на правах рукописи

Воронецкая Ольга Семеновна

МЕСТО ЭТИКЕТА В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

24.00.01 – теория и история культуры (по философским наукам)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Томск — 2005

Работа выполнена на кафедре онтологии, теории познания и социальной философии философского факультета Томского государственного университета

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Сыров Василий Николаевич

Официальные оппоненты: доктор исторических наук, профессор
Рындина Ольга Михайловна
кандидат философских наук, доцент
Солодовникова Ольга Владимировна

Ведущая организация: Кемеровский государственный
университет культуры и искусств

Защита состоится 15 декабря 2005 г. в 16.30 часов на заседании диссертационного совета Д 212.267.17 при Томском государственном университете по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36, корпус № 1, ауд. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Томского государственного университета.

Автореферат разослан «15 » ноября 2005г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат философских наук, доцент В. Е. Буденкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Актуальность темы. Как сама этикетная культура, так и ее осмысление, имеют давнюю историю. Достаточно сказать, что наиболее ранняя книга по этикету была написана в Египте около 2350 г. до н. э. и называлась «Инструкция по поведению». Однако в современной культуре отношение к данному феномену остается достаточно противоречивым. Имеет место явное недооценивание его роли, которое проявляется в том, что о правилах этикетного поведения вспоминают лишь в отдельные моменты жизни, а в целом рассматривают их как наследие предшествующих этапов социального бытия, сохранившееся и исполняемое просто по традиции. В лучшем случае, значимость этикета связывают лишь с функционированием отдельных областей современной социальной жизни, в частности, с дипломатической сферой, сферой бизнеса и управления. Кроме того, даже в тех случаях, когда подчеркивают важность этикета, то часто сводят ее только к прагматическим основаниям, истолковывая этикет как модификацию правил социальной безопасности. Поэтому остается распространенной интерпретация данного феномена как внешней, формальной, а значит, поверхностной и потому лишенной внутренней необходимости, стороны социальной жизни, особенно современной.

Такое же отношение проникает и в исследование проблематики этикета. К настоящему времени его изучение имеет богатую традицию. В трудах историков, социологов, этнографов, антропологов хорошо представлено описание форм этикета в различных культурных средах, исследовано происхождение тех или иных этикетных норм, проанализирована их связь с архаическими ритуалами и религиозными предписаниями, однако теоретическое осмысление данной проблематики в научной литературе остается слабо представленным. В первую очередь это касается обоснования этикета как необходимой формы культурной жизни, сохраняющей свое значение даже в процессе смены историко-конкретных культур и цивилизаций. С этой точки зрения, попытки построить обоснование его ценности на фундаменте утилитарности следует считать совершенно неудовлетворительными.

Но с другой стороны, в последнее время мы наблюдаем возрождение интереса к этикетной культуре. Появилось большое количество изданий практического толка, содержащих советы и рекомендации как вести себя в самых разнообразных социальных ситуациях. Следует отметить при этом, что пути возрождения этикетной культуры и тенденции ее развития наиболее отчетливо проявляются в современном российском обществе, а опыт разработки и внедрения курсов по этикету в Томской области можно считать здесь весьма поучительным.

Конечно, в первую очередь активизация такого интереса напрямую связана с ценностью делового этикета. Становится очевидным, что соблюдение правил хорошего тона позволяет чувствовать себя комфортно и уверенно в любых ситуациях повседневного делового общения, служит установлению доверия с партнером, клиентом, работодателем, представителем другой национальности и веры. Уже никого не надо убеждать в том, что знание делового этикета способствует формированию положительного имиджа выпускника вуза, помогает молодому специалисту во время интервьюирования с работодателем стать конкурентоспособным на столь непростом современном рынке труда, утвердиться и реализовать себя на «лестнице деловой карьеры». Более того, и сами предприниматели любого уровня начинают осознавать, что их способности и личные качества дают наибольшую отдачу лишь при наличии соответствующей деловой репутации, которая складывается из умения общаться с партнерами по бизнесу, потребителями, конкурентами, государственными органами, средствами массовой информации.

Даже международное общение перестало сегодня быть прерогативой лишь профессиональных дипломатов. Многократно увеличились контакты с зарубежными партнерами по линии «народной дипломатии» (предприятий и учреждений, предпринимательских структур, общественных, культурных организаций и союзов, местных органов власти и т.д.). Это в корне изменило актуальность звучания проблемы культуры международного общения. К тому же необходимость использования в работе с зарубежными партнерами общепринятых международных норм и правил поведения объективно способствует их укоренению и в практику взаимоотношений между нашими соотечественниками.

Очевидно, что данные процессы требуют своего осмысления и, в том числе, на теоретическом уровне. Во-первых, мы имеем дело с живыми и непосредственно данными причинами актуализации интереса к этикетной культуре. Поэтому становится возможным делать выводы о тех факторах, которые придают необходимость данной форме культурной жизни. Во-вторых, что, на наш взгляд, наиболее важно, анализ данных процессов требует правильной расстановки исследовательских акцентов. А именно способности увидеть за ограниченной пока областью востребованности этикета (в частности, в нашей стране) проявление более масштабных процессов. Ведь не случайно даже в сфере предпринимательства востребуется именно этикет. Поэтому исследование места данной системы знаков, норм, форм поведения в структуре культуры в целом и определение факторов, придающих им необходимость во всем комплексе культурных ценностей, видится и остается актуальной задачей.

Степень разработанности проблемы. Как уже подчеркивалось выше, этикетная культура имеет давнюю историю. Разработка и описание этикетных норм получили прямое или косвенное выражение в таких памятниках мировой и отечественной литературы, как «Изречения», приписываемые Конфуцию, «Никомахова этика» и «Большая этика» Аристотеля, «Застольные беседы» Плутарха, «О дружбе» и «Об обязанностях» Цицерона, «Поучения» Владимира Мономаха, «Домострой» Сильвестра, «Юности честное зерцало…», «Дисциплина клерикалис» П. Альфонсо,

«Придворный» Б. де Кастиньоне, «Мысли о воспитании» Дж. Локка, «Характеры, или Нравы нынешнего века» Ж. де Лабрюйера, «Письма к сыну» Честерфилда и т.д. Данные труды предстают тем бесценным источником, на основании которого можно судить о характере этикета, истоках его возникновения и путях его развития.

Актуализация внимания к этикетной культуре в современном обществе нашла свое отражение в появлении большого количества работ, посвященных разработке прикладных аспектов и практическому применению этикетных норм. Эти разработки связаны с именами М. Адама, В.И. Андреева, М.Д. Архангельской, В. Биркенбил, А.Ф. Борункова, Л. Браун, Е. Власовой, Ф. Дейвиса, Р. Дени, Д. Карнеги, И. Криксуновой, Л.С. Лихачевой, Л.Лобаревой, П. Мицича, И. Нефедовой, А. Панасюка, В. Парбо, Г. Почепцова, Э.Я Соловьева, М. Спиллейн, М.А. Стрельмаховича, Дж. Фаста, Л. Фелтона, Н.И. Формановской, В.М. Шепеля, Дж. Ягера и др.

Даная ситуация подталкивает как практиков, так и теоретиков, к обсуждению вопросов, связанных с осмыслением роли этикета в современной культуре, путей и перспектив его развития. Эта линия изучения этикета рассматривается в работах Р. К. Камерона, Э.А. Капитонова, А. Книгге, А.С. Ковальчука, К. Нордстрема, Д. Льюиса Ричарда, Т.Н. Персиковой.

В исследовательской традиции хорошо представлена история развития этикета в различные эпохи и в различных культурах. Это работы В.М. Алпатова, В.А. Бажановой, И. Забелина, Ш.Д. Инал-Апа, Е.С. Новик, Б. Нонева, М. Оссовской, И. Панкеева, Э. Поуста, В. Файвинова, Т.В. Цивьян, Н. Элиаса и др.

Вышеперечисленные направления, как разработки этикетных норм, так и их изучения представляют собой скорее объект для данного исследования. Поэтому теоретическая постановка вопроса о месте этикета в культуре заставила обратиться к анализу работ, которые могли бы обеспечить теоретико-методологическую базу для искомого ответа. В первую очередь, они связаны с обсуждением темы условий возникновения этикета и ее осмыслением в общекультурном контексте. Данный аспект представлен именами крупнейших антропологов и культурологов 19 - 20 вв., а именно К. Гирца, М. Дуглас, Р. Жирара, Р. Кайуа, Л. Леви-Брюля, К. Леви-Стросса, Б. Малиновского, А.Р. Рэдклиффа-Брауна, Э.Сепира, У. Уорнера, Л. Уайта и др.

Анализ условий необходимости этикета в культуре, заставил обратиться к осмыслению принципов устройства культуры как целостности и общих закономерностей функционирования социальной и культурной жизни. Данные аспекты нашли свое отражение в трудах (многие из которых стали классическими) таких зарубежных и отечественных авторов, как Д. Белла, П. Бергера, П. Бурдье, И. Гофмана, М.С. Кагана, И.С. Кона, П. Козловски, Д.С. Лихачева, Т. Лукмана, Э.С. Маркаряна, В.М. Межуева, М.К. Петрова, Е. Финка, Э. Фромма, Ю. Хабермаса, Й. Хейзинги, О. Шпенглера и др.

Однако в целом следует отметить, что работы антропологов и теоретиков культуры скорее обеспечивают лишь общекультурный контекст в обсуждении темы нашего исследования и предоставляют общую теоретико-методологическую базу, чем указывают конкретное направление, в котором можно было бы искать ответ на поставленный вопрос. Данная исследовательская ситуация свидетельствует о необходимости и актуальности проведения специального философско-культурологического изучения темы места и роли этикета в культуре.

Объектом исследования является - этикет как совокупность знаков, норм и моделей поведения во всем многообразии его исторических и культурных форм.

Предметом данного исследования является - условия и факторы, превращающие этикет в неотъемлемую структурную компоненту культурной жизни в целом.

Цель исследования - на основе анализа сущностных и специфических черт этикета, показать, что он является не исторически переходящим или локальным культурным явлением, а неотъемлемым элементом любой системы культурных ценностей и необходимым условием ее функционирования как системы таких ценностей.

Задачи исследования

1. Выявить особенности этикета путем определения его места и функций в структуре коммуникаций.
2. Рассмотреть основные черты и особенности этикета как вторичной знаковой системы.
3. Определить характер и место этикета в системе правил поведения, чтобы установить, выражением каких форм коммуникативной активности он призван являться.
4. Выявить основные черты и особенности культуры как системы ценностей.
5. На основе исследования характера функционирования этикета в системе культурных ценностей показать его значение в данной системе.
6. Выявить условия возникновения и перспективы развития этикетного поведения.

Теоретико-методологическая база исследования. В основу диссертационного исследования положен культурологический подход. Его специфика состоит в определении позиции или концептуальной рамки, позволяющей устанавливать функции, значение, условия необходимости изучаемых объектов. Такую концептуальную рамку или контекст задает трактовка культуры как совокупности образцов (идеалов и норм), обеспечивающих выживание человека как специфического существа. С этой точки зрения объекты, внешне лишенные непосредственной утилитарной или практической целесообразности могут интерпретироваться как обладающие необходимостью потому, что

взаимодействие именно с ними становится выражением и закреплением специфики человеческого бытия. В частности на этом основании становится возможным разводить культурное и социальное измерения человеческого бытия.

Культурологический подход задает соответствующую методологию исследования, а именно применение герменевтического метода. Данный метод основан на полагании первичности традиции, которая предстает как приоритетным объектом исследования, так и условием очерчивания исследовательского горизонта. Это предполагает не отрицание ее как суммы предрассудков или простого историографического перечисления суммы мнений, такой диалог с ней, в котором само предание толкает исследователя расширить горизонт понимания осваиваемых объектов. Использование данного метода строится на том, что понимание должно достигаться интерпритацией изучаемых объектов как частей некоторого целого и обуславливаться принципом «понимание рождается в применении», где применение «следует мыслить скорее не как действие субъективности, но как включение в свершение предания, в котором происходит непрерывное опосредование прошлого и настоящего»[1]. Такое включение в свершение предания позволяет осуществлять не только простую реконструкцию, но и эффективную интерпретацию изучаемых объектов.

Научная новизна и результаты, выносимые на защиту:

1. Установлено, что наиболее продуктивные результаты по определению сущности и особенностей этикета можно получить, если рассматривать его как совокупность специальных приемов, направленных на выявление, поддержание и обыгрывание статуса партнеров по коммуникативному акту.

2. Обоснован тезис, что в основе возникновения, закрепления и развития этикетных форм поведения лежит необходимость выразить такие моральные ценности (уважение к достоинству и тактичность), которые являются одним из оснований конституирования человеческого сообщества, что дает право считать этикет способом придания значимости, как системе социальных различий, так и коммуникативным отношением в целом.

3. Установлено, что необходимость символического выражения моральных ценностей, конституирующих этикет, усиливается там, где моральное отношение оказывается не сущностью, а лишь составной частью коммуникативного акта, поэтому этикет можно рассматривать как единственный способ сохранить и даже конструировать ценность коммуникации в обществах в целом и системах действия в частности, где доминируют ценности, ориентирующие на инструментальное отношение к миру.

4. Показано, что этикет возникает не на базе конкретных ритуалов, а на основе использования самого механизма ритуализации или структуры ритуального действия в условиях «расколдовывания мира» и необходимости найти новые способы закрепления и выражения культурных ценностей, обеспечивающих сохранение специфики человеческого бытия.

5. Обоснован тезис о том, что следует предполагать актуализацию роли этикета в современной индустриальной и постиндустриальной культуре, поскольку сама способность действовать по этикетным правилам приобретает важное символическое значение, а именно становится демонстрацией надежности, добросовестности и ответственности, проявлением самоуважения и уважения к партнеру по ведению дел в ситуациях с открытым финалом, а кроме того, демонстрация знаков уважения к достоинству любого человека становится необходимым способом выражения отношения индивида к проявлению собственных личностных качеств и определению своего места в системе социальных отношений.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Положения и выводы диссертации выросли на основе разработанной программы «Имидж организация деловой карьеры», включавшей в себя лекционные занятия, ролевые игры, тренинги и видеотренинги и осуществлявшейся в Томской службе занятости населения для безработных и граждан, ищущих работу, в ТГУ для студентов философского факультета по специальности « Социальная работа», в ТПУ для студентов гуманитарного факультета по специальности «Гостиничный бизнес и туризм», в Томском филиале сибирской академии государственной службы для слушателей факультета «Государственное и муниципальное управление», Томском региональном научно-внедренческом образовательном центре на курсах повышения квалификации по специальностям и «Секретарь руководителя», «Менеджер по персоналу», «Главный бухгалтер». В связи с реализацией Федерального закона № 131 от 06.10.03 г. «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» ТФ СибАГС (Томский филиал академии госслужбы) в областном конкурсе образовательных программ выиграл право проводить обучение глав районных и сельских муниципальных образований. При этом, наряду с важным блоком экономических и правовых тем, значительное время в программах отведено темам: «Этика и культура управления», «Имидж руководителя», «Деловой этикет и корпоративная культура».

Для коммерческих фирм была разработана программа-тренинг по таким направлениям, как «Бизнес-этикет», «Техники эффективной деловой коммуникации», «Деловая риторика», цель которых заключалась в повышении уровня психологической культуры сотрудников и развития их способности эффективно взаимодействовать с клиентами. Тренинги успешно прошли в таких организациях, как рекламная компания «Пилон», Медиа-холдинг «Рекламный Дайджест», «Востокгазпром», аптечная сеть «Живая аптека», «Аптека – ВИТА», агентство недвижимости «Альянс»,

[1] Гадамер Х.-Г. Истина и метод. М.: Прогресс, 1988. С. 345.

компания «ТомБалт», торговая компания «Ника» и т.д. В свою очередь результаты диссертационного исследования послужили основой для реорганизации программы в соответствии с полученными выводами.

Теоретическую значимость исследования можно связать с появлением и развитием с конца 19 в. культурологических исследований. Их значение состоит не только в определении нового объекта изучения, заставившего обратить внимание или увидеть в новом свете те аспекты человеческого бытия, которым до этого не уделялось столь пристального внимания, но и в превращении культуры в контекст, который начал определять поиск объектов исследования и новое направление интерпретации традиционно изучаемых объектов. Поэтому исследование своеобразия этикета, его функций в культуре позволяет пролить свет на исследование общих закономерностей культурной жизни и тенденции их трансформации. С другой стороны, помещение этикета в контекст функционирования системы культурных закономерностей позволяет высветить его грани, которые до этого оставались в тени, и определить тот эвристический и практический потенциал, который он содержит.

Теоретический анализ проблематики этикета определяет направления практического применения полученных результатов. В частности, становится очевидным, что он представляет собой технологию, которую смело можно назвать «технологией производства культуры» и реализация которой становиться необходимым условием как достижения практического успеха (в современном обществе), так и производства и сохранения доминирующих культурных ценностей современной цивилизации, а именно ценности личности, тактичности и уважения ее достоинства.

Поэтому положения и выводы диссертации могут быть использованы как в подготовке и чтении учебных курсов, посвященных проблемам коммуникативной составляющей культуры, так и в разработке практических мероприятий (тренингов, ролевых игр), призванных обучить различные категории потребителей (от студентов до предпринимателей и сотрудников госучреждений) основам и различным аспектам этикетной культуры.

Апробация работы. Первое практическое применение исследуемая тема в диссертации, нашла в Томской службе занятости, в отдел информационного обеспечения занятости и психологической поддержки безработных граждан, в 1994-2001гг. На основе полученного опыта был создан клуб «Карьера» для студентов, особенно старших курсов, где была разработана и нашла широкое применение программа «Делова карьера и ее организация». В 1999 г. была разработана программа «Имидж организация деловой карьеры». С 2000 г. она успешно воплощается в ТГУ на философском факультете на кафедре социальной работы для студентов старших курсов. Так же с 2001 г. идеи данного исследования были реализованы в ТФ СибАГС для слушателей, получающих первое и второе высшее образование по специальности «Государственное муниципальное управление». Здесь успешно претворяются программы: «Этика и культура управления», «Имидж руководителя», «Корпоративная культура предприятия». В разнообразных коммерческих фирмах неоднократно применялись разработанные программы – тренинги: «Бизнес – этикету» и «Dress - kod» - составляющая корпоративной культуры».

Содержание диссертационной работы обсуждалась на научно-практических конференциях, на заседаниях методических объединений. Текст диссертации докладывался и обсуждался на кафедре государственного и муниципального управления в ТФ СибАГС

Наконец, основное содержание и выводы диссертации апробировались в докладах и сообщениях, сделанных на проводимой Департаментом Федеральной государственной службы занятости населения по Томской области в июне 2001 г. научно-практической конференции «Рынок труда Томской области: реальность и прогнозы» для специалистов служб занятости, работодателей, а также для всех, интересующихся проблемами рынка труда (доклад «Программа «Молодежная практика» как ступень повышения профессионального мастерства молодых специалистов), а также на 9-м научно-методическом семинаре «Качество образования управленческих кадров: подходы, проблемы» для преподавателей, участвующих в реализации программ подготовки управленческих кадров по заказу Администрации области в г. Томске в 2003 г. (доклад: «Имидж как составная часть в системе подготовки управленческих кадров»)

Структура диссертации построена в соответствии с основной идеей исследования и последовательностью решения задач, необходимых для ее реализации. Диссертация состоит из трех глав, введения, заключения. Основной объем текста - 136 страниц. Список литературы содержит 165 наименований работ.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, степень ее научной разработанности зарубежными и отечественными авторами, рассматриваются основные теоретико-методологические принципы, на основе которых строится исследование. Излагаются основные положения, выносимые на защиту, раскрывается теоретическая и практическая значимость работы

Первая глава «Основные черты и специфика этикетного поведения» состоит из четырех параграфов и посвящена анализу наиболее существенных и в то же время специфических черт, характеризующих этикет. Этого требует комплексное изучение этикета, воссоздание его целостного образа как «культурной универсалии», а также определение его места и функций в системе культуры. К такому исследованию нужно подойти, прежде всего, с четкими и полными определениями в исходных терминах.

С этой целью в *первом параграфе* «Соотношение понятий этика, этос, этикет» для прояснения и уточнения понятийного аппарата рассматривается соотношение таких понятий, как этикет, этика, этос, а также различные подходы в определении этикета.

Показано, что хотя слова «этикет» и «этика» воспринимаются как близкие по значению, на самом деле они сблизились сравнительно недавно. Термин «этика» происходит от древнегреческого слова «этос», означавшего действия и поступки человека, подвластные ему самому, имеющие различные степени совершенства и предполагающие моральный выбор индивида. В настоящее время слово «этика», сохранив свой первоначальный смысл, используется для обозначения философской науки, основная задача которой состоит в рефлексии над моральными ценностями. Слово «этикет» происходит от французского слова etiquette, которое имеет два значения: 1) «ярлык», «этикетка», «надпись» и 2) «церемониал», «этикет». Оно, в свою очередь, заимствовано из голландского sticke («колышек», «шпенек») и первоначально обозначало колышек, к которому привязывалась бумажка с названием товара, позднее — и саму бумажку с надписью. На основе значения «надпись» развилось более узкое значение — «записка с обозначением последовательности протекания церемониальных действий» и далее — «церемониал».

На основе анализа и сопоставления различных подходов к этикету показано, что, прежде всего, следует говорить о его реализации в общении или акте коммуникации, а также исходить из того, что любой акт общения предполагает наличие, по меньшей мере, двух партнеров, имеющих определенный коммуникативный статус. Это означает, что речь должна идти о некоторых значимых коммуникативных ситуациях или ситуациях, где учёт или демонстрация уважения к статусу партнера будет играть важную роль для осуществления коммуникации. Придание такой значимости требует тщательного регулирования и регламентации создаваемого отношения. И, наконец, такое регулирование требует своего воплощения и выражения в определенных внешних формах. Это позволяет сделать вывод, что под этикетом следует понимать совокупность специальных приемов и черт поведения, с помощью которого происходит выявление, поддержание и обыгрывание коммуникативных статусов партнеров по общению.

Во *втором параграфе* «Природа коммуникативной ситуации как условие востребованности этикетного поведения» предпринят анализ условий и факторов, определяющих необходимость реализации этикетного поведения с целью выявить его сущностные черты.

Показано, что структуру коммуникации можно рассматривать как элементарное условие реализации этикетного поведения. Из коммуникативности любой этикетной ситуации вытекает ее принципиальная диалогичность, даже если участники общения разделены пространством и временем. Это дает право говорить об «эпистолярном этикете» или «литературном этикете». Иначе говоря, даже если партнер непосредственно в акте коммуникации не дан, демонстрация соответствующего отношения к нему относится необходимой и должна найти свое выражение в соответствующих действиях.

Показано, что коммуникативные роли участников общения взаимно обусловлены; с одной стороны, они определяются их половозрастными и социальными ролями, а с другой – являются функцией от самого коммуникативного акта, конституируются им. Тем самым, сам акт коммуникации заставляет индивидов реализовывать определенную стратегию и тактику поведения и воплощать ее в соответствующей структуре и последовательности действий. При этом следует учитывать, что началу общения предшествует стадия ориентации, когда каждый партнер выбирает свою тактику поведения. А чтобы осуществить такой выбор, необходимо определить целый ряд параметров коммуникативной ситуации, и, в первую очередь, соотнести свой статус со статусом партнера.

Показано, что реализация этикетного поведения предполагает не только констатацию неравенства статусов, но и актуализацию самого факта различий между партнерами. Поэтому различие может быть выражением как социальной дифференциации, так и просто дистанцированности индивидов друг от друга, что требует весьма тщательного соблюдения правил коммуникации, чтобы диалог и взаимопонимание могли состояться. Представляется, что именно эти условия придают важность разработке правил такого взаимодействия, а тщательность следования этим правилам, подтверждаемая публикой, становится индикатором эффективности коммуникации (по крайней мере, эффективности факта взаимопонимания).

В *третьем параграфе* «Этикет в семиотическом аспекте» предпринят анализ этикета как семиотической системы. С этой точки зрения этикет следует рассматривать как одну из знаковых систем, имеющую свой словарь (набор символов) и грамматику (правила сочетания знаков и построения текстов). Определяющим условием такой интерпретации этикета является характер коммуникативных процессов, а именно наполненность смыслом и необходимость разработки средств для его выражения.

Этикет принято относить к вторичным знаковым системам. Это означает, что он обладает чертами как общими для всех знаковых систем, так и специфическими по отношению к ним. В частности, в качестве означающих используются как вербальные, так не вербальные средства, которые в структуре речи, да и коммуникации в целом, могут выполнять различные функции. Поэтому определение этикетного статуса того или иного знака требует обращения к контексту сообщений, а именно, учитывания характера ситуации, определения окружения, в котором осуществляется действие, распределения ролей между партнерами по общению, востребованности и степени ожидаемости определенных этикетных действий.

Отмечено, что для превращения знака в этикетный необходима не просто его понятность адресату, но и ожидаем ость того ли иного знака от его посылающего, или от адресанта. Более того, можно предполагать, что наличие таких знаков необходимо, чтобы акт коммуникации вообще мог состояться. Кроме того, отмечено, что специфичность языка этикета по сравнению с естественным языком проявляется в том, что на первом оказывается принципиально невозможным выразить отношения, которые имели или будут иметь место тогда, там, когда-нибудь. Язык этикета предназначен для передачи вполне определенного, достаточно узкого круга значений, что проявляется в его автоматизме, отсутствии или игнорировании временных определителей. Такого рода механизм призван стереотипизировать поведение участников или определенные компоненты коммуникативной ситуации что позволяет конкретизировать не только ситуацию общения в целом, но и коммуникативные роли партнеров, в том числе свою собственную роль.

Опора на принцип условности знаков позволила настаивать на том, что следует различать происхождение этикетного знака и его функции в системе культуры и утверждать, что не практические аспекты человеческих отношений породили этикет, а наоборот, практически полезные правила вошли в набор этикетных только потому, что совпали с требованиями, которые он предъявляет. Этот вывод подтолкнул к тому, чтобы обратиться к определению особенности этикетных правил, их отличию от моральных, религиозных и иных типов норм.

В *четвертом параграфе* «Этикет в системе регуляторов человеческого поведения» предпринят анализ особенностей функционирования этикетных правил. Отмечается, что при определении их своеобразия следует исходить из содержания данных правил, а не из мотивации индивидов, их использующих Показано, что специфика этикета как особой формы человеческого поведения определяется, в первую очередь, его направленностью на внешнюю сторону действий. Поэтому можно утверждать, что отсутствие внешней оформленности означает уничтожение этикетного поведения. Данное обстоятельство предполагает наличие еще одной черты, характеризующей правила этикета – их регламентированность, которая выражается в обеспечении упорядоченности, последовательности, необходимом наличии или употреблении в соответствующем месте и времени строго определенных слов, жестов, действий и т.д. Наконец отмечается, что правила этикета лишены функциональной (прагматической) целесообразности и только благодаря ее отсутствию оформляются в культуре как правила этикета.

Сравнение этикета и ритуала также показало наличие сходных и отличающихся черт. Генетически ритуал всегда был способом связи со священным, воплощенным в мифологической или религиозной форме. Более того, ритуал следует рассматривать как способ создания священности или значимости в целом, что не отменяется наличием или даже преобладанием светских ритуалов. Они также призваны придать священность тем или иным социальным установлениям, способствуя тем самым их закреплению. При этом придание значимости, или сакрализация, за счет причастности к трансцендентному миру не является обязательным условием. Достаточно реализации самого механизма освященивания посредством ритуализации. Вот почему исполнение ритуала должно носить жесткий и неукоснительный характер

Отмечено, что источником формирования современного этикета следует считать ритуальную практику первобытного общества. Однако это не означает, что первый следует непосредственно выводить из последнего. Скорее можно утверждать, что в первобытном обществе как собственно социальные, так и религиозные функции еще не отделились друг от друга. Все они были призваны поддерживать нужный порядок в жизни и в основном соответствовали тому значению, которое вкладывалось в понятие « ритуал». Этикет тут еще не выделяется из общей ритуальной культуры, например поддержание дистанции между низами и верхами не существует как функция, отличающаяся от поддержания мирового порядка. Вместе с тем в первобытном обществе уже можно найти шаблоны поведения, которые позже приобрели характер этикетных форм.

Проведение параллелей между этикетом и ритуалом, позволяет сделать следующие выводы: а) прежде всего, можно и нужно рассматривать этикет как вид ритуалов; б) ритуалы приобретают функцию этикета, когда призваны обслуживать именно коммуникативные ситуации между индивидами; в) как и ритуал, правила этикета призваны придать значимость коммуникативным ситуациям, но не требуют их сакрализации.

В конечном счете, анализ этикета как знаковой системы и как компонента коммуникативных отношений дает возможность сделать некоторые выводы, позволяющие прояснять сущностные черты правил этикета. Прежде всего, подчеркивается, что исследование этикета не возможно без содержащегося в нем нравственного смысла. Следует отметить, что моральное отношение как коммуникативный акт задает и соответствующую логику действий, а именно необходимость разработки и реализации определенного словаря или знаковой системы. Одним из элементарных условий придания поступку морального характера является понятность и приемлемость (наиболее полно проявляющаяся в создании отношения взаимной нуждаемости и взаимного признания друг друга) значения тех или иных актов не только адресанту, но и адресату. Это означает, что для формирования моральных отношений необходимо не только наличие внутренней стороны, выражающейся в виде соответствующего мотива и цели, или смысла поступка, но и внешней, которая требует своего выражения в виде соответствующего набора знаков. Материалом, который используется для их выражения, могут быть слова, жесты, позы, действия и т.д. Придание устойчивости моральным отношениям с необходимостью требует регламентации форм их выражения, что позволяет индивидам не просто понимать смысл поступков, осуществляемых ими или по отношению к ним, но и конструировать моральные связи как таковые. Тем самым, посылая определенным образом зашифрованные сообщения, индивиды показывают, какие отношения они хотели бы видеть между собой. Поэтому этикетное оформление можно считать своеобразным достраиванием моральных отношений до искомой полноты, целостности и завершенности

Показано, что если в самом широком смысле форму выражения любого морального действия можно назвать этикетом, то в более узком смысле этикетной оформленности, прежде всего, подлежат такие моральные ценности, как достоинство и тактичность. Более того, можно утверждать, что этикетные знаки и призваны выразить уважение к достоинству личности и продемонстрировать тактичность. И наоборот, именно тогда, когда возникает потребность выразить уважение к личности, знаки приобретают облик этикетных. Это дает право утверждать, что нравственный смысл этикета состоит в том, что посредством его можно выразить признание самоценности человека, с которым приходится вступать в контакты, подчеркнуть его достоинство как личности и уважение к нему. При этом следует особенно указать, что такое значение этикета возрастает там, тогда и потому, где моральные отношения существуют в контексте непосредственно функциональных социальных отношений

Актуализация роли этикета в сфере действия статусно-ролевой структуры общества позволяет отметить его еще одну немаловажную сторону. Очевидно, что социальные различия существуют и функционируют не только с целью выразить и закрепить моральные отношения между людьми, но призваны обеспечить функционирование общества как некоторой целостности. Поэтому можно говорить о том, что правила этикета касаются не только отдельных личностей, но и групп или категорий лиц, и утверждать, что данные правила созданы не только для того, чтобы закрепить существующие формы социальной дифференциации общества, но и для того, чтобы обеспечить уважение к социальным различиям как к условию существования человеческого бытия.

Вторая глава «Этикет как структурный элемент системы культурных ценностей» призвана показать, что этикет следует считать не исторически преходящим явлением, а неотъемлемой составной частью системы культурных ценностей, структурным элементом культуры в целом как способа человеческого бытия, условием ее нормального функционирования как системы ценностей. Обоснование данного положения требует представить культуру как определенным образом устроенную структуру и показать, как в рамках данной структуры функционирует этикет и как благодаря этикету обеспечивается функционирование культуры как такой структуры.

С этой целью в *первом параграфе* «Основные черты культуры как системы ценностей» предпринят анализ сущностных и в то же время специфических черт, характеризующих культуру. Для его наиболее продуктивного осуществления выбран подход, основанный на полагании специфики человеческого бытия. Этот подход предполагает, что те свойства, которые определяют существование человека как специфического человеческого существа, являются не линейным продолжением его природных характеристик, а представляют собой разрыв с ними и формирование совершенно иных способов взаимодействия с окружающим миром. На его основе предпринято определение и прояснение различий между такими понятиями, как культурное и социальное; культура и цивилизация, а также преодоление технологического толкования культуры как совокупности пусть специфических, но лишь средств выживания человека, поскольку такая трактовка культуры не позволяет воспринимать ее как необходимое условие человеческого бытия.

Наш тезис состоит в том, что культуру правомерно рассматривать как совокупность ценностей, которые надлежит осуществлять или согласно которым надлежит действовать, а также познавать, переживать, оценивать. Критерием определения содержания таких ценностей, следует считать все то, что воплощает и обеспечивает сохранение специфики человеческого существования. Тем самым культура представляет собой совокупность образцов, которые призваны определять, задавать и производить как цели человеческой активности, так и средства их достижения. Таким образом, именно ценностный подход предполагает выделение черты, которую можно считать определяющей и создающей основу для взаимосвязи и взаимозависимости всех тех сторон, которые относятся к культурному измерению.

В качестве фундамента и теоретического принципа, из которого следует выводить или с помощью которого объяснять сущностные черты культуры, избран деятельностный подход. Он предполагает, что определяющей чертой

человеческого бытия является характер его отношения к миру, который заключается в преобразовательном отношении к окружающей действительности, а именно создании и помещении в мир предметов, которые там до этого не существовали и в принципе существовать не могут. Тем самым деятельность воплощает собой творческое, новаторское отношение к миру. Но это также означает, что предметы, призванные удовлетворять человеческие потребности, и способы их созидания приобретают искусственный характер.

Представляется, что это условие является решающим в определении природы культуры как совокупности ценностей, поскольку: а) деятельность предполагает целесообразность активности, причем осуществляемые цели должны приобретать характер самоцелей, поскольку именно в них реализуется специфика человеческого бытия; б) естественным путем способы человеческого выживания не осуществляются и не сохраняются, поэтому они должны подаваться, представать и организовываться в форме образцов, в соответствии с которыми следует реализовывать человеческие действия и воплощать продукты этих действий. Данные образцы неизбежно должны принять облик ценностей, воплощая тем самым сферу желаемого или должного и выражая деятельное отношение к миру.

Данный подход к культуре позволяет дать обоснование значимости тех типов действий и форм жизни в целом, которые с позиций технологического видения выглядят нецелесообразными, прежде всего, характера коммуникативной активности. Их значение в контексте культурного измерения состоит в способности сохранять и воспроизводить специфику человеческого существования как определяющую ценность. Кроме того, представляется, что именно деятельностный подход позволяет определить как причины своеобразия (действия в соответствии с нормами) коммуникативных навыков, так и придания им особой ценности (как смысла человеческого бытия).

На основании деятельностного подхода предпринят анализ места знаковых систем в системе культурных ценностей, а значит и этикета. Представляется, что преобразовательное отношение к миру можно считать общим условием семиотизации культурного пространства. Создание новых предметов, воплощающих особенности человеческого выживания, искусственность их бытия, необходимость придать им общезначимость и обеспечить передачу от одного поколения к другому предполагают наличие особых средств выражения. А чем более новые предметности выходят за пределы непосредственной очевидности или ситуационных рамок, тем сильнее нуждаются в специфических способах своего обозначения и столь же специфических формах контактов с ними. Если же учесть особый характер связи с культурными ценностями, то можно утверждать, что они по сути своей они могут быть только выражены в чем-то или в чем-то воплощены.

Процедуру, посредством которой это происходит, можно назвать созданием символического пространства или символизацией, что предполагает создание и использование комплекса знаков, которые связаны с обозначаемыми ими объектами не причинно-следственной, а смысловой связью. И чем более связь с культурными ценностями приобретает характер цели, а не простого средства, тем большее значение приобретает контакт с символами, способность их создавать и использовать, что наиболее яркое воплощение находит в создании системы ритуалов. Тем самым отмечается, что семиотический подход к описанию культурных феноменов является не просто одним из возможных способов их интерпретации, поскольку операции с символами, символический характер самих действий является необходимыми условиями осуществления культурной жизни, а значит и способом осуществления человеческого бытия как такового.

На основе анализа основных черт культуры как системы ценностей во *втором параграфе* «Условия и факторы, определяющие значение этикета в культуре» определяется место этикета в данной системе. Отмечается, что именно культурологический подход, трактующий культуру не только как объект, но и как контекст исследования, позволяет придать актам, кажущимся избыточными в рамках одной структуры, целесообразность в рамках структуры иного типа. При этом сама целесообразность может приобретать иной характер, поскольку человеческое действие можно рассматривать не только как причину или следствие какого-либо иного действия, предшествующего или последующего ему по времени, но и как способ выражения или воплощения чего-то. Данный тип действий наиболее соответствует характеру связи с культурными ценностями. Поэтому этикет как способность действовать в соответствии с правилами и манипулировать знаками может рассматриваться как составная часть в общем комплексе человеческих актов, призванных выражать связь и сопричастность культурным ценностям.

Неоднократно подчеркивалось, что основное место функционирования этикета следует искать в пространстве коммуникации, а этикетные действия оценивать как обмен посланиями, суть которого в том, чтобы выразить отношение к адресату. При это можно отметить, что знаковый характер данные послания принимают потому, что демонстрация такого отношения в структуре послания в целом не обязательно связана причинно-следственными связями с остальными его частями и (даже будучи сутью самого послания, например, приподнять шляпу при встрече), как правило, не предназначена быть причиной создания каких-либо последующих действий.

В частности этикетные действия должны подчеркнуть, что субъекты коммуникативного акта не воспринимают друг друга как простые средства, используемые для извлечения личной выгоды, или, по крайней мере, обязаны продемонстрировать признание друг друга, даже если реальная цель встречи предполагает победу одной стороны и проигрыш другой. Поэтому в структуре коммуникативных действий этикет призван выразить, выделить, подчеркнуть их моральную составляющую или нравственный аспект. Представляется, что этикетизация поведения будет усиливаться во

всех тех ситуациях, где демонстрация отношения друг к другу является лишь составной частью процесса взаимодействия индивидов. Поскольку люди могут связываться друг с другом для достижения каких-либо результатов, будь-то отношения кооперации или конкуренции, постольку присутствие в структуре таких действий актов, внешне избыточных для них, не случайно. Оно показывает сохранение, и даже признание их участниками, значимости моральной стороны человеческих отношений. На этом основании следует предположить, что этикет будет выступить единственным или доминирующим способом сохранять моральные ценности и даже конструировать моральность отношения в обществах в целом и системах действия в частности, где преобладает инструментальное отношение к миру и ценности инструментального типа.

Было отмечено, что основной моральной ценностью, которую этикет призван выразить, есть тактичность и уважение к достоинству. Подчеркивается, что демонстрация такого отношения выступает определяющим способом признания ценности социальности и социальных различий как таковых. Поэтому можно утверждать, что уважение следует считать не просто одним из видов моральных ценностей, а базисным компонентом в создании любого человеческого сообщества на уровне взаимосвязи индивидов и системы статусов и ролей. Кроме того, своеобразие данного отношения состоит в том, что часто его достаточно только выразить, продемонстрировать, что предполагает его воплощение только или по преимуществу в этикетной форме.

Наконец, говоря о тех условиях, что придают необходимость этикету, следует отметить фактор, который можно назвать эффектом обратного воздействия, когда какое-либо явление, возникшее как следствие каких-либо процессов, затем само становится либо причиной их усиления, либо средством для использования в самых разнообразных целях. Так, этикет, возникавший как форма выражения определенных человеческих отношений, затем сам превращается в способ их конструирования. В более широком смысле следует указать, что эффект обратного воздействия проявляется в том, что индивиды получают ресурс, который затем могут применять для решения различных задач. Это означает, что этикетные знаки, возникшие с одной целью, в дальнейшем могут использоваться для решения задач, не предполагавшихся до этого в процессе этикетизации. В частности, это проявляется в том, что для эффективного достижения сугубо практических целей индивиды пытаются опереться не на любые пригодные средства, а на потенциал, предоставляемый им культурными ценностями.

Воплощением этого потенциала не случайно выступает именно этикет, поскольку он призван показать, что участники коммуникативного акта обладают определенными моральными качествами. Поэтому сама способность действовать по правилам этикета приобретает символическое значение, – она становится демонстрацией надежности, добросовестности и ответственности, проявлением самоуважения и уважения к партнеру по ведению дел. В результате именно манипуляция этикетными знаками в коммуникативных ситуациях с открытым и неопределенным финалом становится единственным способом прогнозирования возможного результата. Тем самым использование этикета становится ярким примером того, как уже не возможность достижения практического результата заставляет людей следовать культурным ценностям, а, наоборот, соответствие культурным ценностям становится условием достижения практических результатов.

Задача **третьей главы «Условия возникновения и перспективы развития этикета»** заключалась в том, чтобы применить результаты, полученные в предшествующих главах, для обсуждения вопросов, значимых для тематики, связанной с этикетом, а именно условий возникновения и перспектив развития этикетной культуры.

В *первом параграфе* «Определение истоков возникновения этикета», осуществлен анализ тезиса о том, что корни происхождения этикета следует искать в ритуальном поведении. При этом подчеркивается, что обращение к этой теме предполагает не столько исторический экскурс, сколько попытку выработать теоретическую модель, с позиций которой можно было бы продуктивно обсуждать вопрос о его генезисе. Отмечается, что традиционно соотношение этикета и ритуала рассматривалось в сугубо эволюционном плане. Предполагалось, что ритуал предшествует этикету, а этикет в свою очередь, формируется на основе ритуала.

Основной тезис, провидимый в параграфе, состоит в утверждении, что этикет следует трактовать не как выродившийся ритуал, а как результат распространения структуры ритуального действия на различные актуальные и потенциальные ситуации, которые генетически с ритуалом могли быть не связаны, но приобретали значимость для индивида и общества, поскольку ритуал обеспечивал модель решения тех или иных проблем тем, что предоставлял принцип их решения, а именно сам механизм ритуализации.

В свою очередь, это позволяет сделать вывод о том, что автономизацию этикета, а именно формирование его на своей собственной основе, в целом следует связывать с переходом от культур к цивилизациям и далее, с одной стороны, с религиозным процессом «расколдовывания мира», изменившим смысл и статус символических действий как таковых, а с другой стороны, с развитием гуманистической культуры, которая подняла ценность человеческой личности и этим толкнула к поиску символических средств подчеркивания ее достоинства.

Второй параграф «Перспективы развития этикетной культуры в российском обществе» посвящен тенденциям развития этикетной культуры, в частности в современном российском обществе. Отмечается, что сегодня можно говорить о возрастающем внимании к этикетной культуре, особенно в сфере бизнеса и государственного управления. При этом анализируется опыт развитых индустриальных стран в вопросах обучения персонала протоколу и этикету, а

также говорится о растущей очевидности того факта, что протокол и этикет оказываются сегодня востребованными для достижения конкурентного преимущества, прежде всего, в бизнесе, поскольку современный бизнес все более приобретает клиентоориентированный характер, и конкуренция на сегодняшнем рынке переходит на уровень качества сервиса. Одним из направлений улучшения такого качества является повышение эффективности процессов взаимодействия с клиентом, или обеспечение коммуникации.

Утверждается также, что предполагаемый путь развития, как экономической сферы, так и современной цивилизации в целом, должен усилить тенденцию в актуализации этикетной культуры. Тот факт, что для достижения сугубо практических целей индивиды пытаются опереться не на любые пригодные средства, а на потенциал, предоставляемый, в первую очередь, культурными ценностями можно считать решающим для возрождения и актуализации роли этикета в культуре. В сфере экономики оно обусловлено ростом и выделением в автономную область сферы услуг. В социальной сфере оно связано с ростом социальной дифференциации и возникновением разнообразных социальных общностей, взаимоотношения между которыми строятся по сетевому принципу, а не на основе иерархии. Представляется, что в данных условиях возможность прогнозировать поведение окружающих может осуществиться только тогда, когда люди правила их взаимодействия приобретают особый характер, а именно сигнализируют об определенных качествах партнеров по коммуникации и их столь же определенном отношении друг к другу.

На основе полученных выводов дается интерпретация процессов, которые происходят в современном российском обществе. Все эти тенденции хорошо проявляются и отчетливо наблюдаются на примере г. Томска, специфика которого как раз состоит в том, что он представляет собой высококонкурентную среду. Данное обстоятельство позволяет говорить не только о достаточно широкой востребованности знаний об этикете, но и определить направления такой востребованности, что нашло свое отражение как в приоритете, отдаваемом определенным темам этикетной культуры, так и в определении основных заказчиков данных тем. Но хотя пока этикет оказывается востребованным в тех сферах социальной жизни, что наиболее связаны с карьерой и успехом, его использование свидетельствует об изменении отношения самих людей к их месту и роли в жизни общества. Это же обстоятельство позволяет утверждать о том, в каком направлении может развиваться этикетная культура российского общества. Речь должна идти о разработке системы знаков, подчеркивающих достоинство и уважение к каждой личности. Более того, возможно утверждать, что в контексте идеи признания человеческих прав это направление следует считать доминирующим, а этикет может предстать основным способом выражения и отстаивания новой черты российской жизни - ценности личности.

В заключении формулируются основные выводы, полученные в результате диссертационного исследования, и обозначаются возможные направления дальнейшей работы.

По теме диссертационного исследования опубликованы следующие работы.

1. Воронецкая О.С. Программа «Молодежная практика» как ступень повышения профессионального мастерства молодых специалистов // Рынок труда Томской области: реальность и прогнозы. Материалы научно-практической конференции. - Томск: Изд-во ООО ЦНТИ, 2001.- С. 28-32.

2. Воронецкая О.С. Имидж как составляющая часть в системе подготовки управленческих кадров // Качество образования управленческих кадров: подходы, практика, проблемы. Материалы 9-го научно-методического семинара преподавателей, участвующих в реализации программ подготовки управленческих кадров по заказу Администрации области 2003 г. - Томск: Изд-во ЗАО «Издательство научно-технической литературы», 2003. – С. 98- 107.