

Большая роль в создании имиджа связана с созданием внешней формы, связанной с эстетической составляющей в организации внешних параметров в визуализации внутренних потребностей личности, начиная с целей и интересов и заканчивая индивидуальными ее качествами и приоритетами. Это не что иное, как овеществление, материализация и, таким образом, объективизация сокровенного духовного потенциала личности, так необходимой для ее самоутверждения, демонстрации (явной и неявной) способностей в соответствии с выбранной социальной активностью. Формотворчество в имидже носит сугубо символический характер. Имиджевые символы выступают как коды будущих проектов, версий, просто несостоявшихся желаний.

И, наконец, деятельно-коммуникативная сторона имиджа. Как идеальный образ, он реализуется в соответствующих действиях, связях и контактах. В целевое назначение имиджа включается некий социальный прогноз относительно того, какая модель поведения, внешний конструкт его облика привлечет к себе внимание и станет убедительным для целевой аудитории. Имидж задает стереотипы поступков, декларирует шаблон, транслируя конкретную задачу в реальный жизненный сюжет.

Проценко А. А., преп.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

Проценко А. Ф., канд. филос. наук, доц.

Харьковская государственная академия культуры

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Предпринимательство относится к универсальным явлениям общественной жизни, где в достаточной степени воплощается система исторически конкретных ценностных показателей, связанных как с повседневным жизнеустройством (польза), так и с творческим потенциалом социального субъекта (новации и инновации), его духовными приоритетами (свобода, равенство, справедливость).

Со стороны философского анализа предпринимательство предстает как нематериальный, наиндивидуальный феномен, в котором консолидируется человеческий потенциал по устройству и переустройству бытия. Оно инициируется общественным сознанием и через индивидуальный здравый смысл и опыт продуцирует интенции, способные менять и разнообразить социальную реальность. Предпринимательство связано с процессом возникновения потребностей и степенью их удовлетворения, что оказывает непосредственное влияние на конституирование аксиосферы социума. Представление о ценном как значимом, стоящем, весомом включается в мотивационный баланс креативных инициатив социального субъекта, выступающего под названием предприниматель. Предпринимательская деятельность ассоциируется не только с трудом как предметно-преобразующей

практикой, но и усилиями, воплощенными в действиях, которые в конечном итоге ассоциируются с позитивным социально-коммуникативным продуктом – делом. В таком русле исследования предпринимательство представляет собой преобразующую, креативно-инновационную предметно-практическую деятельность, реализующуюся в системе общественных отношений и выражающуюся в утилитарно-прагматических устремлениях человека к удовлетворению потребностей, связанных со статусно-ролевыми показателями и финансовой состоятельностью. Предпринимательство реализует тенденции относительно создания ценностного континуума с соответствующей исторической эпохой системой значений, иерархий, моделей, которые способны играть позитивную роль в создании предметных и не предметных благ.

Культурный потенциал предпринимательства задаётся социальным временем и приобретает свою определённую конкретность в конкретных условиях духовной и экономической жизни общества. В этом процессе культурные смыслы передаются в качестве опытного знания от поколения к поколению как исходные постулаты, при этом некоторые претерпевают изменения или уходят, утрачивая актуальность и значимость.

Культурные смыслы, составляющие аксиологический потенциал общества, оказывают позитивное влияние на осознанное расширение границ личной свободы и проведение ряда преобразований, связанных с усовершенствованием жизни людей, а также сферы социального контроля над экономической деятельностью субъекта при уважении его прав и достоинств.

Социокультурные интенции предпринимательства находят себя в парадигмальной характеристике соответствующего этоса, где главным показателем является измерение результатов социальной активности, исходным продуктом которой может быть вещь, качественно новая социальная связь в виде услуги, договора, посредничества. Здесь наряду с предметно-практической стороной социального взаимодействия большое значение приобретает и вербально-коммуникативная сторона, связанная с договорами, обязательствами, контрактами.

В структуру предпринимательского этоса как выразителя частого интереса включается нормативно-регулятивный и административно-правовой механизмы, которые не только упорядочивают и ограничивают, но и стимулируют инновационную активность хозяйствующего субъекта. Особое значение здесь приобретает морально-этическая составляющая как система неформальных требований к поведению предпринимателя. Важность моральной составляющей социокультурной заданности предпринимательства привела к тому, что предпринимательская этика приобрела самостоятельный статус. Используя понятие габитуса, введенное в научный обиход П. Бурдьё, можно представить предпринимательский этос как систему исторически устоявшихся практик. Они воспроизводят упорядоченность социальной среды, способствуют стереотипизации отношений. Предпринимательский этос также связан с личностными проявлениями субъекта, куда включаются интеллектуальные способности (дальновидность, изворотливость ума), волевые

качества (фанатизм, методичность, дисциплина), комплекс экзистенциальных переживаний (забота, беспокойство, ответственность). К коммуникативным приёмам, которые включаются в предпринимательский этос, следует отнести создание репутации, имиджа, персонального или институционального бренда.

Особое место в социокультурной заданности предпринимательства занимает справедливость, выступающая проводником общественных благ. В свете предпринимательской деятельности справедливость связана с требованием создания такого социального продукта, который позволяет максимальному количеству людей удовлетворять свои потребности и реализовывать возможности в тех условиях, которые соответствуют историческому моменту их жизни. Здесь справедливость может выступать критерием оценки произведенного продукта и различного рода начинаний относительно того, являются ли они благоприятными и полезными для человека, и перспектив существования человечества. Именно справедливость может противостоять эгоистическим намерениям субъектов предпринимательства.

С позиций реализации принципа справедливости предпринимательство интересобъективно. Оно ставит людей в отношения зависимости друг от друга – от сотрудничества и партнерства до крайних форм господства и подчинения. Предпринимательство стимулирует общение, осуществляющееся на языке потребностей. Причем, в процессе удовлетворения потребностей наблюдается тенденция к улучшению качества жизни. В этом процессе справедливость присутствует как доступ к обладанию совокупными общественными благами.

Анализируя социокультурные параметры предпринимательства в современном обществе, можно выделить его влияние на ценностную вариативность современного социума по крайней мере в трех основных направлениях: риск, успех и игра.

Предпринимательский риск в обществе риска включается в стратегию социокультурного поведения, формирующегося в условиях рыночной экономики и межкультурной коммуникации. В условиях «общества риска» (У. Бек) предпринимательский риск становится лишь частью общих, грозящих всему социуму рисков в их конкретном воплощении. Кроме того, здесь предпринимательский риск усугубляется в своих отрицательных значениях относительно не только основных, но и побочных показателей: за теми, кто производит риски, множатся те, кто извлекают из них реальную выгоду.

Предпринимательский успех оказывает влияние на оптимизацию продуктивной практической деятельности социального субъекта, гармонизацию социальных отношений при переходе к цивилизованным формам партнёрства и сотрудничества. Успех включается также в оценочный механизм бизнес-коммуникаций: конвенций, соглашений, переговоров, исходя из степени реализации целей и достижения благ, признаваемых в качестве ценностей. Успех и как факт социального креатива, и как ценностное обозначение реалий человеческой жизни, присущ предпринимательству с точки зрения формирования особого типа и стиля жизни, возникновения устойчивой

системы его обозначений (богатство, власть, репутация, карьера).

Состязательность предпринимательской деятельности входит в игровое пространство социокультурной реальности.

В предпринимательстве игровой элемент присутствует особым образом. Для его характеристики точнее использовать термин «агон», исходное значение которого – встреча. Предпринимательство, где состязательность принимает форму конкуренции, есть разновидность серьезной игры. Здесь игровой элемент ведет к реализации предпринимателем его жизненного проекта. Что касается игры, то игровой компонент пронизана вся связанная с ним деловая жизнь, выражающаяся в конкуренции. В современном обществе потребления она становится повсеместной, является показателем не только экономики, но и всей социокультурной среды. Движимая рыночной экономикой, конкуренция действует на всех уровнях общественной жизни. Под её воздействием в процессе бесконечной дифференциации вещи производятся как меновые ценности (Ж.Бодрийяр). Как агональная составляющая предпринимательства, современная конкуренция активнее использует манипулятивные приёмы скрытого и явного характера.

Пряницкая В. Б.

*Харьковский национальный университет
городского хозяйства имени А. Н. Бекетова*

САМООБРАЗОВАНИЕ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР В РАЗВИТИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА

С древних времен человек стремился к познанию мира. Накапливая по крупице знания, лавируя в водовороте событий, он достиг огромных высот в своей познавательной деятельности в большей степени благодаря тому, что стремился к самосовершенствованию путем самостоятельного исследования окружающего мира.

С детских лет ребенка приучают к самостоятельности. О важности этого процесса в современном обществе говорят как работники детсадовских учреждений, учителя начальной и средней школы, так и преподаватели высшей школы. Сохраняют свою актуальность и воззрения на самостоятельность личности в обучении таких мыслителей и классиков педагогической науки, как И. Г. Песталоцци, Я. А. Коменский, В. Г. Белинский, К. Д. Ушинский, Н. Г. Чернышевский и др.

Основные характеристики самообразовательной деятельности – самостоятельный отбор материала; определение стратегии и тактики его изучения; самостоятельное его изучение; решение проблем, познавательных задач, которые возникают при наличии различных точек зрения на один и тот же предмет; самостоятельное преодоление противоречий; формирование своего собственного видения этого предмета, собственного мировоззрения; самоизменение [2, с. 50].