

БИЗНЕС-РИТУАЛ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

У статті розглядається проблема ритуалізації поведінки у соціальному просторі сучасного суспільства. Особливу увагу автори приділяють розгляданню бізнес-ритуалу як самостійного соціального феномена, його значення та місце в організаційному менеджменті та корпоративній культурі.

Ключові слова: бізнес-ритуал, інформація, комунікація, сигніфікація, дія, подія.

The article is dedicated to the problem of conduct ritualization in the social life of a modern society. Authors give special attention to the consideration of business-ritual as an independent social phenomenon, its meaning and place in the organization management and corporative culture.

Key words: business-ritual, information, communication, signification, action, event.

Современное социальное взаимодействие актуализирует в качестве самостоятельного фактора устойчивые и согласованные виды коллективных действий, способные обеспечивать стабильность и результативность деятельности различного рода социальных институтов, предпринимательству, деловых контактов в целом. Объединившись в емкое понятие «бизнес-ритуал», они способствуют сохранению национального интереса и этнического своеобразия в ситуации демократизации и универсализации социальных отношений. В период глобальных трансформаций ритуализованное поведение влияет на сохранение гуманистических принципов сотрудничества и солидарности.

Ритуализация поведения в настоящее время связана с противостоянием культурных форм поступков и действий контркультурным, как упорядоченных и целесообразных – стихийным и хаотичным. Визуальная сторона поведения, артикулируемая ритуальной регламентацией, связана с новыми, относительно сегодняшнего дня, сферами, рожденными рыночной экономикой и соответствующими цивилизационными процессами, что происходят в обществе.

Исследование ритуализованного поведения в контексте таких социальных явлений, как менеджмент, PR компании, реклама, имиджелогия, нашло отражение в ряде научных трудов, где авторы обосновывают теоретическую и практическую значимость стереотипов поведения и моделирования отношений для эффективного решения социально значимых проблем. Украинские и российские специалисты в области гуманитарного знания связывают ритуализацию социального взаимодействия с проблемами межкультурной коммуникации и конструктивной аксиологией (А. Ермоленко, В. Малахов), социальной креативностью (Ю. Петрунин, В. Шепель). И.А. Шмерлина предлагает различать в ней этнологический, магический и социологический ритуалы. При этом к признакам последнего автор относит следующие: регламентацию, символизм, автономную мотивацию и «типичную

интенсивность» поведения [11, с. 33-34]. Американские специалисты в области корпоративной культуры выявляют праксиологию делового общения в его конкретных навыках и правилах осуществления, отождествляя ритуальное поведение в сфере социально-коммуникативных практик с соблюдением этикета (Дж. Честера, В. Хайер, М. Сабат).

Феномен ритуала в настоящее время является актуальным предметом интерпретации представителей социологической мысли. Так символический интеракционизм (Т. Парсонс) рассматривает его как универсальную акцию в регламентации социального взаимодействия. Трансакционный анализ в современной американской социальной психологии, рассматривая ритуализованные, в том числе этикетные формы поведения, указывает на их возможность создания положительной психологической атмосферы, отводя им роль «социального поглаживания» (Э. Берн).

Вместе с тем остается еще вне поля зрения исследователей место ритуализованного поведения в системе социального взаимодействия современного общества. Недостаточно изучен бизнес-ритуал как самостоятельный феномен. Анализ бизнес-ритуала, его сущностное и функциональное назначение в современном информационном обществе и выступает целью данной статьи.

Ритуал – это разновидность коллективных действий. При нестрогом соблюдении терминов к устойчивым коллективным действиям относится также обряд, церемониал, этикет. «Родство» такого рода социальной активности людей просматривается в этимологии терминов, ее обозначающих. «Ритуал» переводится с латинского (*ritualis*) как обряд, «церемониал» происходит также от латинского (*saerimonia*) и подразумевает благоволение, культовый обряд. «Этикет» ведет начало от французского слова (*etiquette*) и в свое значение включает устойчивую и слаженную последовательность совместных действий. Вышеупомянутые разновидности коллективного поведения объединяет одно отличительное качество – единая и специально оформленная, декорированная система последовательных действий. Если в настоящее время обряд остается достоянием традиции, церемониал – необходимой компонентой любой социальной процедуры, то ритуал выявляет событие, обладающее высокой степенью важности, которое призвано утверждать существование общих подлинных ценностей для участвующих в нем людей и, как уточняет Э. Фромм, «только в той мере, в какой такие ценности возникают и становятся частью человеческой реальности» [10, с. 216]. В обществе, по мысли Э. Фромма, всегда существует необходимость в ритуализованном поведении как приверженности определенным ценностям, и именно поэтому любой ритуал обладает большой привлекательностью.

Свидетельства исторической науки позволяют утверждать, что ритуал возник практически на заре самой человеческой истории. На первом этапе он носил главным образом глубокий, священодейственный смысл, направленный прежде всего на определенный социальный порядок. Таким образом, ритуал предстает как священная процедура, направленная на поддержание, а вместе с тем и обновление порядка в той или иной социальной единице. Опыт архаических обществ может быть представлен

как чередование двух основных состояний: стабильности социума и космоса, священные силы которого обеспечивают надежную защиту от разрушительного хаоса, и периодической хаотизации, которая является закономерным результатом прохождения космосом или общностью критических фаз. Поэтому архаический ритуал отражал эти две стороны. Он всегда начинается с действий, подчеркнуто противоречащих установившимся канонам, тем самым и происходит как бы погружение состарившегося космоса в плодотворный, полезный, продуктивный хаос, но затем обязательно происходит как бы реинкарнация традиционных устоев. Архаический ритуал представляет собой синкретическое действие, к которому восходят в своих истоках более поздние специализированные ритуальные формы. Главное, что следует здесь отметить, – это указание на динамизм природы ритуала, его имманентную прогрессивность, на недопустимость (порой существующую) отождествления ритуала с реакционностью и консерватизмом.

Ритуал – это единое для многих действие, отражающее их общий интерес [10, с. 214]. Однако действия ритуального характера неоднородны и неоднозначны. Среди них можно выделить те, которые носят исключительный празднично-торжественный характер. Сюда относится организация таких мероприятий, которые по природе своей неординарны, навеяны возвышенным настроением, отражают преданность высоким идеалам: присяга, инаугурация, вступление в должность или статус, вручение наград, почетных званий и прочее. Такое событие связано со служением долгу, ответственностью перед социальными обязанностями, оказанным доверием. Оно разворачивается на фоне системы вещей, наделенных оригинальной символикой, где особое значение придается убранству и размещению в пространстве его участников. Активность людей подчинена основной цели, а потому имеют место ограничения в варьировании и импровизации их действий и поступков, отклонении от заданного сценария, так как все непредусмотренное может разрушить эмоциональный настрой, исказить аксиологию события. Однако запрограммированность ритуала не лишает субъекта полной активности действий, а требует от него информированности, навыка, глубокого эмоционального переживания. «Участник ритуала, – конкретизирует Ж. Деррида, – должен делать выбор, различать, дифференцировать, оценивать». [6, с. 17].

На уровне повседневного общения ритуал присутствует как этикет, т.е. такая стратегия поведения, которая связана с правилами, обращенными к внешней стороне поступков и действий его участников. Такое поведение строится на устойчивых манерах, получивших в обществе одобрение, вписанных в моральную нормативность административных норм, эстетических приемах (дизайн, имидж). Этикетное поведение способствует соблюдению субординации, разграничению статусно-ролевых параметров в межличностном общении.

В истории развития гуманитарного знания древнекитайский мыслитель Конфуций был одним из первых, кто ввел феномен ритуала в предметное поле философии, выявив его уникальные возможности в гуманизации социальных отношений. Как отмечает известный исследователь древнекитайской философии Л.С. Васильев, китайцы чжоуского периода, и прежде всего Конфуций, осознавали,

что общество – это прежде всего нечто упорядоченное и потому обязано подчиняться системе общепринятых условностей, обязательных правил поведения и норм жизни, закрепленные в стойких и автоматически реализуемых стереотипах [3, с. 61].

Именно он внес ритуал и правила «ли» (почтительности) в число семи основополагающих постулатов человеческого поведения или, как бы мы сегодня сказали, социальной коммуникации.

В философии Конфуция правила «Ли» и ритуал имеет две направленности – социологическую и феноменологическую. Первая заключается в том, что только благодаря такой активности человек может включаться в сложную сеть социальных отношений и выполнять возложенные на него обязанности, а вторая – в том, что процесс духовного совершенствования человека возможен только через ценностный потенциал ритуализованных коллективных действий и через приобщение к элементарным правилам вежливости и почтительности.

В философских размышлениях Конфуция требования к ритуализованным стереотипам поведения определяют основные социальные практики, не только повседневно-бытовые, но и политические, административные. Согласно Конфуцию, основу ритуала составляют правила «Ли». Именно они определяют поведение людей и деятельность общественных учреждений в двух направлениях: гармонизации всех отношений, связанных с управлением, подчинением, согласованностью, и гуманизации, т. е. привнесением в них ряда нравственных принципов общения, таких как мудрость, благодарность, справедливость. Характеризуя ритуал как разновидность совместных социальных действий с заранее предусмотренными формами поведения, Конфуций указывает не только на социальную значимость поведения его участников, но и их индивидуальную особенность. В этом смысле ритуал есть не что иное, как способ распространения в отношениях между людьми собственно человеческого: «Быть человеком, значит победить себя и обратиться к ритуалу. От самого себя, не от других зависит обретение человечности» [7, с. 113].

Интересна мысль Конфуция и о том, что не всякий в равной степени способен овладеть правилами «Ли» и приобщиться к ритуалу. Только «человеку, наделенному способностями сверх обычного, можно сообщить глубокие и высокие принципы. Но человеку со слабым умом нельзя сообщить высоких и глубоких принципов» [7, с. 196].

Согласованность общественной жизни, по мнению Конфуция, основывается на гармонии в межличностных отношениях, и требования ритуала должны распространяться не только на рядовых граждан, но и правителей: «когда правитель любит ритуал, никто в народе не осмеливается быть непочтительным», и «если правитель на основе добродетели улаживает по ритуалу, народ не только устыдится, но и выразит покорность» [7, с. 125].

Идеи Конфуция о том, что ритуал способствует декларации политической власти, нашли подтверждение в истории форм государственного правления. Так, ритуал в его социальном измерении приобретает определенность в связи с распространением абсолютной монархии, апогеем которой стало правление французского короля Людовика IV – Короля-Солнца. Ритуализованные формы

коллективного поведения, такие как церемониал и этикет, становятся механизмами в провозглашении идеологии правящего класса и элитарного стиля жизни. То, что внешние параметры поведения подвергались систематическому оформлению, было связано с необходимостью поддержания неограниченной власти монарха, социальной дифференциацией общества, а кроме того, с организацией досуга, где последний не только ассоциировался с отдыхом и развлечением, но и демонстрировал особый жизненный мир, соответствующий цивилизационным преобразованиям, когда новые оригинальные формы визуальной коммуникации находили себя в сложной архитектонике коллективных форм поведения.

В XVIII в. этот процесс затронул и Украину, входившую в состав России. Указы Петра I («Табель о рангах», «Приклады, как пишутся комплименты разные», «Юности честное зарцало») использовались для устранения консервативности патриархальных отношений и этнической обрядности, которые доминировали на Руси и входили в противоречие с цивилизованными формами общения западных стран.

Значение ритуализации в социальном взаимодействии значительно возрастает, когда речь идет о командных формах организации и управления в условиях тоталитаризма и милитаризма (например, советский этикет отражал идеологическую доктрину бывшего СССР, а манифестации Третьего Рейха – завоевательную политику Германии). В таких условиях социальные ритуалы приобретают массовый характер и олицетворяют политику государства, его мощь и абсолютное влияние властных структур на все сферы социальной жизни. Марши, парады, форма одежды, портреты вождей, лозунги – все, даже самые незначительные элементы визуальной коммуникации приобретают идеологическую нагрузку, отличаются смысловой характеристикой.

Демократические формы государственного правления также используют ритуализованные формы коллективного поведения для агитации и пропаганды программ политических партий.

Бизнес-ритуал – явление исторически определенное. Его возникновение как относительно самостоятельного социального явления связано с историческим этапом в развитии экономической сферы в жизни общества. Интерес к нему связан с расширением сети торгово-коммерческих отношений, финансовых операций, производственно-распределительного сектора и системы услуг. В связи с этим в социальных связях получает хождение термин «бизнес» или «дело», которое обозначает разнообразную продуктивную и социально-значимую активность, а также новаторство, которое выступает как креатив (предпринимательство, инициатива). Такая социальная деятельность фиксирует себя через общение. Находят распространение процедуры встреч, переговоров, отчетов, докладов, презентаций.

Инициатива социального субъекта, реализуемая в диалоге, измеряемая полезностью, исчисляемая финансово, имеющая материальный ресурс, а кроме того, являющаяся собой волевой порыв в осуществлении оригинальных социально-экономических замыслов программ, выступает как делопроизводство.

Х.-Г Гадамер в своем труде «Истина и метод: основы философской герменевтики» дает следующую интерпретацию феномену «дело». Обстоятельства, в которых воплощается собственно человеческая деятельность, находят себя в языке как «свободной и вариативной возможности человека». «Дело, – пишет Гадамер, – есть признание самостоятельного инобытия, предполагающего особую дистанцию между говорящим и делом» [4, с. 515].

В системе социальных дел и обстоятельств бизнес-ритуал, как единая система коллективных действий и усилий, представляет собой особый знаково-символический язык общения, особый способ трансляции ценностей и выражения мыслей, чувств, настроений.

В социальном пространстве современного общества бизнес-ритуал представляет собой оригинальный канал передачи знаний, сведений и сообщений. Свою коммуникативную направленность он осуществляет через преемственность поколением, уважение к прошлому, закрепление традиций, внимание к профессиональной деятельности и мастерству его представителей. Бизнес-ритуал способен выявлять и оглашать узко профессиональный интерес и приобщать его не только к существующим интересам и целям, но и работать на перспективу.

Коммуникативная направленность бизнес-ритуала связана с тем, что его участники заключены в систему «Я как Другой», что, по мнению приверженца этой концепции П. Рикера, является и смыслом, и универсальным способом межличностного общения. В социальных действиях и событиях, которые наделены статусом ритуала, Другой не есть противоположность Тому, с кем вынуждено соединяется в создании общего дела, предприятия или мероприятия. В такой ситуации проливается особый свет на глубинные сферы общения, которые способствуют пониманию Себя через Другого. П. Рикер утверждает, что любое действие включает в себя такой элемент, как «аффектация», служащий проводником, через который каждый являет себя как Другой, и способствующий общему взаимопониманию. Более того, обмен между аффективным Я и аффективным Другим подает информацию о ролях и статусах, титулах и званиях проводников или тех, кто включен в интригу происходящих действий или событий [9, с. 391-395].

В бизнес-ритуале происходит кодирование социальной информации, т.е. сведений о потребностях, интересах, целях, задачах социального сообщества. Данное социальное явление включает в себе разумную информацию, т.е. такую, которая обслуживает все многообразие потребностей человека: и те, которые связаны с целеполагающей и мироизменяющей деятельностью в целях ее сохранения, и те, которые связаны с сенсорным восприятием действительности, формирующим эмоционально-чувствительную, эстетизированную картину жизни. Бизнес-ритуал хранит и передает знание через устойчивые сигнификативные (знаковые) системы, где знаками становится разнообразная поведенческая активность, как-то: язык тела (кинесика) или размещение людей в пространстве (проксемика). Статус знака приобретают аксессуары одежды и сама одежда как нестрогая униформа, а также вещи, предметы, краски, наполняемые смыслами и находящиеся в диспозиции означаемого и означающего. Так, например, «краски, – как пишет Ж. Бодрийяр, –

традиционно наполняются морально-психологическими смыслами. Человек любит тот или иной цвет, у него бывает свой цвет. Или же цвет диктуется внешними факторами – событием, церемонией, социальной ролью», но в любом случае цвет «служит метафорой определенных культурных значений» [2, с. 25].

Бизнес-ритуал включается в формирование корпоративного духа, что особенно важно для организационного менеджмента. Ритуал притягателен, поскольку он способствует самоутверждению участников в их принадлежности к общему делу в культурно-игровой форме. Американский социолог Г. Блумер придает коллективному поведению особое значение в организации «эмоций в интересах движения», что и объясняет непреодолимую тягу к нему людей на протяжении всего изменения и развития социума. Ритуализованное коллективное поведение основано на сокрытии, утаивании всего субъективного, второстепенного, незначительного. Личные переживания и страсти подавляются в угоду созданию единой, полезной для той или иной социальной ситуации атмосферы, что способствует солидарности и организованности, а отсюда – и эффективности. Основу такого поведения людей составляет конгломерат нравственно-психологических контактов: отзывчивость, взаимная симпатия, лояльность, взаимопонимание, непринужденность. Бизнес-ритуал относится к такой разновидности социального движения, которая способствует утверждению всеобщего тождества и симпатии. Особое значение в данном событии приобретают атрибуты. Поскольку лозунги, песни, здравицы, выразительные жесты и униформа символизируют причастность к событию, их использование служит постоянному воспроизводству и усилению общих чувств, группового энтузиазма как основы организационной культуры.

Включаясь в коммуникативную систему социума, бизнес-ритуал обладает кооперативным эффектом и влияет на возникновение общего настроения – здесь он не только отражает потребность людей в их совместной деятельности, но и рождает комплекс чувствований, который достигает своего апогея в процессе ритуализации поведения; интерес к профессии, гордость за результаты совместного труда, причастность к решению административных задач и прочее. Бизнес-ритуал способен влиять на возникновение особого общественного явления – социального сообщества.

Уникальна роль ритуализации в снятии напряжения в отношениях между людьми, вызываемого состязательностью в деловом общении, что явно или неявно присутствует в любом социальном сообществе. Заранее предусмотренное поведение участников события, пронизанное соблюдением элементарных правил содружества, есть официальная демонстрация учтивости, которая подавляет даже спонтанную недоброжелательность. К. Лоренц в своей работе «Так называемое зло. К естественной стороне агрессии», утверждает, что, казалось бы, самые незначительные манеры поведения, которые человек адресует окружающим, не вписанные в представления о вежливости, способны вызвать агрессивное поведение, различного рода конфликты и противостояния [8, с. 107-108].

В нашей стране роль бизнес-ритуала возрастает в связи с реконструкцией социальной сферы. Отказ от прежней идеологии требует новых поведенческих стереотипов, которые конструируют механизмы согласования интересов, устранивает

инерцию парадигмального сознания, основывающегося на заранее сформированных идеалах, принципах, нормах и вкусах.

В этом плане нам представляется весьма удачным опыт Национального аэрокосмического университета им. Н.Е.Жуковского «ХАИ» по сознательной организации и использованию ритуала, сочетанию ритуала и традиции во всем комплексе жизнедеятельности университета, особенно в воспитательной работе.

Традиционно, на протяжении всей своей истории, ХАИ исповедует принцип комплексного подхода к подготовке инженерных кадров. Следовательно, и воспитательной работе всегда уделялось большое внимание. Показательны и интересны в этом плане данные социологических опросов руководителей предприятий, выпускников ХАИ – большинство из них (78% от числа опрошенных) однозначно отметили первостепенную роль ХАИ в формировании необходимых качеств руководителя, аналогичное число (64%) назвали ХАИ «главным в их жизни институтом воспитания».

Однако, как говорил Сократ «довольствуйся настоящим, но стремись к лучшему». Поэтому изменившиеся социальные условия потребовали и от нас качественной перестройки всего учебно-воспитательного процесса. С другой стороны, нужно было учесть не только внешние особенности – особенности социальной среды, но и внутреннюю специфику – специфику собственной истории и специфику технического университета.

Поэтому мы попытались творчески подойти к своему прошлому, осмыслить исторический опыт воспитательной работы, накопленный за более чем 70-летнюю историю ХАИ. В результате этого было решено в первую очередь восстановить и адаптировать к новым условиям классические мероприятия ритуализированного характера, особое значение среди которых имеют «День ХАИ», «День посвящение в студенты» и «День Победы». По форме эти мероприятия были задуманы как большие общеуниверситетские праздники, построенные по всем канонам ритуала, а по содержанию – именно как серьезные воспитательные акции, направленные прежде всего на формирование чувства патриотизма – большого, общенационального в День Победы и малого, профессионального в День ХАИ. Показательно, что очень быстро эти праздники стали гордостью преподавателей и студентов ХАИ, его визитной карточкой наряду с летающими над городом самолетами. Кстати, опыт организации и проведения этих мероприятий, их воспитательное значение были высоко оценены рядом международных научно-практических конференций. Это с одной стороны.

С другой стороны, актуализируя традиционализм ритуала, мы постарались вывести на привилегированное место в воспитательной работе выпускников университета разных лет. Мы исходим из принципа, что реальное дело – убедительнее даже красивого слова, что непосредственное знакомство с человеком, который тоже учился в этом вузе, а теперь достиг определенных результатов, влияет на молодых людей более основательно, чем абстрактный разговор об абстрактных героях. Большую воспитательную роль в этом плане играет созданная несколько лет назад Международная ассоциация выпускников ХАИ, которая организует периодические встречи студентов с известными выпускниками нашего университета.

Активно используются в этих целях и другие мероприятия, например, различные профессиональные праздники, на которые всегда собираются выпускники ХАИ. С помощью выпускников удастся эффективно формировать не только трудовые и профессиональные качества у студентов, но и широту кругозора, гордости за свою историю, чувства единства поколений, социального оптимизма.

В цивилизационном процессе ритуализованные виды коллективных действий, сохраняя традиционные образцы социокультурного поля, могут воплощать в себя и новые представления, соответствующие современному духу времени. Любая институциональная единица в структуре социального пространства рождает свою идеологию, свой канон, вырабатывает ту совокупность правил, которая способствует целесообразной ее деятельности. К ним относятся прежде всего те новации, которые обнаруживают тенденцию к эффективности и результативности предприятия. Принцип ускорения, характерный для современной социальной динамики, получающий качественный показатель за счет количественных изменений, запрашивает ритуализованное поведение людей как экономию энергии. Последнее становится гарантом стабильности, предсказуемости и однозначности.

Моделирование поведения отвечает требованиям интенсификации социального взаимодействия на уровне межличностного общения и его технологических показателей. Здесь слово «техника» используется в его основном значении, как мастерство, искусство утилитарно-прагматической направленности. Современное состояние рыночной экономики требует навыков в практике делового общения, обеспечивающих высокую его технологичность. Технологию социального взаимодействия определяет в настоящее время система управления информацией, контроля за ней, особенно за той информацией, которая извещает о ценностях и смысловых характеристиках социальных процессов, которые вмещает в себя бизнес-ритуал с его предметно-вещным многообразием, цветовым, музыкальным оформлением и сопровождением. В этом случае бизнес-ритуал выступает особым языком институционального общения, который способствует движению (подаче и принятию) разумной информации. В данном случае информация о должном, целесообразном, полезном заключается в стандартизированные действия, которые и представляют собой систему особых сигналов, инициирующих поведение субъектов в заданном направлении. Бизнес-ритуал, упорядочивая и организовывая поведение людей, поддерживает ритм их жизнедеятельности, определяет ее ход: от праздника к будням, от торжества к обыденности, от официально-административной тональности общения к обиходной и т.д.

Будучи в целом позитивной компонентой в корпоративной культуре, бизнес-ритуал может приносить и негативы в деятельность организаций, учреждений, фирм и других социальных институтов. Чрезмерное увлечение ритуализованным поведением, повтор одних и тех же приемов ведут к привыканию и снижению эмоционального их восприятия, что препятствует воплощению ценностей во взаимодействие людей. Отсутствие обновления и разнообразия в моделировании отношений может повлечь превращение ритуализованных форм поведения в шаблон, лишенный как смысловой заданности, так и функциональной результативности. Ритуализованные формы

поведения требуют всякий раз обновления, инноваций, творческих исканий. В противном случае возрастает вероятность профанирования провозглашаемой или декларируемой ритуалом ценности, появления в отношениях между участниками формализма, разочарования и равнодушия, которые препятствуют продуктивности и результативности дела. Вот почему в настоящее время управление ритуализованным поведением в социокультурной сфере является важной составляющей организационного менеджмента.

И так, бизнес-ритуал представляет собой разновидность социального ритуала и включает в себе рационализированные (целесообразные) и эмоциональные (чувствительные) проявления коллективных форм поведения. Данное социальное явление отражает цивилизационные процессы, происходящие в обществе, удерживая цепь событий, находящихся в зависимости «традиция – новация – инновация». Через бизнес-ритуал устанавливается связь между устаревшими системами ценностей с непрерывно меняющимися факторами социальной реальности. Бизнес-ритуал транслирует принципы солидарности, сотрудничества и партнерства, включаясь в механизм осуществления контроля и упорядочивания социальных отношений. Данный феномен выступает проявлением цикличности в цивилизационном процессе, сохраняя главную функцию – позиционирование основных потребностей социальных институтов и сообществ. Ритуал не только включается в духовное производство и воспроизводство, но и выполняет важную роль в социальной динамике, привнося в ее ход ритм и последовательность.

В коммуникативном пространстве современного информационного общества бизнес-ритуал представляет собой оригинальный канал передачи сообщений, обмена знаниями и сведениями. Здесь происходит переход социальной информации в надинформацию, которая предполагает систему кодирования и сигнификации социальных процессов. Устойчивость ритуализованного коллективного поведения, и прежде всего бизнес-ритуала, связана также с такой его функциональной нагруженностью, как артикуляция приоритетных для социальных институтов ценностей, инициацией наиболее эффективных систем социальных действий, а также адаптацией социального субъекта к социальным изменениям.

В системе рыночных отношений и в условиях коммерциализации социальных связей бизнес-ритуал включается в процесс представительского общения, становясь неотъемлемым элементом современной визуальной поведенческой культуры и организационного менеджмента. В бизнес-ритуале позиционирует и определенным образом рекламирует себя не только личность или событие, но и социальный институт.

Как и любая социальная институциональность, ритуал вписан в систему социальных ролей и выполняет ряд функций. Главными из них являются две – социологическая и психологическая. С одной стороны, ритуал служит средством социальной интеграции, поддержания целостности той или иной общности, ее самоидентификации. С другой стороны, ритуал направлен на снятие психологического стресса, напряжения, способствует гармонизации человеческой

психики, т.е. выступает существенным фактором преодоления фрустрации и ее психологических аналогов в современных условиях социальной нестабильности.

Литература:

1. Американская социологическая мысль: Тексты. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. М.: РУДОМИНО, 1998.
3. Васильев Л.С. Проблемы генезиса китайской мысли (формирование основ мировоззрения и менталитета). – М.: Наука, 1998.
4. Веселовский В.Н. Информация и мысль; новый взгляд на сущность сознания // Философия и общество. – 2000. – № 3. – С. 88-89.
5. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы философии герменевтики, – М.: Прогресс, 1998.
6. Деррида Ж. Страсти // Эссе от имени. – М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб: Алейя, 1998.
7. Конфуций. Я верю в древность. – М.; республика, 1995.
8. Лоренц К. Так называемое зло. К естественной истории агрессии. – М., 1988. – С. 107-108.
9. Рікер П. Сам як інший. – К.: Дух і Літера, 2000.
10. Фромм Э. Философия и религия // Сумерки богов. – М.; Политиздат, 1999.
11. Шмерлина И.А. Этологическая концепция ритуала // Человек. – 2001. – № 1. – С. 32-33.