

КОМУНІКАТИВНІСТЬ ЯК АТРИБУТНИЙ ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Постановка проблеми. Духовна компонента ділового спілкування представлена системою ціннісно-оцінювальних смислів і відносин, які виникають на їх основі. Вона актуальна в здійсненні тих процесів, які мають першорядне значення не тільки для організації справи, але й для існування співтовариства, колективу, що приводить його в рух від задуму до результату. Духовні цінності, які включені в систему контактів, зв'язків, взаємодій у діловому спілкуванні, торкаються, насамперед, варіативності стану поведінки, свідомості, якостей характеру його учасників. Ділове спілкування потребує злагодженості, єдності дій, які тільки й можливі у зв'язку з відповідними їм явищами духовного порядку, які отримали в різних дослідженнях такі визначення як корпоративний дух або підприємницький етос. Це те, що являє собою чуттєво-інтелектуальну і нормативно-регулятивну стійку систему, до якої належать такі комунікативні акти як партнерство і співробітництво.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній науковій літературі проблемам духовної комунікації було присвячено достатню кількість робіт, зокрема таких авторів, як: О.Г. Данильян, І.В. Степаненко, Т.О. Андрєвої, Т.В. Голі-Оглез, О.П. Проценко, В.Г. Рибалко та ін. Дана наукова спадщина є підґрунтям для розробки ціннісно-значимих і нормативно-регулятивних координат, вибору пріоритетів, орієнтованих як на індивіда, так і на соціокультурний простір в цілому.

Мета статті – донести до читача думку, що духовна комунікативність у діловому спілкуванні є важливим показником ефективної економічної діяльності. Проблеми, порушені у статті, є надзвичайно актуальними і переплітаються із загальними соціальними проблемами, вплив яких відчуває на собі ділове спілкування у сучасному суспільстві.

Виклад основного матеріалу. Суб'єктами ділового спілкування виступають партнери або співробітники. У його динаміку включаються дії комунікативного характеру, завдяки яким і створюється той духовний потенціал, який називається співдружністю.

Комунікативні дії у порівнянні з цілеспрямованими діями передбачають взаєморозуміння спільної для дійових осіб ситуації. Спільні зусилля є результатом інтеграції не тільки і не стільки тілесно (бути поруч), але й мати єдиний інтерес, спільні ідеї, прагнути до однієї мети, сповідувати єдині цінності. Головним критерієм таких відносин, на думку Х.-Г. Гадамера, виступає “претензія на істинність”. Вона реалізується в різноманітних соціальних актах, які є способом трансляції і зберігання духовних цінностей [2].

Настанова на дружелюбність, як спосіб зміцнення доброзичливості і готовності до контакту і діалогу, надзвичайно важлива в духовній комунікативності ділового спілкування. Вона є формою вирішення спірних питань і проблемних контактів. Завдяки їй здійснюється діалог між партнерами. Дружелюбність не викликає негативних емоційних реакцій: не створює почуття страху або невпевненості, компенсує емоційні затрати, позбавляє насилля.

Вона лежить в основі співдружності, яка сприяє підтримуванню інтеракції. Її відсутність може позначитися на припиненні ділового спілкування, коли один із партнерів буде відчувати себе вільним від зобов'язань, сприймаючи відсутність дружелюбності як тиск. Якщо ставлення дружнє, то тоді відсутні будь-які жести обмежень у стосунках між партнерами.

Суттєвим фактором у становленні співдружності, яка створює довіру у діловому спілкуванні, є засвідчення сповідуваних цінностей.

“Засвідчення (маніфестація, практичне втілення) цінності, – пише польський дослідник А. Гжегорчик, – повідомляє словом чіткий смисл. Людина, яка зустрічається з діяльністю, що реалізує певну цінність, починає розуміти етос цієї людини, а також ті словесні формулювання, в яких цей етос знаходить своє вираження” [3].

Дружелюбність або дружність є духовною цінністю у діловому спілкуванні. Вони соціально обумовлені і базуються на необхідності спільних зусиль, які породжують особливу симпатію, прихильність між людьми.

“Якщо ми усунемо із природи узи благочинності, – наголошував Цицерон, – то ні дім, ні місто не вціліє, навіть обробка землі припиниться” [10].

В основі співдружності лежать спільні зусилля. Вона і виступає як взаємодія між суб'єктами, в основі яких лежить відношення до вирішення конкретних виробничих завдань або намічених цілей.

Ділове спілкування у сучасному суспільстві відчуває на собі вплив загальних соціальних проблем (соціальної мобільності, інтенсивності контактів, прискорення ритму життя і його стандартизацію, підвищення значення рольового і статусного конструювання відносин), що не може не відбитися на специфіці його духовної основи. Вона не стільки втрачає своє значення і зміст, скільки зводиться в своєму прояві до соціально-практичної доцільності. У результаті цього співробітництво у діловому спілкуванні припускає певне відсікання в емоційно-експресивних проявах, зниження ступеня інтимної відвертості, розширення інформаційно-комунікативного простору. Воно вилучає все те, що заважає справі, відволікає, забирає час, уповільнює процес. При цьому у діловому спілкуванні значно зростає роль елементів діалогічності: взаємодопомога і взаємопідтримка, погодження в думках і поглядах, повага до гідності особистості, шанування вірності, чесності, порядності.

Дотримання ввічливості забезпечує підтримування між людьми такої соціальної дистанції, яка знімає емоційну напругу і зменшує виникнення відкритих форм протиборства. Ввічливість як спосіб здійснення різних контактів включається в загальний інтерес учасників спілкування. Вона є тим обов'язком, який існує як негласний і документально не зареєстрований договір у спільних діях.

У діловому спілкуванні духовна компонента включає в себе прихильність не стільки до людей, скільки до діяльності, і не тільки до її результату, але і до процесу, зайнятості. Зайнятість створює особливу турботу, яка структурує повсякденність і входить у життєвий світ людини, створюючи феномен соціальної самотності, тобто тієї соціальної сфери і її продукту, з яким людина діла себе ідентифікує. Це та візуальна область, котра дозволяє внутрішньому світу людини опинитися зовні. Діалектика збігу внутрішнього світу із зовнішнім у діловому спілкуванні, де відбувається реалізація його свободи, творчості, любові, знайшла соціально-філософську інтерпретацію ідеї Г.С. Сковороди про “сродну працю”. “Сродна праця” є результатом вибору, переваги людини, здійснення її волевиявлення, втілення її соціальної свободи. У такій праці проявляється міра і критерії відповідальності, визначається коло обов’язків, які залучають суб’єкта в систему практичної діяльності. “Сродна праця” дарує людині не тільки засоби для існування, але і такі блага, як смисл життя і щастя, які виступають як базові в ієрархії духовних цінностей. У реалізації своєї природної сутності в “сродній праці” людина здобуває “внутрішнє світло, сердечну веселість, душевну силу”. Виражаючи свою природну суть, схильність до певної зайнятості, індивід знаходить себе і в соціумі, покладаючи на себе зобов’язання, які зумовлюють співпрацю [6].

У процесі предметної діяльності лежать вітальні потреби, які покликані забезпечити індивідуальне і видове існування людини, що знаходяться на певній стадії її розвитку. На їх основі виникає різноманітність потреб, які необхідні не тільки для виробництва матеріальних благ, а й тих, що пов’язані з різноманітними інтересами людини: пізнавальними, релігійними, політичними та іншими. У процесі трудової діяльності виникають і такі потреби, які пов’язані з організацією та економією сил, енергії, спрямованістю вольових зусиль, що трансформуються у винаходи. Ускладнення трудової діяльності приводить до кооперації, солідарності, колективізму як справжніх соціальних видів взаємодії. Процес будь-якої предметно-практичної колективної діяльності передбачає потребу індивідів належати до тієї чи іншої соціальної спільності, формальної чи неформальної, але так чи інакше організованої. На даний час така потреба поєднується необхідністю людини ідентифікувати себе з функціональною зайнятістю, відчувати увагу і повагу з боку оточуючих, і більш того, завойовувати авторитет, користуватися довірою і викликати симпатію. У ході формування соціально орієнтованих потреб особливе місце належить нормотворчості, створенню системи вимог, настанов, кодексів, катехізисів, котрі не тільки покликані упорядковувати ту чи іншу сферу соціальної діяльності, а й стимулювати і прогнозувати її [1]. Кожний новий етап у господарській діяльності, що постійно ускладнюється, пов’язаний зі створенням нормативного зразка людини свого часу, ідеального типу відносин, а також душевних якостей, психологічного складу, стереотипу поведінки. Нормативний тип рицаря, дворянина, ремісника, монаха, буржуа, підприємця, ділової людини уособлює душевний склад особливості і духовний континуум індивідів, що здійснюють між собою комунікацію.

У духовних перипетіях вільної підприємницької діяльності особливе місце отримало осмислення і втілення в практику відносин “життя для себе”, куди входять усвідомлені суб’єктом і приналежні йому права і можливості, і “життя

для інших”, яке складається із системи обов’язків, що є основою соціальної детермінації.

Нарівні з вітальними, соціальними та ідеальними потребами до духовних пріоритетів входять так звані допоміжні потреби: потреба у набутті методів і способів самозбереження як природного, так і соціального суб’єкта, і “потреба подолання перешкод на шляху до мети, яка іменується волею”. Сюди входить комплекс знань і навиків, які завдяки набутому досвіду стали використовуватися як автоматизовані. На перших етапах становлення підприємницького етосу вони виявлялись і обговорювались, декларувались як складові успішних справ. На даний час вони включаються в систему морально-адміністративних санкцій сучасного менеджменту.

Духовна комунікація у діловому спілкуванні будується за мірою наявності в ній альтруїзму, який сконцентрований у загальному інтересі. Великодушність, безкорисливість, благочинність – це прийоми найвищих потреб. Без їх реалізації у стосунках між людьми, пов’язаних загальним інтересом, неможливо досягти очікуваного успіху [5].

Розвиваючи ідею про універсальну доброзичливість, економіст і мораліст в одній особі А. Сміт стверджував: “Доброчинна людина готова у будь-який час пожертвувати своїм особистим інтересом заради інтересів станів або окремого суспільства, до якого вона належить. Вона так само бажає, щоб інтереси цього стану або суспільства поступались більш широким інтересам держави, частину якої вони складають” [7].

Духовна комунікативність у діловому спілкуванні виступає у нерозривному зв’язку з іншими соціальними відносинами, такими як правові, політичні та інші, але насамперед економічні [8]. Духовна компонента розчиняється в них, проникає в них і одночасно формується сама на основі розподілу праці, її організації і розподілу матеріальних благ. Який би історичний етап у розвитку суспільства не підлягав аналізу, духовна комунікація у діловому спілкуванні знаходиться у залежності від такої властивості благ, як їх відчужуваність, “тобто здатність благ відриватися, відділятися від того, хто ними володіє (виробляє, контролює)” [4, с. 11]. У процесі тотального відчуження відбувається пожертвування абстрактними, чужими і не завжди реальними цілями особистих ідей інтересів. У розподільних відносинах є багато таких актів, які у зв’язку з супроводжуваними їх факторами конкуренції, привілею, послуг, спадкування обмежують міру присутності духовності, вносячи у відносини вигоду, меркантильність стягання, кар’єризм, і як їх наслідок – формалізм і відчуження особистості. “Особистість іноді відчужується повністю (наприклад, при рабстві, але частіше відчужуються її певні риси, властивості, можливості, характеристики або атрибути (праця, час, здоров’я, права, інтереси та інше)” [9]. Така тенденція не позбавляє комунікативність у діловому спілкуванні духовних цінностей, однак обмежує силу їх проникнення у контакти і зв’язки, а іноді і внутрішній світ її учасників. Орієнтація на трансцендентні духовні цінності любові, творчості, свободи обертається використанням універсальних духовних механізмів у реалізації індивідуальних цілей (терпимість, поступливість, пожертвування та інших видів помірної добродійності).

Висновки.

1. Ділове спілкування, характеризуючись фактором змагання і конкурентності, є конфліктогенним за своєю суттю. Конфлікти у діловому спілкуванні зумовлені системою універсальних суперечностей, до яких у першу чергу слід віднести наявність стійкої нормативно-регулятивної системи та її реалізації в індивідуальній поведінці суб'єктів, а також протистояння можливості і дійсності свободи і необхідності, коли перспективи соціальної активності індивіда обмежуються умовами, що склалися, і волевиявленням окремого суб'єкта.

2. У структурі ділового спілкування духовній комунікації належить особливе місце, оскільки саме вона є унікальним каналом повідомлення про ідейно-раціональну, чуттєво-емоційну і нормативно-смыслову його складові. Сюди входить цілий ряд феноменів, які сприяють головній направленості ділового спілкування – об'єднанню духовних прагнень його учасників, створенню атмосфери, співучасті з єдиним ідеально-змістовим планом, з потребами, які в нього входять, інтересами, ідеями, уявленнями, комплексами відчуттів. У взаємодії, яка визначається як партнерство і співробітництво, визначальним і консолідуючим фактором виступає співробітництво, яке уособлює міру присутності і ступінь транслявання духовної аксіології у процес реалізації ділового спілкування.

Список літератури

1. Аристотель. Сочинения в 4 томах. Т. 4. – М.: Мысль, 1983. – С. 50-60.
2. Гадамер Х.Г. Истина и метод: Основы филос. герменевтики: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1988. – С. 704.
3. Гжегорчик А. Духовная коммуникация в свете идеала ненасилия. // Вопросы философии. – 1992. – № 3. – С. 54.
4. Гринин Л.Е. Формации и цивилизации // Философия и общество. – 2000. – С. 5-47.
5. Данильян О.Г. Особливості формування духовної сфери в перехідних суспільствах // Наукові записки Харківського військового університету. Соціальна філософія, педагогіка, психологія. – Харків: ХВУ. – 2001. – Вип. XII. – С. 3-9.
6. Сковорода Г.С. Сочинения в 2-х томах. Т. 1. – М.: Мысль, 1973. – С. 250.
7. Смит А. Теория нравственных чувств. – М., 1997. – 351 с.
8. Степаненко І.В. Можливості та межі духовної реформації // Наукові записки Харківського військового університету. Соціальна філософія, психологія. – Харків: ХВУ, 2004. – Вип. 2. – С. 11-20.
9. Хейзинга И. Homo ludens. В тени завтрашнего дня: Пер. с нидерл. – М.: Изд. группа “Прогресс” – Академия, 1992. – 464 с.
10. Цицерон М.Т. О старости. О дружбе. Об Обязанностях. – М.: ЗАО “Изд-во ЭКСМО-Пресс”, 1999. – 528 с.

Отримано 08.11.2006

Дмитренко М.Й. Комунікативність як атрибутний показник ефективної економічної діяльності / М.Й. Дмитренко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: зб. наук. праць. - Суми: УАБС НБУ, 2007. - Т. 19. - С. 91–100.