

**Миссия организации, восстановление ценностного баланса в корпоративной культуре и арт-терапия.**

Тема миссии компании в нашем журнале не поднималась давно, тема миссии организации – и того дольше. Мода сошла на нет, возникла иллюзия насыщения информационного пространства. Чаще встречаются две читательские точки зрения: первая – «уже все ясно», и вторая - «разницы между этими миссиями нет». Нахожу оба этих вывода несколько преждевременными.

«Для чего мы собрались делать это» (миссия компании) может иметь огромное число вариаций. А вот у сообщества, у организации, выбравшей тот или иной вид деловой активности, миссия одна – в достижении баланса между "левополушарными" ценностями (цифры - деньги, доминирование, диктат регламента и т.д.) и "правополушарными" (человек, развитие духа, работа на общую цель и т.д.). Достижение этого баланса – отдельная задача Развивающего.

## Вокруг смотрящий

Директор по развитию должен внимательно следить за происходящим с корпоративной культурой. Кто-то скажет: «Следить? Да он должен активно и совместно с… ее формировать!». Совершенно точно, но в данном материале речь о том, чему традиционно уделяется крайне мало внимания - мониторингу разрыва.

Этот разрыв непросто заметить, еще труднее донести до управляющих факты в пользу своей точки зрения, убедить в опасности такой ситуации и привлечь коллег к совместному исправлению ситуации. Если разрыв между ценностными полюсами становится пропастью, компания оказывается в малоосознаваемой, но от того в не менее серьезной опасности. Этот разрыв нужно удерживать в приемлемых границах (у каждой компании они свои) и стараться по возможности сократить, создать гармоничный союз взаимного дополнения «правого» и «левого».

Трудности в работе директора по развитию с данным предметом объяснимы. Левополушарные ценности в культуре бизнес-организации появляются раньше, чем правополушарные. Пока дело создает «ценность для клиента», прибавочную стоимость и прибыль, оно остается бизнесом, поэтому все, что связано с рацио – это серьезно, это по-взрослому, это важно. Творческий подход к делу, забота о людях, внутренний креативный потенциал – это удел тех, кому заняться нечем. Такие суждения (особенно, когда они не произносятся, а исповедуются как само собой разумеющееся) крайне опасны.

Письма от агентов перемен и директоров по развитию дают нам примеры того, как часто первые лица компании не понимают мотивов усилий коллег, когда они начинают "трепетно относиться" к сохранению в компании творческого духа. Однако, это вовсе не склонность к культурно-массовой работе, а профессиональный выбор. ( Этот и многие другие выборы описаны здесь
).

## Нам песня строить и жить помогает

Иногда Развивающий встает в конфронтацию с менеджером по персоналу по вопросу организации корпоративного праздника . Первый и сценарий напишет, и внутренние таланты по такому случаю организует; второму (к счастью, не всегда) проще заказать стол в ресторане и нанять аниматоров.

Генеральному директору (тому, кто платит и заказывает музыку) по душе вариант корпоративного творчества только в том случае, когда он сам человек не ограниченный, и если не широко образованный в области культуры и искусства, то хотя бы не чуждый в молодости песен под гитару у костра или КВН-а. Когда ничего этого нет – вероятность компании заразиться «вирусом бесталанности» очень велика.

Как говорил Шопенгауэр, о человеке можно сказать многое по тому, как он расходует свободное время. Корпораты в таком контексте более чем показательны. И дело вовсе не в том, сколько потрачено денег на аренду помещения, стол и фейерверки, не в том, с каким восторгом и открытостью это было принято. Дело в том, сколько усилий, созидательной и объединяющей энергии самих сотрудников было вложено в этот праздник.

Забавно, как ощущают себя коллективы, в которых творчество когда-то было (стихи писались, HR-акции изобретались, полет творческой и юморной мысли был в почете и т.п.), а потом иссякло вместе с уходом талантливых людей. Средний уровень агрессии от текущей усталости выше привычного; скучно, тоскливо, бесцветно и, самое главное, еще на уровне памяти свербит, что что-то не так. Но что?!

Продолжение материала в нашем журнале

Материал связан со страницами:

Правополушарная месть Приглашение к эволюции Корпорат меняет все Персонал