаются нам от среды обитания, а то и от генов, которые формируют нашу психику. Они есть у любого человека, у любого социума, даже у того, кто отрицает наличие у него ценностей. Иногда отсутствие ценностей трактуют как признак примитивного развития. Просто в этом случае ценности неосознанны. Да, для иных людей или организаций главные ценности – утилитарные: потребление, удовольствия, престиж, хорошее самочувствие и т.д. Они, действительно, появляются сами по себе и предметом выбора не становятся. У других преоблада-

ют ценности более высокого порядка: достоинство, свобода личности, качество окружающей среды, права меньшинств. Здесь уже требуется серьезный идеологический поиск – осознание себя в мире.

Почему-то многие авторы, думавшие об этом, сводят понимание ценностей к морали. Конечно, ценности нередко разводят наше понимание мира по линии “добро–зло”. Например, справедливость, честность, законность и их обратные значения. Но в жизни есть не менее значимые ценности, которые невозможно воспринимать морально. Например, благосостояние, здоровье, самореализация.

Третье. Возможно, кто-то с разочарованием прочтет, что диапазон ценностей выстраивается в долгий континуум от мелочей быта до высочайших движений души. Ибо у нас есть ценностные ориентиры в повседневной жизни (уют, достаток, гастрономические пристрастия, покой). Но испытываем мы и высшие влечения: к прекрасной музыке, к благородству поступков, к совершенству личности – до благоговения. Именно так, от “что на завтрак” до “зачем жить”.

Четвертое. Исповедуемые нами ценности часто противоречивы до несовместимости, единой системы они не образуют. Да, наш ценностный мир не системен, и здесь таится одна из драм человеческого существования: мы обречены на метания в своем ценностном мире, жертвуем одними ценностями ради других, страдаем от таких жертв. Скажем, долг зовет к риску, а безопасность – к уходу от него. Моральные и утилитарные ценности едва ли антагонистичны. Здоровье требует отдыха, но самореализация побуждает к сверхнапряжениям. Чувственные радости противостоят духовным. И так без конца. Впрочем, какое-то кажущееся подобие иерархии между ценностями возникает, когда для личности одна из них оказывается важнее других. Но это, скорее, их преобладание, то есть сравнительно более сильное проявление. Так что ходовое выражение “система целей” – популярная фигура речи. Если, конечно, это не специально выработанная идеология – религиозная, партийная, корпоративная. Там, конечно, иерархия ценностей продумана и задана. Так что – полегче с системой в столь тонких средах.

Ценности и цели: большая разница

Пятое дополнение. Почему ценности – не цели? Вдумайтесь: все перечисленные ценности не случайно воспринимаются нами как процесс, а не конечное состояние. Если цели – планируемые результаты, то ценности – направления движения, никогда полностью недостижимые стремления. В математике есть понятие – асимптота; образно говоря, оно означает вечное стремление одной линии к другой без всякой надежды на соприкосновение с ней. Хоть здоровье, хоть качество, хоть любая другая ценность никаким конечным состоянием не обладают. В полноте своей они недостижимы. Но вот сократить заболеваемость по конкретным патологиям или достичь такого-то стандарта качества – дело вполне реальное, потому и целевое. Однако связь между целями и ценностями бесспорна. А именно: ценности определяют цели, а не наоборот. Мы цели ставим, побуждаемые ценностями, ради продвижения к ним.

Ценности первичны, цели вторичны. Цели есть фрагменты нашего движения к ценностям. Такие фрагменты бывают короткими или длинными, поскольку цели делятся на оперативные, долгосрочные и стратегические. Польза от такого разведения целей и ценностей видна на примере такого всеобщего и самого популярного общественного идеала, как *справедливость*.

Она не имеет прямого действия, поскольку сугубо партийна, и всеми трактуется по-своему. Прямая апелляция к ней ничего, кроме вражды и крови, не даст. Единственный способ ее применения – немедленный перевод ее в цели. Например, повысить доходы бедных, сократив их отрыв от богатых, что можно делить и измерять по стадиям, степеням разрыва между теми и другими.

Но коварство этого вечного идеала в том, что по мере продвижения к таким целям актуальными становятся все новые и новые проявления несправедливости. Скажем,

сокращение неравенства в доходах обостряет неравенство в способностях, уважении, во внешности, в судьбах, и так до бесконечности. Справедливость неисчерпаема, как материя или дух. И когда-то целевой аппарат становится бесполезным, ибо не все дистанции сокращаемы. Что ж, появится новый целевой аппарат – методы, помогающие безвинно невезучим преодолевать их чувства неполноценности, зависти. Последнюю еще в древности все религии считали большим грехом, но только сейчас психология вырабатывает терапевтические средства вспомоществования страдающим этим ценностным недугом.

Буйство ценностей можно укротить целями. И наоборот: мелочность целей – преодолеть ценностями. И надо научиться переводить общественные проблемы с языка ценностей на язык целей. Итак, ценности – это ориентиры в поисках блага, цели – планируемые результаты.

Кратко об объектных ценностях (обладание). Человек говорит: мои главные ценности – семья, дом, достаток, порядок вокруг, и стремится к совершенствованию и увеличению всего этого. Обычный набор *антропоцентрических* ценностей. А другой назовет свободу, достоинство, самореализацию. Тоже сугубо личностные ориентиры, но совсем другого порядка. Скажете, сначала первые, потом вторые? Нет, пирамида А. Маслоу, очень стройная и наглядная, устарела гораздо раньше, чем дошла до нас. Слишком много примеров того, как ценности второго порядка оказывались важнее тех, названных раньше. Еще один (а может, и тот же) человек подчеркивает значимость для себя *социоцентрических* ценностей: долг, законность, Родина, нация, демократия. Хотя, что именно он подразумевает под ними? Различия тут бывают вплоть до обратного знака.

Некоторые люди дорожат *сакральными*, богоцентрическими ценностями: праведность (безгрешная жизнь), смирение, любовь к ближним и дальним и вообще все, что способствует спасению души. Но одни воспринимают следование этим ценностям как сугубо обменную операцию с божеством (я Тебе... за это Ты мне...). Для других – это особенность их духовной жизни, сущности бытия. Хотя в миру сакральность бывает не только богоцентрической. Сакрализируются деловой успех, престиж, власть, ритуалы, любовь, предки, дружба, обычаи, таланты...

Все ценности давно разобраны по партиям, конфессиям, государствам, семьям... К примеру, консерваторы держатся за традицию, а либералы предпочитают свободу и ответственность человека. Социальное государство ориентировано на умеренность и достоинство образа жизни для всех, на протестантский манер. Коммунисты исповедуют коллективизм, превосходство общего над индивидуальным.

Ценности жаждут воплотиться в деятельность, тоскуют по ней. И мы готовим для них программы, резолюции, приказы, инструкции, кодексы. *Вот откуда вырастают цели!* Но при этом надо помнить, что, во-первых, люди часто путают цели и ценности. Во-вторых, *не задумываясь над своими ценностями, они ошибаются в постановке целей.*

Ценности необходимо различать еще по трем важнейшим признакам, путать которые опасно:

- ценности *органичные*, прочно связанные с унаследованной природой личности, менять которые невозможно, непозволительно;
- ценности *обретенные*, усвоенные под воздействием воспитания, сложившихся обстоятельств, они через рефлексию пересматриваются, заменяются другими;
- ценности *избранные*, то есть определившиеся в сознательном сравнении с другими, с пониманием их преимуществ. Они-то и являются основой для наиболее субъектных целей.

Органичные ценности следует признать базовыми для личности. К ним – кроме безопасности – относятся власть, первенство в делах (успех), иногда качество и др., стремление к которым определяет всю жизнь людей. А при благоприятных условиях прорывается в бурную, упорную деятельность на радость или горе окружающим, с пользой или во вред себе. Ценности обретенные имеют социальное происхождение:

Сравнение особенностей целей и ценностей

Цели	Ценности
– конечны – программируемое будущее – их достижение измеряемо или оцениваемо по результатам – рациональны (нужно и возможно) – соотносятся с затратами на достижение – имеют объективные показатели достижения – создаются, назначаются – есть исполнение, завершение (сделано – не сделано)	– бесконечны – воображаемое будущее – приближение к ним оценивается в сравнении с другими – выражаются через стремление и удовлетворенность – соотносятся с эмоциями, чувствами – субъективное восприятие преобладает над объективными показателями – внушаемы, воспитываемы средой – есть прежде всего процесс (лучше – хуже)

стихийно, безотчетно усваиваются от среды, которой мы объективно принадлежим (ценим то же, что ценится теми, кто вокруг нас). С избранными ценностями работать намного сложнее, ибо чаще всего они новы, непривычны в той среде, для которой предназначены. Для понимания названной сложности присмотримся к одному примеру. Я консультировал транспортную бизнес-организацию. С ее владелицей мы разрабатывали немало нововведений. Но вскоре мне стало очевидно, что основным агентом, движущей силой в осуществлении их оказываюсь я сам. Большинство сотрудников устраивало то, как все сложилось, они неплохо устроились. А глава компании, охотно соглашаясь со мной в необходимости запланированных изменений, подписывала приказы, распоряжения (их писал я), графики отчетов, участвовала в разработках, выписывала премии, но как только я покидал офис, сразу забывала обо всей инноватике и погружалась в изучение текущей проблемы. Свою роль во внедрении инноваций она была не в силах исполнять, ибо просто не обладала инновационным ресурсом на ценностном уровне.

Каково же было мое удивление, когда при обсуждении перспектив развития оргкультуры предприятия моя клиентка ухватила за проактивность как ведущую стратегическую ценность! Известно, как привлекательна эта ценность для бизнеса. Но в данном случае она объективно была чужда органичным ценностям личности, не имела в них поддержки, основания. В коучинге мы прояснили с ней противоречие: ее бизнес очень нуждался в проактивности, то есть стремлении опережать конкурентов, выдвигать на рынок услуги, которые еще не обеспечены спросом, но потребитель примет их при определенной политике продвижения и т.д. Она признавала, что избранная ценность несовместима с ее личной инерционностью, установками на покой и привычный образ деятельности. Оставалось одно – найти кого-либо на должность ответственного за развитие бизнеса и возложить на него инноватику в компании. Но первый же кандидат на новую должность деликатно разъяснил своей начальнице, что без ее высокой и деятельной заинтересованности его никто слушать не станет. А я обратил внимание на то, что к деятельной заинтересованности в этом она не склонна.

Мы видим: органичные и обретенные ценности воплощаются в решения и действия естественным образом и довольно надежно. Их только надо согласовать с целями: перевести деятельность с ценностного языка на целевой. Или с целевого на ценностный. Но избранные ценности заманивают в ловушку, если они оказываются в диссонансе с органичными и даже обретенными. Ибо их охотно признают, но часто оставляют лишь в декларациях. Так что не будем принимать заказ за потребность. Заглядывайте под цели. Там лежат их источники – ценности. Не пугайтесь того, что там увидите. А обнаружить вы можете всякое...

Но! Цели произрастают из ценностей не автоматически, не линейно, а исходя из условий среды, других ценностей и целей. И если ценности иррациональны, то цели – рассудочны и даже иногда разумны.

Кроме того, одни и те же ценности порождают разные цели. Вот, скажем, известная всем ценность – самоактуализация, то есть ориентация на применение своих способностей, утверждение в социальной среде, в собственном сознании как личности значительной, успешной. Если эта ценность и ценность долга по отношению к частному или общему социумам, самооценку других людей сильно взаимосвязаны, то формируются цели создания полезных организаций, конструктивных дел в помощь развитию социума, коммерческого или гражданского предпринимательства. А если ценность самоактуализации, личного успеха крепко сопряжена с идеалом силы, да и внешние обстоятельства не ограничивают, то... Ну, вы сами понимаете.

Так что же, цели задаются ценностями, предопределяют их? Да, но теперь пора усложнить эту зависимость. Ценности определяют цели не прямо, а через посредствующее звено. Ценности абстрактны, а люди действуют в конкретных и разных условиях, средах, обстоятельствах. Человек живет в гармонии с собой, если его ценности вполне соответствуют господствующим ценностям среды, а сложившиеся обстоятельства позволяют ему непосредственно из ценностей выводить цели. А если сложившийся беспорядок вполне устраивает большинство, неплохо в нем устроившееся, то я остаюсь при своих ценностях, но прихожу к убеждению, что возможности упорядочивания тут весьма ограничены. И тогда передо мной выбор: то ли мне покинуть эту организацию, то ли попытаться упорядочить хоть что-то, то ли смириться с тем, что есть. Любой из трех вариантов приводит к убеждению, как именно поступать здесь со своими ценностями – от непримиримости до конформизма.

Многие наши идейные демократы, оказавшись на руководящих постах, своими действиями воспроизводят чисто советский стиль работы. Например, подменяя или фактически подчиняя себе выборные органы или применяя репрессии к несогласным, по советской привычке воспринимая оппонента как врага. Дескать, с этим народом иначе нельзя; это очень хлопотно; сейчас не до этого; нет времени; я лучше знаю и т.п. Тем-то и отличаются идейные демократы от убежденных демократов. Последние пытаются максимально перевести свои ценности в убеждения: люди никогда не научатся избирать, пока не пройдут через неизбежные ошибки; бесконтрольная власть опасна; оппоненты должны иметь возможности для публичной позиции и т.д.

Так ценности преломляются через убеждения, то есть через *представление о том, насколько и как органичные, обретенные или избранные ценности можно реализовать в конкретных средах и условиях*. Очевидно, что избранные ценности чаще других отбрасываются убеждениями. Драматические разочарования начинаются тогда, когда органичные ценности не могут пробиться через прагматичные убеждения.

Теперь снова вернемся к метавопросу: где же субъектность наших целей, наша свобода в их выборе? Ответ таков: **субъектность целей – в рефлексии, то есть в осмыслении их ценностных оснований, в их саморефлексии и взаиморефлексии.**

Да, диапазон нашего выбора целей зависит от того, насколько мы способны (желаем и умеем) осознать и критически оценить их корневую связь с ценностной базой нашей личности. То ли самостоятельным душевным усилием мы поворачиваем себя к этим основаниям; то ли всматриваясь в других, сравнивая себя с ними, мы обращаемся к ценностным основаниям их целеполагания и переосмысливаем собственные. Как саморефлексия, так и взаиморефлексия могут привести к пересмотру ценностных рядов, к смене приоритетов в ценностных ориентациях, в убеждениях, а то и, наоборот, в утверждении и укреплении их, но уже осознанно, с большим пониманием себя (полное понимание нам недоступно).

Есть и чужие цели. Когда от собственных ценностей выращивать себе цели нельзя: опасно, нереально, стыдно (последнее – как раз случай противоречивости ценностей

до несовместимости). Или когда цели навязаны, заданы извне – директивно или через влияние среды, авторитетов.

Отчуждение целей от ценностей – патология целеполагания. Во-первых, отчужденные цели плохо достигаются, ибо не имеют естественной опоры в личности и, значит, для их достижения требуется особый аппарат принуждения и контроля. Во-вторых, они вызывают диссонанс в мотивации, неудовлетворенность и фрустрацию личности. И на системном, и на субъектном уровнях это приводит к сбоям.

Рефлексия существенно помогает предупредить конфликты ценностно-ценностные и ценностно-целевые. Жаль, что не все на это настроены, некоторые боятся заглядывать в себя так глубоко, а у кого-то просто не получается.

Еще одна особенность мира непредметных ценностей: он вечен. Новых ценностей здесь, в отличие от ценностей предметных, не появляется. Мы и сейчас исповедуем тот же набор ценностей, что и наши древние предки. Новые ценности создать невозможно. Новые вещи, идеи создаются все в большем количестве, а ценности – все очень старые. Меняются только их трактовки и приоритеты. В том и состоит прогресс (или деградация). Скажем, всегда ценилось красивое, но мода на конкретные “красивости” приходит и уходит.

Невозможно ни доказать, ни опровергнуть существование людей, у которых все ценности согласованы в единую систему, а из них произрастают соответствующие им цели. Обычным людям (а к ним относятся в этом смысле, наверное, все) рефлексия помогает не избавиться от своей ценностной природы, но определиться с приоритетами в ней, не давая каким-то ценностям производить цели, открывая эту возможность для более значимых, продвигая их к целям умом и волей.

Что есть идеал?

Теперь два существенных отличия. Есть ценности, по отношению к которым бессмысленно и невозможно ставить вопрос “зачем?” Зачем нам нужны здоровье, радость, любовь, справедливость, патриотизм? Это ценности, значимые сами по себе. Полное воплощение их в жизнь невозможно, они составляют наши *идеалы*.

Идеал – это воображаемое совершенство. Он противоположен практике, от которой всегда далек. Но идеал зовет к себе, побуждает действовать, продвигаться к нему. Между идеалом и повседневностью – непреодолимый разрыв и вечное противостояние. В этом исток динамики человеческого бытия. Преодолеть разрыв нельзя, потому что идеал не имеет прямого действия. Жажда внедрить его непосредственно в практику социальной жизни приносит только бедствия. Попытка установить справедливое общество не только изматывает его, но вызовет много новых несправедливостей. Словом, у идеала – свое место, и оно всегда на горизонте.

Бывают ли универсальные идеалы? Я знаю один: гармония. Умиротворенное согласие всех чувств и обстоятельств, без сбоев и противоречий. Полное благополучие души и тела. Или то, что вы сами понимаете под гармонией.

Наверное, другие идеалы более конкретны. Социальные идеалы: равенство, справедливость, свобода. Личные идеалы: здоровье, счастье, любовь. Религиозные идеалы: праведность, святость, спасение души. Экономические идеалы: процветание, изобилие материальных благ, свободная конкуренция, централизованное планирование. Этические идеалы: честность, искренность, бесконфликтность. Правовые идеалы: законность, отсутствие преступности... Можно продолжить про политические, управленческие, национальные и т.п. идеалы. Но при этом избегайте, пожалуйста, точности в определениях и группировках и в поиске границ между идеалами и идеологемами. Ценностный мир не выдерживает большой системности: он очень условен, субъективен. Впрочем, разве такая неопределенность не привлекательна?

Не менее значимы распределения идеалов по разным категориям людей и организаций. Всем известны классовые, партийные, государственные, религиозные, на-

циональные идеалы. Личные идеалы отдельных людей влияют на отношения между ними, на ведомые ими коллективы, движения, оргструктуры.

Вы согласны с тем, что *отнюдь не все идеалы прекрасны и благородны*? Немало людей превращают в свои идеалы то, что для других выглядит как утилитарная, мало-значительная ценность и даже угроза, соблазн, мелочь, излишество. К примеру, сила, богатство, власть, гламурный шик, престиж, уют и проч. Иногда идеал персонифицируется в личности (гений, вождь, родитель). Среди носителей ценностей есть масса “язычников”. Тогда согласитесь и с тем, что *не бывает людей без идеалов*. Высшая ценность, предельный ориентир деятельности или стремлений есть у каждого. Кто-то действует, а кто-то лишь стремится.

Так что идеалы могут быть плодотворны и тлетворны. Вот почему очень важно определяться с идеалами в бизнесе, в обществе, в частной жизни. Ведь идеалы объединяют и вдохновляют. И они же разводят по полюсам, сталкивают до вражды. Определиться с идеалами – значит сделать цивилизационный выбор. Современный мир разделен, обобщенно говоря, на две цивилизации именно по тяготению к парным, но противоположным идеалам:

- приоритет позитивному развитию *личности*, ее достоинству и ответственности перед другими, или же приоритет *государству*, его силе в отношениях с другими государствами, а личность прежде всего рассматривается с точки зрения полезности ее государству¹;

- приоритет отдается *законности*² как нейтральному и универсальному регулятору социальных отношений, или же преобладают личные или групповые решения по усмотрению конкретных властвующих лиц, не контролируемые ни подвластным населением, ни правом.

Вот две линии расхождения и выбора. Надо только добавить, что когда-то все человечество существовало на уровнях, отмеченных здесь под “или же”. Уровни над ним появлялись лишь с возникновением республик и безвластных монархий с разделением трех независимых властей (законодательной, исполнительной и судебной). Так что есть цивилизационные ценности, разобраться в которых остро необходимо.

Теперь два важных вывода. *Идеалы совсем не обязательно прекрасны и вообще положительные*. Они также различны и контрастны, как и сами люди. Любой социум имеет “толстую” и “тонкую” структуры. По одной люди образуют возрастные, профессиональные, половые, региональные и иные группы и категории по совершенно объективным признакам. А по другим – тонкоструктурным признакам – мы делимся на группы сознания сугубо субъективно (ценности, политические убеждения, информированность и т.п.). Идеалы как раз и есть один из основных тонкоструктурных признаков строения социума – общества, города, организации. И так же как люди очень разные, так различны и их идеалы. Приходится выводить понятие идеала из сферы непременно возвышенного.

Если мыслить и действовать целеустремленно, специально выбранные идеалы вполне можно систематизировать и построить идеологию, где есть фундаментальные ценности и производные, вторичные. Такие идеологии обладают огромной подъемной силой, спланируют массы людей в коллективы.

Не случайно потребность в идеологиях появлялась именно в кризисное время – либо после потрясений, либо для подготовки таковых. В истории нашего Отечества формула “Москва – Третий Рим” появилась после крушения центра мирового православия – Византии, как бы Второго Рима³. Наиболее известная государственная идео-

¹ Кстати, ст. 2 Конституции России утверждает: “Человек, его права и свободы являются высшей ценностью”. А их защита есть обязанность государства. И ст. 21 подтверждает: “Достоинство личности охраняется государством”. Так, может быть, мы уже определились наконец – кто для кого?

² Законность оценивается по нескольким критериям: примат права перед законом, осуществимость законов, обеспеченность их правоприменением, независимость судов, развитые гражданская правозащита и правосознание граждан (см. об этом [Пригожин, 2007, с. 52–53]).

³ В начале XVI в. псковский инок Филофей впервые сформулировал эту идеологию в письме великому князю Василию III: “Два Рима пали, третий стоит, а четвертому не бывать”.

логия России – “православие, самодержавие, народность” – была сформулирована графом С. Уваровым для Николая I после восстания декабристов и событий 1830–1831 гг. в Польше, испуга от Французской революции 1830 г. “Свобода, равенство, братство”, “От каждого – по способностям, каждому – по потребностям” – подобные революционные идеологии неслись далеко впереди оружия. “Правовое, социальное государство” как уже глубоко разработанная на Западе идеология еще недавно воспринималось новой Россией с энтузиазмом. Поиск новой национальной идеи заботит нашу общественность и сейчас.

Крупный и средний бизнес тоже догадался о возможностях идеологии. Примеров тому все больше: “тотальное качество”, “клиентная ориентация”, “организация мирового класса”, “*market-maker*”, “инновационность” и т.п. Некоторые из них были (и есть) очень уж “псевдо”. Особую досаду у меня вызывает псевдоидеология “мы – одна семья”. Она фальшива и противоестественна для здорового бизнеса; при наемном труде просто невозможна. Ну, скажите, “семейники”: в каком смысле образ семьи применим к коммерческим организациям?

Другое дело – идеология социальной ответственности бизнеса. Гражданское общество, государство, местная власть все настойчивее требуют от предприятий обязательств по отношению к населению, природе, культуре, школам, больницам. В разной степени обоснованности и искренности, но руководители действительно принимают эту ценность. Или “этический бизнес” – близкая к предыдущей идеология: не коррумпировать друг друга и власть, соблюдать критерии порядочности применительно к сотрудникам, клиентуре, поставщикам, кредиторам.

Еще один вывод: *идеалы есть у всех*, включая тех, кто это отрицают. И у явных циников. Есть даже “воровской идеал”: похитив безнаказанно некий миллион, раскручивать его потом до бесконечных миллиардов и чудесной жизни. Встречаются люди с сугубо потребительскими, житейскими идеалами (безопасность, богатство, удовольствие, шик и проч.).

В бизнесе тоже очень значим выбор идеалов. Ведь большинство наших бизнес-организаций относится к лидерскому типу, где личность руководителя сильно влияет на состояние дел, настроение, культуру и т.д. По моему опыту, можно выделить шесть типов предпринимателей, имея в виду их идеалы:

- “*маниманы*” – те, для кого деньги самоценны, их накопление становится главным безотносительно к потребности тратить;

- “*спортсмены*” – те, кто ценят возможность побед в конкуренции, достижительность как таковую, для них первенство, лидерство превыше всего;

- “*государственники*” (так теперь они себя называют⁴) ориентированы на свой вклад в улучшение общества, в развитие страны или города, региона. Такие с чувством и много говорят о бедах общества и местности, о том, что надо сделать для них, и т.д. Улучшение общества – их идеал;

- “*созидатели*” – те, кто движим идеалом создания чего-то значимого, жаждой оставить после себя важный след на земле, материализовать себя в большом результате трудов своих для памяти потомков. Они охотно говорят об истории и этапах становления дела, о достижениях и планах. Совершенная бизнес-организация и есть их идеал;

- “*гедонисты*” – сугубо земные, но активные и способные люди с идеалом максимизации удовольствий любых видов, радостей от самого существования, для чего и нужны успешный бизнес и карьера. Этих легко узнать, едва зайдет речь о курортах, ресторанах, светских звездах;

- “*охранители*” – те, кто как бы нанизаны на руководимое ими дело без всяких сильных увлечений, тратят средства и способности прежде всего на поддержание, сохранение собственного предприятия, без амбиций, но со страхом потерять его.

⁴ На рубеже 1980–1990 гг. так себя называли сторонники преобладания госсобственности и централизации решений в экономике, политике, культуре. Теперь значение термина изменилось.

Что ж, есть такой идеал – безопасная стабильность. Не самый худший. Они осторожны в разговоре о деле, зато охотно обсуждают неудачи других и возможные угрозы себе.

Конечно, последняя категория всегда в большинстве во всех странах и во все времена. “Государственников”, пожалуй, меньше всего. Но мне везло на встречи с ними и сотрудничество. Немало и сочетанных типов, носителей разных идеалов с преобладанием одного из них. Динамика любого общества задается комбинацией весьма малых меньшинств – “спортсменов”, “государственников” и “созидателей”, то есть тех, кто способны создавать новые прибыльные рабочие места. Их не больше четверти среди предпринимательского сословия. И это притом, что само сословие составляет около 3% населения всякой страны.

Если вы – предприниматель, вам, возможно, интересно определить себя в этом ценностном ряду и оглядеться вокруг: кто ваш брат по идеалам? Не исключено, что с кем-то из них стоит создать сети контактов то ли для единого дела, то ли для общения по близости взглядов, а с кем-то встреч, возможно, лучше избегать. Так, партнерство с “маниманами”, “спортсменами”, “жизнелюбами” гораздо менее надежно, чем с остальными идеологическими типами предпринимателей. Наилучшие стратегии – “государственников”, “спортсмены” и “созидатели”. Они же больше других озабочены развитием организационной культуры. А еще важнее не ошибиться при формировании команды. Бывает, квалификация, опыт, лояльность – все с плюсом, а вот идейная несовместимость когда-то становится невыносимой.

Идеологемы – прикладные ценности

Итак, мы разработали суть и типологию идеалов как ценностей самих по себе. Но кроме них, у нас есть прикладные ценности, по отношению к которым вполне уместен вопрос “зачем”? Это и есть идеологемы. Эти ценности специализированы по профессиям, они сознательно выдвигаются, формулируются в зависимости от ситуации, времени, планов. Их разнообразие беспредельно. Группировать их можно по-разному, выделяя, например, ценности:

- **порядка** (пунктуальность, дисциплина, управляемость, стабильность, безопасность, ответственность, согласованность и т.д.);

- ценности **развития** (достижительность, инновационность, проактивность, конкурентность, синергия, клиентоориентированность, креативность, профессионализм, качество, эффективность, лидерство на рынке, стратегичность, целеустремленность, карьера, темп и т.д.);

- **отношенческие** (командность, взаимная обязательность, доверие, состязательность, уважительность, доброжелательность, демократизм, достоинство, открытость, честность и т.д.);

- **благополучия** (доходность, благосостояние, семья, природа, комфорт, здоровье, безопасность, образование, интересная работа, лояльность, бесконфликтность и т.д.);

- **социальные** (польза обществу, социальная ответственность, добрый след в жизни и т.д.).

Их можно перераспределить, скажем, на экономические, моральные, поведенческие, гражданские, профессиональные, художественные и проч. Конечно, некоторые могут появляться в разных группах ценностей.

Как видим, далеко не всегда четко “разводятся” идеалы и идеологемы, а когда границы понятий не строги, действует принцип конвенциональности. Иначе говоря, как мы в своем экспертном кругу договоримся, какое общее понимание примем, так и будем различать. Главное – быть понятным.

Но зачем нужна группировка по ценностям? Прежде всего для того, чтобы осуществить диагностику по ценностям – людей, организаций, стран, слоев и классов: что преобладает у них сейчас, как меняется соотношение разных групп ценностей? **Пусть аксиология как наука о ценностях станет и клинической дисциплиной.** Мы много узнаем о себе интересного, а главное, это знание будет доказательным.

Но еще важнее – ориентиры назревших изменений в самых “тонких” сферах социумов: какие ценности нам надо осваивать? А какие устаревшие ценности удерживают нас в прошлом? Или какие ценности прошлого напрасно теряются, хотя их следует укреплять в наших сознании и действии?

Следует ли отсюда, что идеалы имеют более общее содержание, а идеологемы – конкретнее, что первые производят вторые? Я уже говорил о наивной вере в структуризацию столь неопределенной сферы. Границы и зависимости в ней очень условны, исчезающе тонки. Даже предложенные здесь дефиниции типологии, схемы мне самому кажутся грубыми. И все же некоторая первичность идеалов по отношению к идеологемам прослеживается, причинно-следственные связи между ними действуют.

Если мы имеем дело с идеалом “совершенство моего бизнеса” (идеологический тип “созидатель”), то для него наверняка окажутся приоритетными такие идеологемы, как командность, инновационность, конкурентность, лидерство и т.д. Отнюдь не все они столь же близки “охранителю” и “жизнелюбу”.

Если для нас с вами идеал – процветающая Россия, то для реализации его абсолютно приоритетны сейчас идеологемы “законность”, “качество труда”, “инновационность”. Сочетание достоинства и умеренности вытекает из сути социал-либерализма.

Разве так уж важно прояснение таких деликатных связей? Очень важно. Ведь ныне у нас господствует экономический материализм, согласно которому все дело в инвестициях, налогах, финансовых институтах, оргструктурах, технологиях. Все эти социокультурные изыскания в такой системе координат предстают как что-то второстепенное, невлиятельное. Между тем, можно считать доказанным, что затраты и управление бывают эффективными только тогда, когда они опираются на соответствующую ценностную базу, присущую народу, коллективам, личностям. Кто-то скажет: ну, что делать, если не преобладают у нас такие выигрышные сегодня ценности, сильнее у японцев или датчан? Как преодолеть социальную бедность, которая вызывает бедность материальную?

Вспомним приведенное ранее деление ценностей на органичные (врожденные), обретенные (усвоенные из среды) и избранные (осознанно принятые в качестве приоритетных). Если так много причин наших проблем лежат в ценностной почве, то не следует ли нам обратиться к двум последним типам ценностей, как относительно управляемой сфере ценностного мира?

(Окончание следует)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Пригожин А.И. Дезорганизация. М., 2007.

© А. Пригожин, 2010