

УДК 130

**ПРОЦЕНКО А.А.**

*(соискатель кафедры политологии Национального аэрокосмического университета им.Н.Е.Жуковского «ХАИ»)*

## **УСПЕХ В ОЦЕНОЧНОМ ДИСКУРСЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

---

*В статье рассмотрена роль успеха в предпринимательской деятельности. Проанализированы возможности успеха как варианта оценочного суждения, интенсифицирующего деятельность субъекта предпринимательства в различные исторические эпохи, и направленность на дидактику с целью совершенствования его инновационной активности.*

*Ключевые слова: предпринимательство, успех, оценка, дискурс, личность, деятельность.*

*Проценко О.О. УСПІХ В ОЦІННОМУ ДИСКУРСІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В статті розглянута роль успіху у підприємницької діяльності. Проаналізовані можливості успіху як оцінного судження, який інтенсифікує творчу активність суб'єкту підприємництва в різні історичні епохи, та створює дидактичний напрямок з метою удосконалення Інноваційну соціальну активність.*

*Ключові слова: підприємництво, успіх, дискурс, особистість, діяльність*

---

© Проценко А.А. , 2011

*Protsenko A. SUCCESS IN THE ESTIMATING DISCOURSE OF BUSINESS UNDERTAKING*

*The article deals with the role of success in business undertaking. The article also analyzes the possibility of success as estimating opinion, that increases the activity of subject of business undertaking in different historical times and creates a didactica direction for improvement of innovating social activity.*

*Key words: business undertaking, success, discourse, personality, activity.*

В условиях современного общества, ориентированного на совершенствование рыночной экономики, особую актуальность приобретают разноплановые факторы, которые не только оптимизируют продуктивную практическую деятельность социального субъекта, но и гарантируют гармонию всех способов социального взаимодействия, возводя их к цивилизованным формам партнерства и сотрудничества. К одному из таких факторов можно с достаточной степенью уверенности отнести такой социокультурный феномен как успех. Именно он в настоящее время включается в регулятивный потенциал конвенций, компромиссов, переговоров и соглашений, интенсифицирует контакты, которые обуславливают конструкты перспективного мышления, способствуют единению мыслей и действий на пути к совершенствованию социума и выживанию человечества в процессе решения глобальных проблем.

Научно-аналитический интерес к смысловой и функциональной заданности успеха связан с претворением культуры поведения и межличностного общения во все сферы коммуникативного пространства социума и прежде всего в те, которые сегодня отмечены экономической эффективностью и одобрением со стороны общественной морали.

Поиск детерминант упорядочивания социальных отношений, где механизму обретения успеха отводится значимая роль в консолидации и координации действий социальных субъектов и институтов, является своевременным для развития совокупного социогуманитарного знания на Украине. Проблематизация успеха носит междисциплинарный характер и уже вошла в исследования социологов, социальных психологов, специалистов в области организации и управления. К ним относятся труды хорошо известных американских авторов, таких как Д.Карнеги, Э.Фромм, Б.Франклин, Н.Хилл. Российские специалисты, обратились к анализу феномена успеха в связи с переходом к рыночной экономики, среди них С.Голубев, В.Бакштановский, И.Уткин и др. При этом приходится констатировать, что в настоящее время научно-теоретический потенциал, связанный с феноменом успеха, остается крайне узким. Он нуждается в расширении своих границ и прежде всего со стороны философского знания. В связи с этим целью данной статье является философская интерпретация успеха как сложного и неоднозначного социокультурного явления с точки зрения его роли в развертывании предпринимательства.

Факт успеха рождается в динамике социальной деятельности, где сигналами в обмене информацией выступают дела и творения как результат инновационной активности субъектов предпринимательства с точки зрения их значимости не только для самого себя, но и для других. Фиксируя результативность предпринимательства, успех характеризует его наивысшее достижения в восприятии Другого, опираясь на ценностный континуум эпохи, времени, ситуации. С точки зрения мыслительных процедур успех принимает некие

лингвистические формулы оценочных суждений рационального строя обыденного сознания («достичь успеха», «быть успешным», «это успех»). Таким путем они квалифицирует результат предпринимательства не только с позиции полезности, но и благополучия. Оценочное суждение, фиксирующее успех в предпринимательстве, представляет собой акт утверждающий наличие или обретение того, с чем ассоциируется его содержательное поле, а также высшую степень одобрения, признания и даже похвалу.

Успех в статусе оценивания предполагает и эмоциональный потенциал. Достижение цели, обретение желаемого, сопряжено с чувством удовлетворения, переживанием радости, ликования. Как утверждает А.Шопенгауэр, у каждого социального субъекта есть уникальное бытие – «бытие во мнениях других»: «знаки чужого одобрения способны не только утешить в реальном несчастье, но и являются источниками счастья» (7,407). Несмотря на то, что ориентироваться на то как кто-то локализуется в сознании не всегда продуктивно, тем не менее, то, «что мы есть для других игнорировать нельзя». Эта мысль философа для современного делового общения, сопровождающего предпринимательство, является почти аксиоматичной.

Механизм оценивания человеческой деятельности, исходящий из степени реализации целей и достижения благ, признаваемых в качестве ценностей, в историческом развертывании социального взаимодействия присутствовало не всегда. В связи с этим можно разделить мнение В.С.Голубева относительно того, что понятие успех отражает состояние общественного сознания от Возрождения до Нового времени. Оно начинает обозначать результат трудолюбия и призвания субъекта в его индивидуальной деятельности, самостоятельный статус личности, имеющей реальную свободу самовыражения. Будучи этимологически связанный со словами «пеший», «пехота» успех предполагает ход, движение кого-либо в определенном направлении и промежутке времени и его затраченные на него усилия. При этом, чем выше напряжение, тем сильнее переживание от полученного позитивного результата. «В понятии успеха есть все, - пишет С.В. Голубев, - что составляет суть возрожденческого и новоевропейского духа: рационализм и системность, воля и индивидуализм, вера в человека и вера в лучшее (прогресс). Успех – это то, что приходит в результате личных, рационально просчитанных, системных волевых усилий» (2, 88).

Успех и как факт социального креатива, и как его ценностное обозначение непосредственно связан с предпринимательством еще и тем, что включается в формирование особого типа и стиля жизни, бытийствования в целом. Зародившись в эпоху модерна, понятие успеха расширяет свои содержательные границы, привлекая все новые и разнообразные измерения, как то богатство, авторитет, репутацию, власть, которые в эпоху постмодерна стали уже его устойчивыми опознавательными знаками.

По мере усложнения социальных отношений менялись виды и формы предпринимательства, а также характер и поведение вовлеченных в него людей, стремящихся к успеху. Как замечает Э.Фромм, XVI век отличается авторитарным, одержимым, накопительным характером. Он преобладал до XIX века, а потом стал уступать место рыночному характеру. Отличительной особенностью рыночного характера Э.Фромм называет то, что человек ощущает себя как товар, обладающий меновой стоимостью. Но, пожалуй, главное это то, что люди с рыночным характером находятся в постоянном движении, в ситуации выполнения дел с максимальной эффективностью. И то, как хорошо они функционируют, влияет на их продвижение по иерархической лестнице и в конечном

итоге на успех. Э.Фромм выделяет три составляющие успеха: мастерство, человеческие качества и личностный потенциал. При этом, по мнению философа, «решающую роль в достижении успеха всегда играет «личностный фактор». А поскольку в условиях рынка «человек ощущает себя как товар», то для достижения успеха важно выгодно преподнести себя, создать о себе впечатление, вселить в себя надежду, вызвать доверие – «упаковать, чтобы пользоваться спросом» на той ниве деятельности, которую человек для себя выбрал: от биржевого маклера до управляющего отелем (5, 169-170).

Значение личностного фактора для достижения успеха привело к появлению устойчивых вербальных формул, направленных на формирование определенных поведенческих стереотипам. В советах, наставлениях, рекомендациях, наставлениях концентрируется знание об успехе и путях его достижения, порожденное, философской мудростью, здравым смыслом, опытом индивидуальной предпринимательской деятельности.

Мысль о том, что «успеху может содействовать предприимчивость и наоборот», проводит Б.Грасиан в своем оригинальном труде «Карманный оракул или наука благоразумия», произведении, увидевшем свет в середине XVII века. Философ-моралист, педагог, проповедник Б.Грасиан почувствовал веление времени. XVII век еще оставался веком абсолютистской культуры с ее вниманием к светскости манер, красоте внешней формы, высокой культуре и широкой образованности, унаследованной от Возрождения. Однако все расширяющееся промышленное производство и индивидуальная предпринимательская деятельность, через которые настойчиво заявлял о себе капиталистический способ хозяйствования, запрашивали новый личностный образец – человека деятельного. Именно поэтому в «Оракуле» Б.Грасиана большое место уделяется характеристике дела как новой форме социальной активности и тому, как в ней преуспеть: «из всякого пустяка дело делать – самое пустое дело», «говорить легко – действовать трудно», «деяние – сущность жизни» (3,44-46). При этом Б.Грасиан обозначает коммуникативный аспект успеха, а именно, искусство общения в качестве определяющего. Утверждая, что «любое дело зависит от обстоятельств» и «успех нечастое счастье», Б.Грасиан разрабатывает «стратегемы умысла», в основе которых приемы утонченного общения с друзьями и врагами, вышестоящими и нижестоящими. Большую роль в продвижении к успеху, по мнению философа-моралиста, умение в поведении соотносить содержание с формой, то есть «делать дело – и показывать дело» (3,30), чего можно достичь только через самосовершенствование. «Карманный оракул» Б.Грасиана можно назвать манифестом благоразумия, изобилующего правилами, советами и предупреждениями: «никогда не жаловаться», «не искать вражды», «не быть надоедливым» и прочее. Характеризуя успех, Б.Грасиан подчеркивает его неустойчивость и непостоянство, следует искать внутренние резервы не только для его достижения, но и удержания.

К середине XV!!! века появляется свод рекомендаций способствующих финансовому успеху, который влечет за собой уже характерные признаки богатства, карьерного роста, популярности. И если Б.Грасиан вывел морально-этические антиномии успеха логически обоснованные и аргументированные, то Б.Франклин предложил утилитарно-прагматическую линию успеха. Успех, по его мнению, имеет устойчивые предпосылки в виде качеств личности, добывающейся успеха на избранном поприще. Это неустанный труд, бережливость, методичность, постоянство. Успех связан также с признанием, с оценкой со стороны: «завелись у меня овцы да коровы, все говорят мне – здорово». Поучения

Б.Франклина лаконичны, доступны и демократичны, тем самым доходчивы и понятны каждому. Они скорее напоминают призыв или декларацию, будучи свободными от дополнительных разъяснений: «время – деньги», «кредит – деньги», «деньги имеют способность расти» (4). Главным свидетельством правомерности выведенных Б.Франклином советов является его личный пример успеха, как в предпринимательстве, так и государственной деятельности.

Переход к информационному обществу, произошедшим во второй половине XX века в наиболее развитых странах Европы и США значительно повлиял на характер предпринимательства и успеха в нем. Теперь уже окончательно предпринимательство преодолело границы производства и вышло в сферу обслуживания и организации досуга. «Типичный работник информационного общества,- пишет Ф.Фукуяма,- занят не в сталелитейном цехе или автомобильной фабрике, а в банке, в фирме программного обеспечения, в ресторане, университете или агентстве социального обслуживания. Роль информации и интеллекта... становится всеобъемлющей, а умственный труд все в большей степени заменяет труд физический» (6,11). В информационном обществе расширяются возможности потребления и осуществления свободы выбора и, как следствие, свободы самоопределения индивида, которые неограниченный простор для поиска и осуществления его успешной деятельности. Да и сам успех меняет свой визуальный образ. Теперь в его опознавательные знаки входит расточительство, гедонизм, престиж и обустроенная повседневность. Повседневность в обществе потребления, где по мнению Ж.Бодрийяра, «не только есть предметы и товары, которые желают купить, но где само потребление потреблено в форме мифа» (1,3), представляет «любопытную смесь эйфории от комфорта и пассивности и «мрачного наслаждения» от сознания возможности жертв, приносимых судьбе» (1,18). В этих условиях само предпринимательство и его успешность демократизируются. Это социальное пространство все меньше контролируется со стороны жестких регулятивных систем (властью, кланом, институциональными предписаниям). Напротив, «доступ» к успеху иницируется все возрастающей самостоятельностью индивида, обусловленной свободным доступом к информации и неограниченными возможностями потребления. Вербальные поучения как стать успешным, приобретают, в определенной степени, упрощенно-игровой настрой, отражающий повсеместность и незатейливость успеха, и где успех, по сути, отождествляется с удачей. Стоит только заучить и выполнить несколько правил и ты обязательно понравишься окружающим, приобретешь друзей, перестанешь беспокоиться и тебя ожидает успех (Д.Карнеги, Н.Хилл). Такие поучения носят скорее манипулятивный, нежели дидактический характер. При этом создание подобных программ и их популяризация приносит успех и их создателям.

Таким образом, успех в системе социокультурного взаимодействия фиксирует результативность предпринимательской деятельности, обусловленной личностным потенциалом субъекта, приобретая при этом форму оценочных суждений или вербализованных программ дидактической направленности, которые в своей совокупности отражают конкретно-исторические условия и соответствующие виды духовно-практической деятельности, интересы и цели индивида, его поведенческие стереотипы.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры.- М.: Республика. Культурная революция.,2006.
2. Голубев С.В. Проблема «успеха» и «удачи» в социальной философии.//Философия и общество, 2004,№ 1.
3. Грасиан Б. Карманный оракул. Критикон. - М.: Наука, 1984.,
4. Франклин Б. Избранное.- М.: Политиздат, 1954.
5. Фромм Э. Иметь или быть.- М.: Прогресс, 1986.,
6. Фукуяма Ф. Великий разрыв.- М.: АСТ, 2008.
7. Шопенгауэр А. Две основные проблемы этики; Афоризмы житейской мудрости.- Мн.: ООО «Попури», 1999.