

КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ КАК ФЕНОМЕН

Е.А. Попова

Деловое общение рассматривается сквозь призму институциональной экономики. Особое внимание уделяется особенностям его культуры, представленной в виде этикета и этики осуществления интеграционных процессов.

Ключевые слова: общение, культура, этикет, этика, манифестация личности, лай-диагностика, эффективность.

Тема культуры делового общения вызывает все больший интерес в силу высокой практической значимости. Особую роль она имеет для менеджеров организаций, занимающихся коммерческой деятельностью (маркетингом). Подчеркивая это, некоторые авторы справедливо ведут речь о «культурном капитале», все более связанным с деловым успехом, его достижением в условиях риска и неопределенности.

Одно из пониманий современной культуры делового общения следующее – это наиболее емкое и удобное средство регламентации взаимоотношений с внешней средой (общественностью). По большому счету речь можно вести об образе глобального мышления и действия тех, кто принимает управленческие решения, их определенном организационном сотруд-

ничестве, способным отличать «своих» от «чужих» (и не только в рамках самой организации, а в ее рабочей среде). Критериями при этом можно считать нормы поведения, ценности, ритуалы и табу, принятые в этой среде. Это также профессионализм, преданность и лояльность, дружеские взаимоотношения в системе предпринимательства.

В силу отмеченного, можно констатировать, что важно наблюдать за данным видом культуры, анализировать и понимать ее. Важно и то, что культура делового общения – это мягкое, а не жесткое понятие (такое как процесс, структура, бюджет). Но она становится «жестким» на тех предприятиях, где к ней относятся как к важнейшему конкурентному преимуществу (что и является на самом деле, если речь идет о преуспевающих организациях).

Как будет показано ниже, культура делового общения тесно связана с PR-менеджментом, его культурным полем, включающим многообразие видов субкультуры (административной, деловой, организационной), которое можно назвать важным фактором функционирования деловой организации, особенно в условиях глобализации, характерной для современного этапа общественного и социально-экономического развития.

Подчеркивая актуальность исследования, озвученного заголовком данной работы, отметим также, что сущностной чертой современной деловой организации выступают партнерские отношения на уровне взаимодействия контрагентов в рамках рабочей среды, которые взаимно их обогащают в процессе общения. А если речь вести о внутриорганизационных отношениях, то они – в рамках высокого уровня культуры – органически связаны с передачей ответственности на максимально низкий уровень (по линии иерархии управления производственно-коммерческой деятельностью). А это еще раз подчеркивает мысль о том, что высокий уровень культуры делового общения является свидетельством наличия команды единомышленников, нацеленных на общий (деловой) успех. Общение (как социальное явление) есть субстанция человеческого бытия. Это одна из характеристик «абсолютно-ценной» личности. Одиночество имманентно общению и неотделимо от него. Это особого рода переживание, сигнализирующее о неблагополучии в сфере общения (их антиномическое рассмотрение позволяет выявить особенности восприятия общения, порождающие страх перед определенными формами и условиями общения).

Человек – это общение [8], которое представляет собой «взаимопроникновение раздельного» [9]. Он онтологически пребывает в общении. Более того, он обречен на общение, находясь при этом в диалоге с культурой [2] и мире отношений Я и Ты, Я и Мы.

По справедливому мнению Ж. Батая, человечество состоит не из отдельных индивидов, но из их общения с другими [1]. Мы «представлены, даже самим себе, через систему общения, даже в полном одиночестве, мы

чувствуем его отсутствие как множество возникающих возможностей и как ожидание того мгновения, когда оно прорвется криком, который услышат все остальные. Ведь человеческое существование внутри нас...».

Интерес представляет и мнение А. Шопенгауэра о том, что «человек с богатым внутренним миром, находясь в совершенном одиночестве, получает превосходное развлечение в своих собственных мыслях и фантазиях» [10]. Говоря иначе, выдающийся ум, подкрепленный внутренним богатством, ведет к необщительности (а точнее, к общению типа Я и Я). Важно и то, что общество нивелирует личность, оно не терпит духовного превосходства и ради согласия с другими принуждает нас сжиматься и даже уродовать самих себя» [10].

О том, что любовь к одиночеству возникает как результат осмысления собственного духовного опыта (как нахождение своего призвания, как свободный выбор своего жизненного пути, возвышающегося над повседневным общением) пишут и другие авторы [5, 6]. Они также подчеркивают, что при всем этом стремление к одиночеству не является естественным для человека, ибо оно является продуктом общества и общения.

Общение как социальный феномен может оцениваться не только положительно, но и отрицательно. Речь в данном случае идет о вынужденном общении, превращающем отдельного человека в средство для других людей [4], а также «вплетенном» общении, сочетаем в себе осознание объективной необходимости связей людей на субъект-субъектном уровне, с одной стороны, и порождаемому им несвободе, с другой. Именно в этом аспекте можно, прежде всего, исследовать вопрос о «деловом общении» и его культуре, структуре и основных функциях.

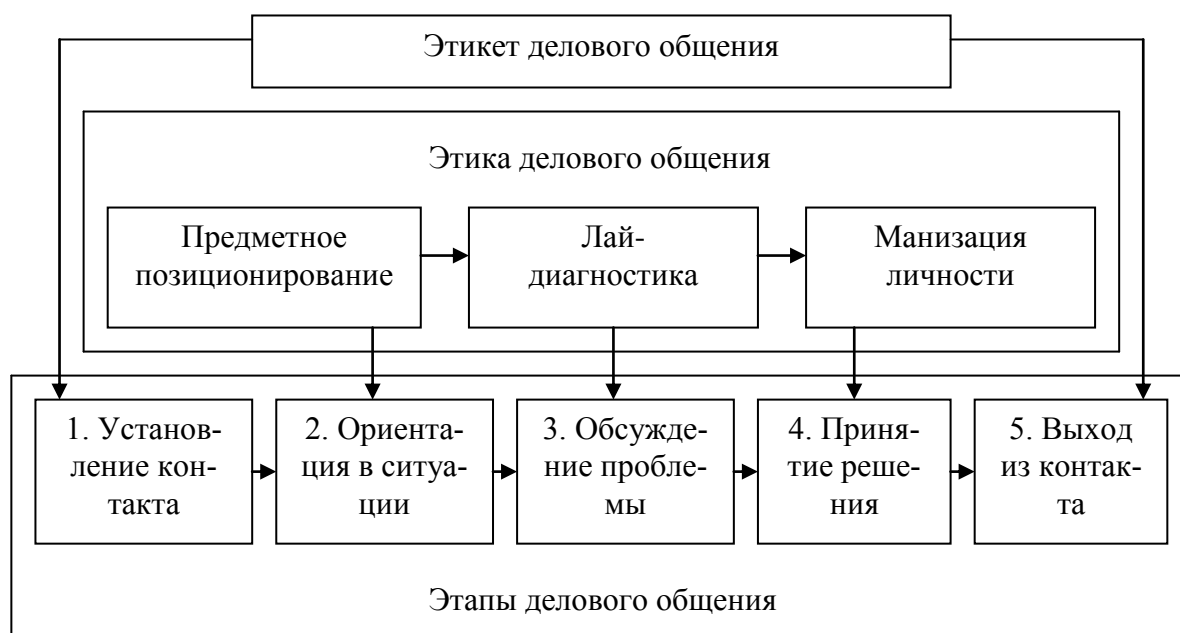
Ф. Бэкон обращает серьезное внимание на необходимость изучения институционального общения, наряду с общением свободным [3]. Им же выделено при этом частное, государственное и деловое общение. Последнее при этом требует создания науки о деловых отношениях (в этом случае образованные люди, овладев некоторыми практическими навыками, превзошли бы людей необразованных, несмотря на всю их долголетнюю практику и значительно успешнее поражали бы их собственным оружием).

Сегодня этот завет ученого (философа, социолога, экономиста) можно считать реализованным. Усилиями его последователей (не только зарубежных, но и отечественных) создана обширная литература по технологии и культуре делового общения, к числу которого относится и спортивно-педагогическое общение. Усилия в данном направлении постоянно преумножаются по пути интеграции теоретических и прикладных исследований. Особую роль при этом имеет выделение форм и средств данного вида общения, стремление постичь его во всей целостности с целью достижения делового (профессионального) успеха.

Подчеркнем также, что общение как особого рода деятельность имеет следующую структуру: цель – стимул – средство – процесс – результат. Некоторые авторы в эту структуру вносят и другие понятия, подчеркивая тем самым возможность более глубокого исследования данного феномена культуры.

Под деловым общением нами понимается вид общения, определяющим содержанием которого выступает совместная деятельность людей, их общее дело. Основные особенности делового общения: 1) партнер выступает как личность, значимая для других партнеров; 2) общающихся отличает достаточное понимание в вопросах дела; 3) основная задача – деловое сотрудничество. Данный вид общения (с позиций его культуры) тесно связан с такими понятиями, как деловой успех, предпринимательская этика, этикет, коммуникация как передача информации, которая значима для участников общения.

Обобщая, особенности культуры делового общения можно представить с позиций этикета и этики осуществления интеграционных процессов можно представить следующим образом (рис.). В основе его построения лежат этапы делового общения.



Особенности культуры делового общения с позиций этикета и этики осуществления интеграционных процессов

Этикет делового общения во многом определяет первый и пятый этапы. Суть первого этапа – установление контакта – имеет задачу, связанную с побуждением к общению и создание на этой основе максимального поля

возможностей за счёт «размытия» защитный психологических механизмов другого человека. Суть пятого этапа – выхода из контакта – определяется приветливостью (созданием своего образа, который остаётся в памяти партнёра в качестве полезного впечатления).

Этика делового общения имеет «выход» на другие его этапы [7]:

– ориентация в ситуации, определяемая обстоятельствами и людьми. Задачи этого этапа: определить стратегию и тактику делового общения, развить интерес к нему;

– обсуждение проблемы (вопроса, определившего необходимость делового общения);

– принятие решения.

Данный выход определяется предметным позиционированием, лай-диагностикой и манизацией личности. Имеется ввиду открытость или закрытость общения, что определяется степенью доверия к партнёру и возможных последствиях делового общения. Важно выявить его самооценку, используя для этого рефлексивную, доминантную технику самопрезентации, эффекты контраста ассимиляции.

С переходом к рыночной экономике богатый международный опыт психологической подготовки руководителей стал использоваться и в России. Отметим также, что данные вопросы мы рассматриваем сквозь призму институциональной экономики, основой которой является понятие человека экономического (менеджера нового типа). О сущности этого человека (с позиций культуры делового общения) шла речь в данной работе.

Библиографический список

1. Батай, Ж. Литература и зло / Ж. Батай; пер. с фр.. – М.: МГУ, 1994. – 204 с.
2. Бахтин, М.М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 114 с.
3. Бэкон, Ф. О достоинстве и приумножении наук / Ф. Бэкон. – М.: Мысль, 1977. – 156 с.
4. Гегель, Г. Лекции по эстетике / Г. Гегель; пер. с нем. – М.: Соцэкгид, 1938. – 224 с.
5. Гладышев, В.И. Компенсаторное общение: социально-философский анализ / В.И. Гладышев. – Екатеринбург: БКИ, 1999. – 292 с.
6. Кант, И. Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане / И. Кант; пер. с нем. – М.: Ками, 1993.
7. Попова, А.А. Деловая этика / А.А. Попова. – Челябинск: Уральская Академия, 2012. – 76 с.
8. Сартр, Ж.П. Тошнота / Ж.П. Сартр. – М.: Политиздат, 1992. – 182 с.
9. Франк, С.Л. Духовные основы общества / С.Л. Франк; пер. с англ. – М.: Республика, 1992. – 170 с.

Наука ЮУрГУ: материалы 68-й научной конференции
Секции экономики, управления и права

10. Шопенгауэр, А. Афоризмы житейской мудрости / А. Шопенгауэр; пер. с англ. – М.: Просвещение, 1992. – 306 с.

[К содержанию](#)