



**Кафедра философии и религиоведения
Лаборатория социологии религии**

Влияние религиозности на базовые ценности руководителей



В исследовании приняли участие 11 респондентов – руководителей трудовых коллективов численностью 30 – 50 человек с опытом работы от 5 лет

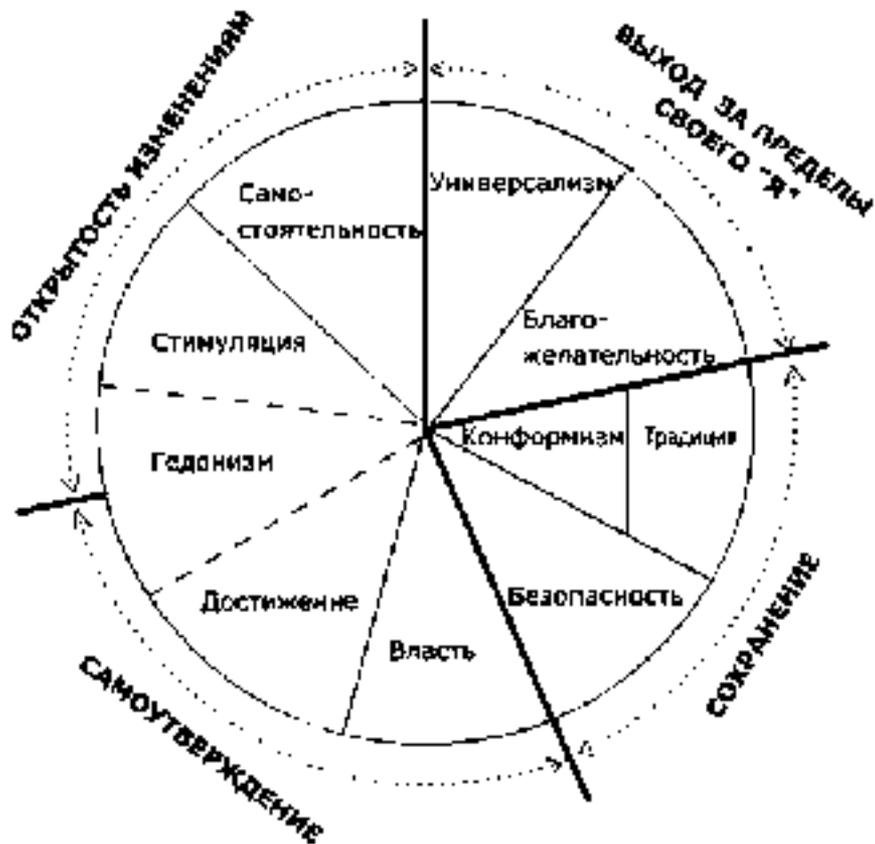


В фокусе нашего внимания был вопрос: насколько похожи ценности руководителей, различающихся по уровню религиозности?

- **Можно ожидать, что в должности руководителя работают люди, ориентированные на успех, достижение, самоутверждение, власть, материальное благополучие.**
- **Мы ожидали обнаружить у религиозных руководителей заметно выраженное смещение ценностной структуры в сторону ценностей заботы о других в ущерб ценностям самоутверждения**

В исследовании использовались две методики изучения ценностей:

Формализованный Ш. Шварца : ценности – это широкие конструкты выражающие то, что важно для людей. Они образуют круговую структуру, где соседствующие ценности гармонично сочетаются, а противоположные - конфликтуют



- Неформализованный : Биографические интервью продолжительностью от 1,5 часа, в ходе которых задавались и вопросы о религии, месте религиозных практик в жизни респондента

Мы сравнивали две группы руководителей по глубине проникновения религиозных взглядов в повседневную жизнь (методика В-индекса В.Ф. Чесноковой):

- первая из 6 респондентов – воцерковленные православные: практикуют ежедневную домашнюю молитву и чтение религиозных текстов, посещают храм еженедельно, регулярно причащаются и соблюдают предписанные РПЦ посты**
- вторая из 5 респондентов – невоцерковленные: посещают храм, причащаются, молятся дома нерегулярно либо нерелигиозные**

Неожиданные ценностные комбинации открылись уже в начале исследования:

- большинство респондентов-руководителей демонстрировали одновременно высокую выраженность противоположных ценностей Достижения и Заботы о людях и природе, что противоречит теории**
- такой ценностный конфликт обнаружился как у воцерковленных православных руководителей, так и среди невоцерковленных**
- в группе воцерковленных индекс Заботы проявлялся ценностью Благожелательности**
- в группе невоцерковленных индекс Заботы проявлялся ценностью Универсализма**

Респондент 1 говорит о важности благожелательности:

«Строгая бюрократия в компании тормозит развитие, потому что простое человеческое понимание теряет свое значение».

Оценка значимости ценности благожелательности по опроснику Шварца (рис. 1) значительно превышает средние показатели по России и составляет 1,62. Одновременно с этим оказываются важными ценности Достижения (1,12) и Власти-Богатства (0,62)

Для респондента 3 значимые ценности Благожелательности и Достижения присутствуют одновременно в следующем фрагменте интервью: *«Я неудобный руководитель. В восьмидесяти процентах решений я руководствуюсь ... пониманием по отношению к человеку.. Потому что можно успешно выполнять свои задачи и оставаться лояльным компании, не перемалывая людей».*

Респондент демонстрирует одновременно высокую важность Достижения (1,0), Универсализма (1,2) и Благожелательности (1,4). Для него важно одновременно предоставление равных возможностей всем людям и забота об их благополучии.

Для респондента 4 Благожелательность (1,7) так же важна, как и Достижение (1,0) «Команда и коллектив – разное. Команда – это то, что можно назвать “механизмом”: если винтик сломался, его заменили. В коллективе – как в живом организме: если что-то не получается, все настроены помочь. Как в живом организме: может быть температура, но весь организм настроен выздороветь» «Карьера у верующего человека вполне может быть, и не могу сказать, что нужно идти по головам, это при подборе людей надо... нужна определенная мудрость. Для меня это было возможно».

Для респондента 5 весьма велико значение ценности Универсализма (1,04), что также мы слышим и в интервью: *«А в коллективе своем надо время, чтобы дать шанс каждому себя показать»*.

Респондент 6 при важности Достижения (1,0) также ценит Универсализм (1,5) что подтверждается в интервью: *«В своем коллективе я должен знать возможности каждого сотрудника», «К сотрудникам я относился с уважением, потому что понимаю, как руководитель, что от них зависит доход компании и мой, но прежде всего – это уважение как к профессионалам в этой области...», «Те [сотрудники – прим авт.], кто не выполнил план, рассказывали: “из-за него не выполнили”. Я ничего плохого с ним не делал – не грозил увольнением, просто выяснял, как человек оценивает свои возможности, и давал второй шанс».*

Респондент 7 также демонстрирует высокую значимость ценности Достижения (0,9) и, одновременно, Универсализма (1,0), что мы слышим и в интервью: *«Я даю возможности всем показать себя, и каждого уважаю».*

В приведенных примерах прослеживаются две примечательные особенности:

- **во-первых, мы значительно чаще, чем в предыдущих исследованиях, наблюдали одновременно высокую значимость противоположных ценностей Достижения с одной стороны и Благожелательности и/или Универсализма – с другой. Это противоречит теории и может объясняться принадлежностью респондентов к социально-профессиональной группе руководителей**
- **во-вторых, есть разница между воцерковленными православными и нерелигиозными руководителями: первые более склонны к Благожелательности, вторые – к Универсализму**

Выбор между Благожелательностью и Универсализмом коренится в нравственных принципах и социализации человека, которые проявляются как значимые и в его трудовой деятельности:

- для воцерковленных православных характерна Благожелательность. В наиболее концентрированной форме христианскую нравственность предлагает Нагорная Проповедь Инструментом общения христианина со всеми людьми, в том числе и с врагами, является любовь**
- светскую (гражданскую) мораль можно условно соотнести с основными правами и свободами человека и гражданина, что соответствует ценностям Универсализма, поэтому предоставление равных возможностей сотрудникам, о котором говорят наши респонденты, вполне закономерно для нерелигиозного руководителя**

В заключение необходимо отметить, что описанные нами эффекты мы наблюдаем на эмпирическом материале интервью с 11 респондентами-руководителями, они нуждаются в дальнейшем исследовании на расширенных выборках.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Furmanova_2011@mail.ru

+7 962 364 78 53