

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ КАК ПРЕДМЕТ ФИЛОСОФСКО-ЭТИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ

В статье представлен философско-этический подход к анализу делового общения, при котором выявляются его сущностные характеристики, нормативно-регулятивная природа, раскрываются его ценностный потенциал и коммуникативная направленность.

Ключевые слова: общение, коммуникация, регуляция, мораль, этикет, игра.

У статті представлено філософсько-етичний підхід щодо аналізу ділового спілкування, де висвітлюються його суттєві риси, нормативно-регулятивна природа, розкривається ціннісний потенціал та комунікативна спрямованість.

Ключові слова: спілкування, комунікація, регуляція, мораль, етикет, гра.

The article considers a philosophical and ethical approach to the analysis of business communication. The author specifies essential features of business communication and its normative and regulative nature. The value potential and communicative tendencies of this phenomenon are shown as well.

Keywords: communication, moral, etiquette, play, control.

Цивилизационные изменения, происходящие в глобализирующемся обществе, актуализируют деловое общение, пронизывающее все виды и формы социального взаимодействия, нуждающиеся в постоянном воспроизводстве, упорядоченности и организованности. Наряду с тем, что деловое общение строится на рационализированных социальных программах, стратегиях и прогнозах, оно привносит в систему связей и отношений людей некую духовную компоненту, связанную с чувственно-эмоциональными переживаниями социального субъекта, единением, диалогичностью, переживанием ответственности, поиска меры справедливости. Это на сегодняшний день представляет собой безусловную актуальность как для социума в целом, так и для отдельного социального субъекта.

Среди авторов, исследующих деловое общение, можно назвать, прежде всего, тех, кто осуществляет философско-этический подход к его исследованию. Так, например, Г.С. Батищев, О.И. Даниленко, М.С. Каган, В.А. Малахов рассматривают деловое общение как разновидность общения, как проявление социальной коммуникативности, выявляя культурные координаты последнего. М.И. Дмитренко анализирует нормативно-регулятивные механизмы, управляющие процессом делового общения, затрагивает его знаково-символическую природу. Е.Н. Зарецкая посвятила значительный труд вербалике делового общения. Авторы курса лекций по этике делового общения Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич выделяют его моральную детерминацию. Зарубежные авторы, как правило, обращают внимание на прагматику исследуемого феномена и, соответственно,

технологии его организации. В этом случае обращают на себя внимание труды И. Бакштановского, Дж. Честара, М. Сабат, Дж. Ягер. Следует отметить, что исследование делового общения присутствует в контексте рассмотрения других явлений социальной действительности в отношении «человек-общество» (Э. Фромм), с позиций «общества потребления» (Ж. Бодрийяр), свободы и ответственности (Г. Йонас), социальной коммуникативности (М. Бубер, Э. Левинас), где представлен оригинальный ракурс в интерпретации поведенческой активности в общественной жизни. Однако многие проблемы, связанные с феноменом делового общения, еще находятся в статусе постановки и требуют специального рассмотрения. Расширение проблемного поля при интерпретации феномена делового общения, осуществление комплексного подхода к его анализу, исходя из требований философии сегодняшнего дня, и является целью данной статьи.

Деловое общение, в единстве своих рационализированных социальных программ и чувственно-эмоциональных координат, осуществляет процесс воспроизводства коммуникативных практик, создающих условия для внедрения фактов, упорядочивающих все виды социальных отношений. В процессе обретения культурных и цивилизационных навыков следует уделять особое значение механизмам социального контроля, так как именно они влияют на возникновение статусных и ролевых координат личности, ограничивая и направляя поведение людей в зависимости от целей и задач социальных учреждений. Каким бы ни было деловое общение по своим характеристикам – спонтанным, произвольным или преднамеренно организованным, – оно находится в системе регуляторов, которыми могут быть религиозная вера (М. Вебер) или устойчивые коллективные действия, такие как ритуал, обряд, обычай (Э. Дюркгейм, П. Бурдьё), любовь, совесть (Вл. Соловьев, Л. Фейербах). К требованиям, регулирующим деловое общение, относится также система принуждения, в которой главенствующую роль занимает юридический закон, административная норма. Особое место в регулятивной системе делового общения отводится принципам общественной морали: справедливости, ответственности, добросовестности. Участники делового общения – это равноправные партнеры, сотрудничающие между собой агенты, в равной мере заинтересованные в успешном решении социально значимых задач.

Общение, будучи производным от деятельности, распадается на виды и формы, среди которых деловое общение предстает как некое относительно самостоятельное явление социальной реальности, значимой духовно-практической деятельности. Данная разновидность общения в большей степени, чем многие другие наполняется личностными параметрами и коммуникативной интенсификацией, как устремленность к «другому», как возможность понять себя через «другого», наконец, посмотреть на себя со стороны «другого». В этом процессе особую роль приобретают факторы как вербальной (речи, переговоры, соглашения), так и невербальной (язык тела, костюм, аксессуары) вариативности.

Здесь преодолеваются границы «контактных взаимодействий», образуется нечто большее, что можно представить через своеобразный комплекс измерений антропологического, аксиологического, экзистенциального порядка. Деловое общение как динамический элемент социальной структуры приобретает самостоятельность и качественные характеристики в связи с расширением информационно-коммуникативных процессов современного общества. В деловое общение люди вступают ради социально-значимых целей, обусловленных мировоззренческими приоритетами, и прежде всего на основе их хозяйственно-экономических и политических стратегий. Деловое общение становится разновидностью трудовой, профессиональной, служебной занятостью людей. По мнению Е.Н. Зарецкой, «деловое общение – это любая профессиональная коммуникативная форма деятельности, чаще всего речевая» [1, с. 4]. Интерпретация делового общения как особой социальной деятельности позволяет раскрыть механизмы формирования сознания, становления личности через анализ соотношения внутреннего и внешнего, субъективного и объективного. Социальная деятельность предполагает следующие характерные признаки: это всегда деятельность субъектов, осуществляемая совместно; она предполагает взаимодействие субъекта и объекта, а потому всегда предметна, содержательна и реальна. Субъект в актах своей творческой самостоятельной деятельности не только обнаруживается и проявляется – он в них создается и определяется. Важное качество человека – быть субъектом, что значит изначально осуществлять практическую деятельность, которая объединяет в себе все другие виды его активности.

Деловое общение относится к разряду сложных социальных систем с присущими им факторами, которые детерминированы совокупностью формальных и неформальных требований, документальных и недокументальных нормативов. Деловое общение направлено на обобщение усилий, определяющих дисциплину и порядок в поведении его участников. Будучи ориентированным на достижение социально-значимых целей, деловое общение основывается на тех моральных приоритетах, которые соответствуют иерархии ценностей социальных институтов. Оно является по своей сути в большей степени демонстративным, чем другие виды общения. Оно инструментально и технологично в организации деятельности его участников. Как явление социальной действительности, деловое общение регулируется нормативной системой, состоящей из системы требований правового, административного и морально-этического порядка. Они и детерминируют его сущностное содержание, претворяющиеся в действия и поступки его участников, а также создают относительно самостоятельную систему, именуемую «корпоративной моралью». Корпоративная мораль находит себя в этике делового общения, которая включает в себя систему знаний о нормах поведения, оптимизирующих процессы достижения социально-значимых целей той или иной организации и контроль над их исполнением. Деловая этика «моделирует» и «проектирует» те морально-психологические качества людей,

которые актуализированы конкретной деятельностью. Наряду с морально-этическими обязанностями в систему регуляторов делового общения включаются правила хорошего тона, ориентированные на соблюдение приличий. Правила этикета включаются в общую систему социальной нормативности. Они устанавливают границы активности человека, обозначая параметры воли в его действиях и поступках. В своей совокупности они предлагают наглядный образец надлежащего поведения, где особое значение отводится внешней форме поведения [3, с. 139]. Правила хорошего тона в деловом общении репрезентируют как поведение отдельных его представителей, так и коллектива в целом. Созданный на их основе бизнес-этикет визуализирует поведение, актуализируя его формы, которые поддерживают принципы справедливости, соблюдение субординации и статусно-ролевые приоритеты. Нормативно-регулятивный потенциал делового общения, суммированный административно-правовыми и моральными нормами, поддержанные законодательством и укорененные традициями, а также представления о приличиях и пристойностях не только индицируют процессы социальной реальности, но и определяют их.

Нормативно-регулятивные детерминанты делового общения связаны с его предметно-вещным окружением, в котором разворачиваются межличностные контакты. Будучи включенным в специально оформленное коммуникативное пространство, человек косвенно принужден использовать его как посредника и осваивать систему визуальных обозначений, способствующих тому, чтобы он был таким, каким ему предписано быть социальным положением, ролью, статусом.

Деловое общение содержит в себе игровую компоненту, поскольку предполагает жить по определенным правилам, за пределы которых не следует выходить. Оно несет в себе некую агональность, состязательность участников в достижении цели и предвидении результатов действий, «обойти» конкурента, добиться уступок, «завоевать» партнера. Игровой характер делового общения находит себя и в имиджевых стратегиях, где напрямую используются лавирование, притворство, имитация. И эти приемы, даже если становятся заметными, воспринимаются участниками делового общения как некое должествование. Это как раз то, что И. Кант называл дозволенной моральной видимостью. «Чем более цивилизованы люди, — замечал философ, — тем больше они актеры; они внешне выказывают симпатию уважение к другим, скромность, бескорыстие, хотя этим никого не обманывают, так как всякий другой понимает, что все это неискренне, но очень хорошо, что так принято в мире» [2, с. 384].

Итак, в настоящее время деловое общение как явление социальной действительности вызывает интерес представителей философского знания. Философия включает феномен «деловое общение» в стратегию своих исследований в связи с интерпретацией таких понятий как деятельность, коммуникативность, нормативная регулятивность и т. д. Через их соотношение осуществляется аксиологическая направленность анализа. Деловое общение есть вариант общения, который отличает процедурно-упорядоченная структура и

официально-представительская форма, что связано с изучением вербальной и невербальной языковой наполненности общения, создающего его универсальный текст.

Литература:

1. *Зарецкая Е. Н.* Деловое общение : в 2-х т./ Е.Н. Зарецкая. – Москва : Дело, 2002.- Т.1.
2. *Кант И.* Сочинения в 6 т. / И. Кант. – Москва : Мысль, 1964. – Т. 6.
3. *Проценко О. П.* Етикет в просторі практичної філософії / О. П. Проценко. – Харків : ХНУ, 2002.

Надійшла до редакції 12.03.2016. Розглянута на редколегії 17.05.2016

Рецензенти:

Доктор філософських наук, професор, декан гуманітарного факультету Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» Копилов В.О.

Доктор філософських наук, професор кафедри теоретичної та практичної філософії Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна Корабльова Н.С.