

ФИЛОСОФИЯ И УПРАВЛЕНСКА КУЛТУРА

Проф. дн Лъчезар Андреев

PHILOSOPHY AND MANAGEMENT CULTURE

Prof. Lachezar Andreev, Dr. Hab.

Summary: *In this study are considered: Philosophy – included in the values of the organization and management culture; philosophy as a factor and a model in public management and the practical activities; philosophy and pragmatic orientation of management actions.*

Key words: *social management, competition, pragmatism manipulation.*

1. Философията – включена в ценностите на организационно-управленската култура.

Академичната коректност изисква да подчертаем, че за разлика от “чисто” историко-философския преглед, един философско-социологически и културологичен поглед следва да обръща специално внимание върху интеграционната роля на философията в областта на културата и социалната практика.

Какво би могъл да каже философът (или по-точно философски образованият и добре информиран човек) по проблема за социалното управление и правораздаване, освен че интересът към тях закономерно нараства? На първо място той сигурно със съжаление би установил, че актуализирането на този проблем все още не се съпровожда от такава “понятийна избистреност”, каквато той заслужава. Нейните очертания често се губят в голи декларации, патетична “загриженост”, политическа фразеология или позоваване на различни авторитети и задгранични институции.

Естествено всички биха се съгласили, че отношението към проблемите на социалното управление и правораздаването трябва да бъде научно. Но от това положението не става автоматически ясно. Работата е там, че за теоретически права върху ефективното управление претендират поне три (а фактически – много повече) науки. Всяка от тях се разгръща (или “концентрира”) върху множество “аспекти”.

Съществуват различни социологически, социално-икономически, социално-политически теории за социалното и стопанско управление, някои от които не рядко се строят върху психологическа или макроикономическа основа. Всички те претендират, че отразяват и изразяват по-по-най-адекватно ефективните форми на устройство и управление.

Тъкмо такива уточнения правят възможен и необходим опита за философско осмисляне на социалното познание и управленската практика. Вниманието е насочено към явното функциониране на диалектиката в социалната и управленска наука и неявното присъствие на софистическо съдържание в социалнополитическата и управленска практика. Нима не трябва да признаем ролята на съмнението в процесите на преосмисляне и преоценка на комуникативната и управленска дейност? Съответно, явните тенденции към преоценка на допустимостта на еристиката в съдържанието на управленската и правораздавателната дейност.

В действителност, какво представлява скептично-критичната позиция и коя е секретната ѝ формула, провокираща вниманието на разнородните представители на социалните науки и управленската практика? Кое сближава специализираната и динамична практика на юриста и журналиста с логическия свят на скептика и софиста и може ли да се осмисли тяхното възникване и взаимодействие? Какво крият профилът и делото на скептика и софиста и заслужава ли да бъдат познати многообразните им претворявания? Това навярно са само една малка част от въпросите, предизвикани от удивителната способност на човека да се адаптира, оцелява и побеждава в проблемни ситуации.

Диалектиката, скептицизмът, софистиката открай време са привличали вниманието на философи и философстващи юристи и

управленци. И изглежда този интерес се засилва във времето на социокултурни преходи. Защото, ако е вярна мисълта, че същността на ефективното управление е в умението да се познава, овладява и управлява общественото мнение, настроение, избор, поведение, то формулата на управленския успех вероятно е вложена във формулата на движението: мотивация – комуникация – мотивация – дейност и тяхното откриване би било значително постижение на управленската наука и практика. Безспорно в културната история има много примери за успешно управление, за авторитетни управленци, лидери, вождове. Но повечето от тях днес звучат като достойни исторически справки, които нямат пряко приложение.

Това, с което разполагаме днес, е сложна плетеница от примери и случаи, от анализи и наблюдения, които, подобно елементите на пъзел, все по-ясно показват, че управлението е далеч по-сложно от нашата представа за него. И затова често лидерството е забулено в мистична мъгла на причудливото, странното, необичайното на харизматичността. И все пак, нима съвременната наука би се задоволила с митологизирането на отделни исторически (в повечето случаи зловещи) личности, нима съвременната рационалност би се ограничила само в преекспониране на обаятелната, харизматичната или атрактивната фигура?

Трудно е за образования и добре информиран човек да остане задълго в обятията на необяснимото, затова той често се обръща към логичната стойност на теориите. И това е така, защото най-важната черта на един модел на управление е неговата устойчивост. Действително социалната активност и полемичната мощ са между най-често повтарящите се белези на демократичния модел на управление.

Да, психологията може да се похвали със своите успехи по пътя към разкриване “формулата на харизматичната личност”. Но това все още е далеч от действителния отговор, защото (както и при навлизането в интимната структура на мотивацията) тук е в пълната си власт не един парадокс.

Но навярно би било интересно да разберем какво вижда съвременната философия на управлението при опита си да преосмисли макар и само основните принципи и позиции, присъщи на феномена социално управление. Дали резултатите от прилагането на диалекти-

ческият метод са толкова (не)предвидими, колкото и избирателното прилагане на “неморалната” софистика. Дали диалектичката философия, разчела формулата на онези отношения, които движат историческите процеси, е в състояние да ни даде нещо повече от досега известното? Претенцията за изчерпателни отговори не изглежда особено сериозна, защото ако определящото ни е вече известно, то остава недостатъчно (дори безсмислено), ако не познаваме мощта на решаващи или само съпътстващи фактори в социалната психика и дейност, скрити зад видимо несъществени и не значими показатели.

Съвременната философия на управлението обобщава и интегрира постиженията на социологията и психологията на управлението. Без да навлизаме дълбоко в сферата на психологията, ще използваме някои изводи и обобщения, съгласно главната насока на анализа. Ето защо в изложението на проблемите твърде интересни въпроси на управлението ще попаднат в периферията или в страни от набелязания път. Един от тях е например този за ролята на интуицията и безсъзнателното при вземане на решения.

Друг изконен психологически проблем е този за влиянието на стимулите и личния пример при мотивирането на изпълнителите. Много още вълнуващи съзнанието въпроси биха могли да посочат психолозите.

Друг кръг от проблеми в интересуващата ни насока се преплитат тясно с предметния кръг на социологията. Ние използваме само някои от нейните изводи и обобщения, поемайки риска някои интересни факти да останат извън полето на по-специално анализиране. Не може да не отчетем, например, влиянието на социалните параметри върху успешното управление. Други важни елементи на социалната среда са културните стимули, разминаването между желаното и наличното, свободният достъп до модерните информационно-комуникативни технологии и техники на всички граждани без изключение, без дискриминация, толерантност към различните мнения и т.н. Безспорно, много са интересните въпроси, които очакват компетентен отговор от социолози, икономисти, юристи, програмисти.

Философията отдавна се е разделила със своите амбиции строго да логицизира, математизира знанието за човека и обществото, затова е напразно да очакваме от нея категорични отговори или абсолютни отговори по въпросите на социалната организация, устрой-

ство и управление. И все пак може би философията има какво да добави към вече известното, особено към най-общото осмисляне на управлението. Затова е нужно още в началото да кажем няколко думи за проблемите, които анализираме, за избора на акцентите. Толкова сложно явление като управлението би могло да има различен прочит в зависимост от компетентността на разглеждане. То би могло до се изследва от гледна точка на социологията, психологията, икономиката, правото, етиката, естетиката, езиковнанието, информатиката и т.н. Всички теоретици и практики признават необходимостта от интердисциплинарно изследване на феномена управление. Всички изследователи признават необходимостта от философско осмисляне на управлението. Но почти всички негласно прилагат един “радиален” подход. Според характера и степента на компетентност, те извеждат един от аспектите като основен, определящ, подреждащ всички останали, т. е. всички останали аспекти са само допълващи или съпътстващи основния.

Диалектическият подход приема и утвърждава идеята, че управлението като всеки социокултурен феномен има своите обективни и субективни предпоставки и причини за възникване и своите субективни реализации. Управлението като субект-обектно отношение има различни измерения. Те могат да бъдат разглеждани от различни аспекти: философски, социологически, психологически, аксиологически, функционален, праксиологически и др. Различните аспекти предлагат различна степен на общност на знанието за управлението. Отношението между философията на управлението, социологията на управлението, психологията на управлението и всички останали аспекти на разглеждане са в действителност отношение на общо – особено – специфично – степен на конкретизиране на единичното в познанието за управлението. Т. е. различните аспекти на разглеждане взаимно се предполагат, допълват, определят. Диалектиката е опит за философско осмисляне на управлението като дейност, но анализирана, от една страна, чрез ревниво пазената от психологията проблематика за потребността като двигател или източник на човешката активност и, от друга страна, чрез обществената същност и място на всяка организация и управленски акт, въпрос, смятан за основен в социологията. Тази “многоизмерност” на проб-

лема за управлението естествено изисква и по-комплексен подход към неговото решаване.

Диалектическият подход изисква да се разкрие какъв е предметният свят на управленската дейност, който я отличава от всяка друга дейност и по какво управленецът като личност или като субект се отличава от себеподобните. Така и методологичният контекст на предлаганата концепция изисква да се каже не само как възниква управлението, но трябва да се изясни какво представлява то, а също и кой е в състояние да го създаде.

Едва ли очакването на по-прагматично настроените читатели би се удовлетворило, когато им бъде представена богата библиографска справка за наличната и достъпна литература за организацията и управлението. Обща рецепта за ефективно управление засега няма, въпреки претенциите на много автори, че предлагат проверени теории и практически наръчници по управление, дори за управление на кризи.

Може би за читателя с подчертан вкус към нормативното познание и дейност развитието на идеите за човека в скептично-критична и прагматична позиция биха изглеждали малко абстрактни и необичайни. Затова е уместно да напомним, че философията винаги е парадоксална от гледището на всекидневния опит. Много споделени мнения, по-точно преобладаващо приети, господстващи, управляващи мнения дотолкова са се сраснали с нашето световъзприемане, че ние волно или неволно ги оценяваме и наричаме абсолютни истини. Философският скептицизъм изисква човек да се съмнява и въздържа спрямо “истините от последна инстанция”. Но доколко една скептично-критична позиция е защитена, може да се покаже не само чрез историко-философски преглед, но и чрез нейното (относително) разгръщане в социалните отношения.

Човек е невъзможен извън своето обществено обкръжение. Но какво в действителност е обществото? Кое определя съдържанието и формата на социалната активност? Защо демократичното общество е невъзможно извън конкурентната дейност на индивидите? Досегашният опит на науката не дава основание за лесни и лаконични отговори. И макар да е много трудно да се улови в една дефиниция социалният процес, нека се вгледаме малко по-внимателно в диалек-

тическата интерпретация. По-точно, казано с езика на философията, процесът на социалното развитие е същевременно и пътят на човешкото самосъздаване, самоутвърждаване чрез предметно-практическата си дейност. Тази дейност, която независимо от преходността на нейните обществени форми е непреходната форма на собственото ни съществуване. Освен предметно-практическа, човешката дейност е същевременно и духовно-практическа. Този втори, невидим и пряко неосезаем модус на дейността е неразделно свързан с предметно-практическия, но и му се противопоставя, макар че в своето единство те оформят единната и развиваща се обществена практика. Всяка дейност е възможна дотолкова, доколкото хората изпитват нужда от определени условия на живот. С други думи, извършеното действие е нещо неразделно от потребността, която го е породила, но също и от предмета, който е въввлечен или се получава от него. Нещо повече, действието и предметът могат да изменят, да прекроят потребността, съобразно начина на своето съществуване. Определен вид производство създава не само предмет за потребността, но и определя определен вид потребност за предмета. В последна сметка човек е и субект, и обект на дейността. Той е субект, доколкото притежава съзнание и е в състояние да организира своята активност по такъв начин, че да достигне онова състояние или предмет, които ще задоволят неговите потребности. И в същото време е обект на миналата дейност на човешката общност, затова действието му не е произволно, случайно и независимо от другите индивиди, а е продукт на влиянието на обществените условия, на историческите тенденции, на културата. А историята не е нещо друго, освен дейността на преследващия своите цели човек¹.

Многопосочната диалектика на взаимовръзката общество – индивид – организация – управление може да бъде разкрита с помощта и усилията на науките, изучаващи човека – психология, социология, антропология, философия и т.н. Решението, което предлага всяка една от тях, едва ли би могло да претендира за пълното. Опити за философско осмисляне на това взаимоотношение срещаме още в античността и може би в най-голяма степен в системите на Платон, Аристотел, стоиците и софистите².

В светлината на философските анализи (на представителите на Новото време и нашата съвременност), обаче, изпъкват някои

неуловими за всекидневното (и специализираното нормативно) мислене нюанси, други остават в сянка, така че картината чувствително се изменя.

За всекидневното мислене е безспорно, че ние действаме, когато искаме да достигнем някакъв предмет или предметно състояние, наречени наши цели. Но философията не би могла да отмине без внимание въпроса, как предметът е в състояние да приеме неосезаемата форма или униформата на целта?

Ако се опитаме да потърсим отговор със средствата на диалектичното мислене, бихме достигнали до извода, че потребността ражда дейност, но за да бъде задоволена тъкмо тази потребност, дейността трябва да израсне и се развие по точно определен начин, да бъде изградена така, че да произведе, да направи, да създаде онзи продукт или състояние, които са необходими. Именно целта е онова устойчиво, необходимо и съществено отношение, което внася ред между отделните операции и оформя тези операции по точно определен начин.

Философското осмисляне на човешки потребности – цели – дейност намира смисъл доколкото бива използвано в познавателни, социално-практически, управленски ситуации.

По силата на тези съображения можем да приемем, че в плана на познанието собственият опит фактически се оказва точката, от която човек задължително тръгва, но която той като човек също така задължително задминава. Междучовешките връзки, които всъщност ни превръщат в хора, същевременно неимоверно разширяват кръга и увеличават достоверността на нашите знания. Човекът и практически, и познавателно е насочен към бъдещето. Това е пряко следствие от неговата характеристика като същество, което осъществява планове, труди се, претворява действителността. А от бъдещето никой няма – и не може да има – някакъв непосредствен опит. Но това означава, че то е обект само на фантазия – хората неизбежно и мислят за него, понякога – твърде разумно. Иначе казано, със самата същност на човека е свързана и възможността той да знае и неща, за които никой не е имал, няма или дори не може да има непосредствени опитни данни. Тъкмо такива знания, когато са знания, а не “рождби на въображението”, обикновено се казва, че са добити по логически

път. Но в този “логически път” сигурно не всичко е наистина логическо³.

Преди всичко нелогичността или логическата непоследователност в социалното познание, комуникация, управление, ако не всякога, то поне в повечето случаи е съзнателна, преднамерена, поддържана. Поддържането на нелогичност в позицията на управляващи или управлявани означава, че за тях е важно да наложат своята воля и власт. Поради това, те се нуждаят не само от реторическото си обявяване и софистичното си подвеждане под общоприети тези и ценности, но и от извънтеоретически средства за разпространение.

За да отграничим онова, което е относително безспорно в социалното познание и управленска практика, нека подчертаем: всяка човешка обективация и човешко действие е исторически факт (акт). Той се проявява в определена историческа (и още по-фокусирано) в определена социална ситуация. И най-интимно личните и най-абстрактно научните феномени носят и изразяват духа на общественото време, в което се осъществяват.

Няма да сгрешим, ако заявим, че кулминационна точка на цялото социално познание е проблемът за демократичното устройство и управление, за зависимостта между социалната практика и социалното управление. Специфичното “концептуално място” на понятието “социално управление” в структурата на познанието го издига до нивото на фундаментална категория в дискурсивните модели на различните философски, социологически, психологически, икономически школи и направления. Научната и практическата му употреба значително се засилва с преминаването на социалната проблематика в “зоната на рационалното”, т.е. когато се навлиза в емпиричното описание и теоретичното обяснение на същността, причините за съществуването и формите на проявление на социалните феномени и социалната дейност.

Нашата социална съвременност не по-малко от миналите векове се нуждае от прецизно определяне ефективната употреба на понятието “социално управление”. Към такава постановка отвеждат два факта: първо, обществото все повече се практикува, т. е. обществените практически (и управленски) системи все повече се приближават до същността и функционалността на общосоциалната сис-

тема; и второ, мащабно и систематично се насажда прагматичен дух не само в нациите на САЩ и “Нова Европа”.

Различните видове употреба и терминологичните нюанси на това понятие, както и включването му в разнородни философски и нефилософски построения твърде много допринася за развитието на самата научна теория за управлението и формирането на адекватна картина за зависимостта между бизнеса, политиката и управлението.

В такива условия философията на управлението като научно понятие започва вече да получава общопризната гражданственост. Тя се оформя като теоретичен конструкт с много по-мощен обяснителен потенциал, отколкото други сходни категории (като социология на управлението, психология на управлението и други) и благодарение на него започва да се очертава по-обективна картина на социалната действителност.

Същността на философията на управлението трудно може да бъде разбрана без разкриване на нейната социална роля – без разглеждането ѝ като динамично теоретическо пространство, което съчетава основните проблеми и тенденции на общественно-историческата реалност и техните проекции в социалното управление.

В такъв порядък от разсъждения се откроява следната ситуация в специализираната литература: повечето автори разглеждат усъвършенстването на системата на социалното познание и управление като важна предпоставка за възникването, съществуването и по-нататъшното успешно развитие на демокрацията. Не случайно проблемите на социалното управление стоят в центъра на вниманието (и работата) на редица национални, наднационални, международни организации и форуми (ЕС, ООН и други). Един от основните проблеми на обсъждане са главните насоки в развитието на управлението с оглед по-пълното отчитане на социално-икономическите, политическите, екологическите и други изменения, проблеми и противоречия.

Особено внимание се отделя на проблемите на ефективността и демократичността, интензификацията и интелектуализацията на управлението. Първостепенно значение за оптималното управление и развитие имат уменията за комуникация, публичният диалог. Съвсем естествено проблемите на управлението се свързват и с проблемите на разкриването и преодоляването на противоречията в демо-

кратичното развитие. Нерядко плурализъмът и конкуренцията предизвикват противоречиви асоциации в социалнопсихологическо, морално-политическо и управленско отношение.

В определен смисъл философското знание е едно от мощните средства за ефективно управление, организация и развитие. Едновременно с това, обаче, с него маже да се злоупотреби. При неправилното разбиране на диалектиката, софистиката и еристиката се стига до нежелателни последици. Не е трудно да се посочат редица неадекватни форми и прояви на публичен диалог, на неадекватен прочит на основните принципи и послания на демокрацията.

Понятието за демокрация в релацията власт и подчинение като реалност, а не като теория, има възрастта на гръцката античност и явното присъствие на софистиката. Но самият термин “управляваща и управлявана демокрация” се актуализира и разпространи широко едва от 60-те години на XX век. Най-общо казано, наложиха го зачестилите опити да бъдат подновени споровете, свързани с показателите и критериите за определяне характера на обществения строй, за динамиката на социално-икономическите и социално-политическите промени.

Трябва да признаем, че от Античността до сега опитите да се дефинира що е демократично общество и управление са многобройни. Би било безплоден педантизъм те всички да бъдат привездани и преценявани. Нужно е да се припомни, че не един спор е бил провокиран и актуализиран по-специално от опитите да се отъждествят или недостатъчно да се разграничат две често преплитани значения на думите “общество” и “демокрация”. Най-широко разпространената представа разглежда обществения живот като сума от съзнателни действия и взаимодействия на отделни индивиди, съчетани с безкористна загриженост за човешките права и свободи. Тази представа не винаги се съчетава с разбирането, че човешките цели, преди да определят човешкото поведение, сами се определят от обективни потребности, интереси, условия и възможности, поради което социалните процеси са закономерни, макар и не предопределени явления.

Многократно е подчертавано, че философското (макар и не винаги научно-философско) отношение към социалната организация

и управление не може да се появи във от демократичния път на човешката цивилизация, че демокрацията изисква рационализиране на културния фон. Днес ние все по-ясно виждаме, че и съвременната демокрация е най-висок връх на общочовешката култура през нашия век. Демокрацията трябва да се усвоява, защитава, развива. За какво по-точно става дума?

По повод на динамиката на социокултурните промени не би било излишно да си припомним как се съотнасят теоретическите постановки, организационните принципи и политическите действия. Безспорно в “политическата философия” съществуват отделни постановки, че демокрацията е резултат на спонтанна “воля за свобода” в краткотрайна политическа конюнктура. Демокрацията е само театрална маска на скрита “воля за власт”. Не е трудно да се разберат причините на тази, учтиво казано, едностранчивост. Такива “научни” твърдения могат да предизвикат само най-голямо учудване. Нима може да има победа на автентичната демокрация без теоретически защитими (философско-социологически и икономически) положения и техните организационно-политически въплъщения? Нима без правилно и проверено теоретическо решение на въпроса за отношението икономика – политика, за спонтанността и съзнателността в демократическите процеси може да се разбере вярата на човека в “спонтанното” или закономерното възникване на демокрацията? Не бива да се мисли, че представянето на демокрацията като маска на “властта в сянка” е непременно съзнателна измама. Много често то представлява по-скоро заблуждение, плод на възгледи, които по начало трудно осъзнават връзката между философията, социологията и психологията на управлението, от една страна, и конкретната политика (или политики) или организационните техники и технологии – от друга.

Демокрацията е власт в ръцете на народа, институционализирана свобода, конституционално управление, управление чрез изборни представители. Основните показатели са: суверенитет на народа; управление, основано на съгласието на управляваните; власт на мнозинството и права на малцинството; гаранции за основните човешки права; свободни и честни избори; равенство пред закона; процесуални гаранции; конституционни ограничения на властта; социален, икономически и политически плурализъм; търпимост, праг-

матизъм, сътрудничество и компромиси. Демокрацията не дава основни права, а закриля правата по рождение (Т. Джеферсън). Основните човешки права са: свобода на словото, изявата и печата; свобода на религията; свобода на събранията и сдруженията; право на равна закрила от закона; право на процесуални гаранции и справедлив съд. Изборите са основна институция на демократичното управление чрез представители. Волята на управляваните се превръща във власт.

Демократичните избори са: състезателни; периодични; широко-машабни, решаващи, публични, изискват лоялна опозиция: свободна да критикува, да публикува критиките, да се предлагат алтернативни решения. Културата на демократичното управление включва сбор от институции и гражданска инициатива; социална активност и самоуправление; публичен диалог, който изисква познание за социалните и екзистенциалните различия, противоречия, отчуждение, конфликти, за компромисите и консенсуса. Властта, опираща се на волята на подвластните, действа уверено и авторитетно. Гражданите участват в сдружения срещу ограниченията и репресиите. Те изразяват своя протест чрез демонстрации, шествия, бойкоты, стачки, граждански неподчинения и други граждански инициативи. Демокрацията не предполага конкретна икономическа доктрина. Икономиката определя „лявото” или „дясното” в политиката. Икономическата свобода е свободен пазар и социална политика. Основен авторитет за демокрацията е гласът на свободния гражданин: отделната личност, политик, синдикалист, неправителствени организации, религии, медии, училища, университети, интелектуалци⁴.

Безспорно ние не се причисляваме и към специалистите, които пряко и компетентно разглеждат и осъществяват внедряването на научните постижение в управленската практика. Поради философската си нагласа, ще оставим настрана множеството спорове и ще обърнем внимание най-напред върху широката ирадиация на повика за усъвършенстване ефективността на управлението чрез интелектуализиране и техницизиране. Динамичните промени, конкуренцията, прагматизмът изискват всеки (управляващ и управляван) да започне (или да продължи) повече или по-малко интензивно да усъвършенства своите управленски познания и умения.

И без да познаваме големите философско-психологически обсъждания на проблема за интелекта, и без да познаваме макро и микро-икономическите теории за възпроизводството на капитала, и без да разполагаме с някакво общоприето определение за ефективно управление, бихме могли да се съгласим, че управлението не се изчерпва с наличието на харизматичен лидер, с познаването и прилагането на конкретни норми и правила от всички останали участници в организацията. Можем условно да отъждествим ефективното управление с това ниво на организационна култура (икономическа, юридическа, технологическа, техническа компетентност, умения за комуникация и мотивация), която гарантира култивирането и “внедряването” на рационалност (приложна нормативна логика) и дозирана (балансирана) емоционалност. Пред всеки управляващ и управляван стоят множество въпроси. Кои са основните, определящите, кои са решаващите и кои само съпътстващите причини, фактори, показатели при организацията и управлението? Как да се съчетае претенцията за демокрация и плурализъм с „логиката на парите”? Доколко е възможна социална справедливост при диктат на капитала? Как да се съчетае властта на агресивната социалнополитическа еуфория и общочовешките ценности? Кои са основните гаранции за социален мир?

Философията на управлението изисква от човека (субекта на управление) да познава и отчита: първо, социокултурната перспектива – човекът в обществото и обществото в човека; икономическата основа на всяко общежитие, общество, управление; мястото и ролята на човека производител и човека собственик; микроанатомията на гражданското общество – публичното, дисциплинарното и частното пространство. Второ, ролята на социалните ситуации (икономически, политически, етнически, религиозни, екологически) и културно-комуникативните ситуации за появата на управленчески проблеми. Видовете власт над човека – управлението като елит; власт срещу човека – управление чрез ограничения, репресии, диктат; власт за човека – управление чрез граждански договор и публичен диалог.

Философията на управлението поставя въпросите: Каква е ролята на познавателно-оценъчните и нравствено-психологическите проблеми при организацията и управлението? Тя насочва вниманието към необходимостта от адекватно познание и оценка на общото,

особеното, специфичното, единичното в цялостната човешка жизненост и в социалното управление. Всеки човек в една или друга степен и форма среща трудности при опита си да разграничи: индивидуалното от общото, отделните (значими за индивида) факти от социалната реалност, социалните структури от социалните движения, социалните структури от смисъла на постъпките, познанието от разбирането, истината от заблудението (сетивната видимост), знанието за властта от начина на осъществяване.

Философията на управлението разглежда социалното познание, социалната активност, социалното управление като органично цяло. Тя поставя въпроса: Какво е мястото и ролята на вярата и убеждението при мотивиране на поведенческа активност, при избора и осъществяването на определен модел на общуване и управление? Отговорът на този въпрос включва множество процеси и явления. Осмислянето и преосмислянето като основни процеси на социалното познание, активност и управление. Процесите на преосмисляне и техните социални основания като предпоставка за управленската позиция. Границите на процесите на преосмисляне и критерия за рационалност и показателя прагматичност. Процесите на преосмисляне и проблемът за кумулиране на скепсис и критичност се съчетават с проявите на субективизъм в управлението, с неявното присъствие на манипулативно съдържание в управленското поведение, с явното функциониране на манипулативни техники в публичното общуване и медийното обслужване. Основните принципи и методи на социалното управление, осигуряващи обективност на анализа и целенасоченост на управленските решения, изискват осмисляне на публичния диалог и полемика, отчитане спецификата на толерантността и критическия подход към проблемите на организационното поведение и управление.

Философско-аксиологическият поглед към управлението включва: Ценностните параметри на социалното управление; нагласите и готовността за управленско поведение; трафикът на ценности и оценки чрез глобалните комуникации и масмедията; образците на поведение и личностното формиране на активна позиция; динамиката на усвояването на образците и нивата на стереотипност.

Поставянето и решаването на тези и много други проблеми е свързано с конкретните управленски практики. Управлението като

реализирана и реализираща се нормативна тоталност има програмно-директивни и регулативни страни и функции. Те изискват преценка на допустимостта на противоречията в съдържанието на управленските решения и действия, отношение към (не)определеността във времето при изпълнението на управленските решения, отчитане на възможните емоционални преживявания, респ. психическите натоваарвания, претоваарвания и последиците от тях.

Общоизвестно е, че успехът (на всяка една организация) е базиран на (и гарантиран от) поставянето на правилни стратегически цели и подходяща организационна култура, която обхваща стойностите на организацията, организационния ѝ климат и стил на управление. На тази основа могат да се изграждат различни подходи. Общото, което ги обединява, е, че дейността на всяка организация предполага поставени цели и стратегии за постигането им. Основна и доминираща цел е „увеличаване на възвръщаемостта на вложения капитал с X%”. Тя определя йерархия от цели и подцели.

Всички автори посочват необходимостта от „правилна стратегия”. Но как се постига „правилна стратегия”? Кой и какво гарантира адекватния избор на „правилна стратегия”?

Съществува многообразие от отговори, според профила и степента на компетентност. Познаването на философията на управлението дава възможност на човек в една или друга степен на адекватност да проследи необходимия и неизбежен път по изграждането и осъществяването на стратегията. С други думи, философията дава възможност на човек от множеството отделни неща, процеси и явления на дадена организация (предмет на дейност; налични материални, суровинни, технически, технологически, финансови и човешки ресурси; качеството на продукта и неговата конкурентна способност на пазара и др.) да изведе общото, повтарящото се, необходимото, неизбежното, същественото, закономерното (или всеобщото). И на тази основа човек има възможност да прогнозира как познатите днес неща ще се проявят в една по-близка или по-далечна перспектива. Нещо повече, човек може да избере и изведе една от прогнозите като основна, а другите като допълващи или резервни. И на тази основа човек има възможност да планира, програмира, проектира, организира и ефективно да реализира своята управленска дейност.

Във функционален план това са следните степени: стратегия, тактика, технология, техника, оперативност, конкретна дейност.

Осведоменият читател би могъл лесно да се ориентира, че философският диалектически поглед върху управлението, самата философия на управлението включва общото, повтарящото се, необходимото, същественото, закономерното, присъщо на всяко управление, на всеки управленски акт. Тя изисква управляващите (и обучаващите се да управляват) да получат познания и умения за нормоприлагане и нормотворчество.

Тъкмо такива уточнения правят възможен и необходим опита да насочим вниманието към комуникативната култура и възможността за конкурентно предимство.

Във философско-социологическата литература, в многостранния културен живот все по-често срещаме имената на общоизвестни управленски ценности: социална активност, креативност, лидерство, политика, конкуренция, пазарна икономика.

Едва ли може да има съмнение, че всяка историческа епоха, всяка културна общност имат свой идеал за човешкото съществуване, съществуване, общуване. Практическата философия е предлагала и предлага различни варианти за реализиране на единството “грижа за себе си” и толерантност към другостта.

Сред множеството социокултурни промени един идеал за екзистенциална и социална активност се е превърнал във водещ – идеалът на мобилната прагматичност, идеал на интелигентния, креативен и дееспособен човек. Конкретните измерения на този идеал еволюират според времето, културно-комуникативната ситуация и бизнес средата.

Разбираемо е, че хората от сферата на културата и политиката, хората на бизнеса и много други осъзнават, че темата за конкуренцията е важна и че нейните концептуализации се променят по-бързо от когато и да било. Същевременно немалка част от хората до голяма степен са игнорирани (или недостатъчно отчитат) един извънредно важен кръг от умения и способности – тези, отнасящи се до множествените начини за реализация на целите, значението на това да приемеш съществуването и съществуването на собствените (или групови) интереси и позиции (и емоции), да регулираш собствената

си мобилност (и чувства), да си способен да разбереш позицията (или опозицията) и емоциите на другите, да си способен да работиш с другите, да бъдеш диалогичен и толерантен и да имаш емпатия към другите. По-общо казано, динамичното всекидневие ще стане по-поносимо, ако култивираме емоционалната и когнитивната си интелигентност: за да разберем другия, трябва да преодолеем гнева си към него.

Една от малкото точки, по които има съгласие между изследователите в областта на социалните науки, е тази, че бизнесът, културата и политиката имат нужда от мобилно управление. Безспорно не съществува една единствена институция, която може да бъде натоварена с отговорността да вземе решение по важните въпроси от сферите на социалното управление, корпоративната култура и политическия мениджмънт. Това не означава, че е вярно обратното: че тези решения не са ничия отговорност и че трябва да позволим на регулативните пазарни механизми да определят кое е правилно или погрешно. Не можем да приемем общество, в което публичният диалог по жизненоважните проблеми е само формален и показан, а хората абдикират от персоналната си отговорност, отхвърлят нуждата да поставят на дебат важните въпроси или автоматично отхвърлят предположения, които могат да се окажат смислени. Гражданското общество предполага и изисква свободата човек да бъде информиран и да информира другите, активно да участва в решения, които влияят на социалната политика. Проблемът е в това, че обикновените граждани често са недостатъчно информирани и поради това стават лесно употребен електорат, жертва на корпоративни или политически интереси.

Ако приемем факта, че сега светът е станал изумително сложен, динамичен и много от невъзможното се е превърнало в реалност, то навярно много от нас биха приветствали едно бъдещо Глобално общество. Но ние трябва да решим какво ще правим и какво няма да правим, когато става въпрос за власт и подчинение, за оптималното използване на нашите познания и умения. Всъщност информацията за нашата комуникативна култура и тази на другите може да бъде мобилизирана така, че да разшири нашето разбиране за общуването и управлението по много нови начини, както и да разкрие нови хоризонти.

Всеки признава важноста на социологията и психологията на управлението, но е също толкова важно да се има предвид необходимостта от познаване и овладяване изкуството да се общува, постигнато в културната традиция. Важно е да се разберат онези умствени способности, които излизат извън рамките на операциите, присъщи на отделните интелегентности и субинтелигентности. Възможно е да се окаже, че някои от способностите, като тези, необходими за оцеляването на човека в проблемни ситуации, изискват наличието на култура, развила комуникативните (скептично-критични и реторично-полемични) способности на човека в продължение на векове. И е възможно да преоткрием защо трябва да препрочитаме произведенията на представителите на практическата философия. Въпреки възможната и желана скептична въздържаност и прагматична предпазливост, важно е да осъзнаем, че съществуват въздействащи примери на знаменити личности, които успешно са съчетавали или съвместявали две или повече кардинални човешки достойнства. Изучаването живота и делото на известни владетели, пълководци, лидери, политици дава представа за размера на човешките комуникативни и управленски способности. Някои от тях са достойни за уважение, други са просто бляскави фигури, съвместяващи качества, считани засега от психологията и епистемологията за отделни феномени.

Запознаването с подобни, служещи за пример ролеви модели, вероятно представлява първата стъпка по пътя към оформянето на личност с мобилна прагматичност, но само излагането на влиянието на тези примери не е достатъчно. Както практическата философия, така и съвременната бизнеспсихология ни убеждават, че способностите могат и трябва да се тренират. Културата на общуването и управлението има нужда от практика, включваща използването на различни (понякога необичайни) техники (на комуникиране, симулиране, моделиране, манипулиране) за справяне в ситуации, изискващи неизбежен избор: дилеми, които ни насочват в различни посоки.

Някои от “по-претенциозните експерти” или по-оптимистично настроените изследователи на поведенческата психология (или на интелигентностите на лидерите) твърдят, че са открили правила, закони, техники на управленското поведение и въздействие, за които обаче няма еднозначни доказателства.

Един от обещаващите подходи е да признаем, че интелигентността, креативността и прагматичността са три отделни неща. Всяко едно от тях може би се нуждае от собствена мерна единица и процедура за оценяване. Някои разновидности или подразновидности на тези достойнства ще се окажат много по-лесни за оценяване от други. В същото време всяко културно, политическо и бизнес общество търси и предлага хора, при които тези три достойнства са комбинирани оптимално. Ние бихме могли да разгледаме директно способностите и потенциалите, които представляват ценност за прагматичния човек и можем да посочим на хората разнообразни, служещи за пример ролеви модели. Вместо да се стремим да открием сред множеството желаня специфичен тип личност, можем да съпоставим различни типове хора с профила на софиста. Заслужава да отчетем факта, че прагматичният човек, познаващ софистиката, притежава широк спектър от възможности и потенциали, които, взети по отделно или заедно, могат да бъдат включени в много продуктивни дейности. Този прагматичен човек е в състояние ефективно да овладее множеството управленски технологии и техники, но също така да ги разгърне по максимално гъвкав и продуктивен начин в рамките на различните социални роли, създадени от различните човешки общества или проблемни ситуации.

2. Философията като фактор и образец в общественно-практическата и управленска дейност.

Въз основа на социалнополитическите промени и научнотехническите постижения, нуждите и желанията на културите по целия свят претърпяха неочаквани промени. Изправени сме пред трудния избор: или да продължим да отстояваме традиционното схващане за социокултурното общуване и управление и за това как те трябва да бъдат представени и овладени, или да предложим един по-различен начин да концептуализираме човешката (социална и екзистенциална) активност.

Не е възможно да говорим по смислен начин за свободен избор, бизнесинициатива, конкуренция, без да имаме позиция за това какво трябва да бъде отношението към управлението, властта и подчинението. И дори ако нечия (или обичайната) позиция по въпроса може

да изглежда сравнително ясна (особено ако е медийно изразена в компанията на политици, академици, бизнесмени), от полза ще бъде да посочим аргументите, свързани с нейната (не)защитимост. Самото взаимодействие между бизнеса, политиката и културата е доказано сложно и интригуващо. Хората винаги са се интересували от тези теми, които насочват вниманието към конкуренцията, към политиката на бизнеса и бизнеса на политиката. От бизнеса се очаква да подпомага политиката и културата (респ. науката, изкуството, образованието). В действителност бизнесът или се опитва да въведе свои стандарти, експертност в политиката и културата като упражнява мениджърски контрол над тях на различни нива, или изцяло ги ръководи със или без цел непосредствена печалба. Съществува и спекулативно се поддържа мнението, че трите функционират в различни сфери, че са възможни, полезни контакти, но не и предопределени модели на сътрудничество или на детерминираност. Безспорно във време на социални конфликти или политически кризи се разгаря недоверието на всички нива. Но ако проявим търпение и погледнем отблизо на тези сфери, ще видим, че разликите не са толкова отчетливи, както смятат повечето хора. Общото е желанието и възможностите да познават и прилагат езика и нравите на доминиращата култура – прагматизма. Всички те винаги се нуждаят от лидерство, решително отстояващо целите си и същевременно чувствително към често противоречивите мотиви и желания на своите изпълнители, последователи, потребители.

В развитите страни все по-голям брой бизнеси са свързани както с производството и продажбата на продукти и услуги, така и със сферата на създаване и разпространение на информация. В условията на пазарен модел основно изискване е бизнесът да приключи годината поне на нула, а начинанията, които надхвърлят минимума, са процъфтяващи. Но различните видове бизнес се различават един от друг по това, кое смятат за печалба: краткосрочна или дългосрочна икономическа устойчивост; как се отнасят към постиженията извън чистата парична печалба – дали възприемат просоциални цели, “стейкхолдърите” и др.

Бизнесите представляват общности, макар и вечно в движение, в които хората се конкурират, но трябва да комуникират, да се раз-

бират един друг. Може би парадоксално проблемът за доверието се откроява все по-ясно в условията на новия икономически ред, при който постоянно се сменят собствениците, бързо се сменят ролите, където все повече работни задачи се осъществяват от консултанти извън конкретния бизнес при липса на контакти “лице в лице”. Трябва да признаем, че въпреки афишираната бизнесетика или консенсусни норми по отношение на очакванията и етикета, бизнес-теренът ще си остане поле на изява на различни повече или по-малко (не)приемливи форми на конкуренция. Заслужава да разгледаме въпроса дали може да се мисли по-автентично (и по печеливш начин) за бизнесите – поотделно или в съвкупност – като за феномени, притежаващи интелигентни, креативни и прагматични лидери, и при кои условия те биха могли да се разгърнат по продуктивен или непродуктивен начин. Различните бизнеси имат своите мисии и своите проблеми, изискват различна компетентност или използват различни видове интелигентност.

Нашето внимание е насочено към бизнесите, фокусирани върху управленските теми, теми, отнасящи се към персоналната идентичност и тази – на общността, теми, адресирани към екзистенциалната интелигентност. Все по-голям брой бизнеси се занимават с информация *per se* (например със събиране на статистическа информация за времето или предпочитанията на клиентите в определен кръг), други се занимават предимно с финансово дело (купуват и продават пари) или упражняват мениджърски функции по управлението на други бизнеси (консултиране, сливане, създаване на информационни продукти, уеб-сайтове и пр.)

Независимо с какво са ангажирани, в повечето от бизнесите има лидерски и мениджърски позиции, както и различни отдели. За служителите, ангажирани с човешките ресурси, търговията, връзките с клиентите, рекламата, от ключово значение е познаването психиката на другите хора. Служителите от отдел човешки ресурси може би ще трябва да експлоатират също и екзистенциалната си интелигентност, когато се занимават с решаването на човешки кризи около наемането на работа или уволняването. Последните функции имат общо с фундаменталните човешки напрежения и дилеми на съществуването. Хората от търговските бизнесначинания, маркетинга,

рекламата използват и най-малките доловими различия, за да убедят клиентите, че трябва да си купят определен продукт. При всички случаи обаче без комуникативна култура не бихме могли нито да участваме в създаването, предлагането и потреблението на продукти, нито да ставаме обект и субект на рекламните и маркетингови трикове. Конкурентното съществуване в различните бизнес-сектори и функции изисква да бъде използван целият набор от интелигентности. Ако има бизнес IQ, то непременно ще включва широк кръг от умения и способности. Всяка една от комуникативните (и манипулативни) техники може да бъде включена в бизнес начинанията. Ние трябва да сме по-гъвкави, когато разглеждаме ролята и функциите, ценени в света на бизнеса. Начинът ни на мислене и оценка, усетът ни относно това, кои интелигентности са въввлечени в различните сектори на бизнеса, е от голямо значение. Но някои други аспекти на множествените интелигентности могат да бъдат от още по-голямо значение: онези, които ангажират персоналните интелигентности. Пред всеки управленец възникват множество въпроси, но преди всичко – какви умения и интелигентности са необходими за определени роли и особено за нововъзникващите роли? Как упражняваме мениджмънт над самите себе си?

До неотдавна бизнесите бяха структурирани така, че служителите да могат да останат в тях неопределено дълго време; смяташе се, че хората, които добре си вършат работата, могат да останат в същия бизнес цял живот. Днес, в бързо променящата се бизнес среда, ролята на интраперсоналната интелигентност става все по-важна, на практика жизненоважна. Когато хората работеха същата работа като своите предшественици, себепознанието беше лукс, ако не и хоби. Отчитайки днешното огромно текучество в професиите, ролите и предпочитанията, важно е хората да имат точно, осъвременено до днешната дата и гъвкаво разбиране за собствените си нужди, желания, тревоги и оптимални начини на общуване. Хората с особено силна интраперсонална интелигентност се ценят в бизнес света, защото могат да използват оптимално своите таланти, особено в бързо променящите се обстоятелства и освен това знаят как по най-добър начин да сравнят своите таланти с тези на колегите си. С други думи, бизнесът има (и ще има все по-малко търпение) към хора с

дефицит в персоналните интелигентности, защото все повече работни места ще стават временни. Продуцентите ще събират персонал всеки път, когато разполагат с работни задачи. Те ще събират хора с различаващи се умения и интелигентности и ще ги карат да свършат работата по най-добрия начин. А за да запазят своята жизненост, организациите трябва да бъдат наясно със скритите си силни и слаби страни, с позицията си спрямо основните конкуренти, с дългосрочните си цели и оптималните стратегии за постигане на тези цели⁵.

Всички култури, политически и бизнес общества искат да изберат и поставят най-подходящите хора на най-значимите властови позиции. За всички управленски структури, обаче, винаги има повече кандидати, отколкото места. И, щом като изпълнението на сложните социални задачи зависи от способности, разпръснати в различни индивиди, то следва, че оценката под каквато и да е форма става неизбежна. Преди всичко трябва да се запитаме: кои от способностите хората използват поединично или в ансамбъл, за да решават сложните (управленски и изпълнителски) задачи в бизнеса, политиката и културата.

Единството на интелигентността, креативността и прагматичността може да се проумее най-добре, ако се разгледа като специфична човешка активност, разпределена в общата жизнедейност. Тази активност не може да бъде значително променена само чрез нравствено религиозни послания и социални интервенции. С други думи, светът, в който живеем (природен и социален, обективен и субективен), е впечатляващ и очарователен, а човешкият ум – любопитен и многообещаващ. Този свят може да бъде разбран и променен. Познанието на множество социо-културни явления, споделеното мнение, общоприетото не са равнозначни на разбирането на същността, на същностните връзки, отношения, взаимодействия. Всички ние имаме нужда да разбираме, ако искаме да избегнем предишните грешки и желаем да се придвижим в продуктивна посока. Важен компонент на разбирането е да знаем кои сме ние и какво можем да направим; как и доколко можем да въздействаме на другостта, да (де)мотивиране другите или как можем ефективно да усвоим, отклоним или неутрализираме чуждо въздействие (информационно-комуникативно, манипулативно). Част от отговора на този въпрос дава реал-

ното единство на човешката интелигентност, креативност и дееспособност. Изявите на разбирането, които наистина имат значение, са онези, които извършваме в качеството си на сътворяващи, претворяващи, потребяващи, комуникиращи човешки същества в нашия несъвършен свят, непрекъснато подлежащ на промяна.

Една от основните когнитивни дейности на хората, участващи в социо-културното общуване и управление, е заниманието с екзистенциалните (и коекзистенциалните) проблеми и че преобладаващата част от технологията на управлението е посветена изключително на регламентиране на ефективните процедури.

Ако приемем, че идеята за съществуването на “управленска интелигентност” се оказва проблематична в някои отношения, то трябва да признаем, че оцеляването и успяването в конкурентната среда изисква всички да мислим конструктивно, критично и всичко, което може да подпомогне този процес, трябва да бъде окуражено. Но доколко е защитимо твърдението, че съществува отделна форма на мислене, наречена позитивно, конструктивно или критично мислене? Както и при други вероятни “интердисциплинарни” способности, внимателният анализ поставя под въпрос неговото съществуване. Съществуват недостатъчни основания да се смята, че процесът на развиване на конструктивното мислене в различните управленски сектори (или бизнес инициативи) ще е идентичен. Всяка бизнес инициатива съдържа своя логика, материал и последователност на ходовете.

Със сигурност съществуват навици на мислене, които са приложими и полезни в повече от един бизнес или политика. Човек би могъл да спечели или да ограничи загубите, ако се замисли върху своите така наречени слаби тактики: нерешителност или колебание при вземане на решение, способност за преоценка на алтернативите, способност да се участва в брейнсторминг, способност да приема критика от приятелски настроените си колеги, склонност да оставя настрана работата си, за да коментира отделни политически или спортни изяви и т.н. Такива навици на психиката могат и трябва да бъдат култивирани при всички хора, на всяка възраст и във всяка културно-комуникативна и бизнес среда. Безспорно трябва да обръщаме внимание на конструктивния диалог, на скептичното въздържа-

не и критическото мислене във всяка една дейност, където те биха могли да бъдат от полза.

Най-сигурният път към постигане на интердисциплинарно конструктивно мислене е режим, в който позитивното мислене се усвоява дисциплина по дисциплина. Например, ако искаме човек да е в състояние да обяснява нещата по принцип, трябва да е запознат с наличните обяснения на исторически и политически събития, на бизнес инициативи, на научни експерименти и литературни интерпретации. Може би, ако човек усвои основните изисквания на скептицизма, критицизма, диалектиката и софистиката, един ден той ще бъде в състояние да обяснява и осъществява автентични съдебни процедури или бизнес стратегии.

За немалка част от хората на бизнеса и политиката автентично управленско решение е това, което се позовава на брой очевидни факти, свидетелства, свидетели. За тях преценката е преди всичко логическо мислене. Ако човек знае как да бъде логичен, той ще бъде в състояние да приложи логиката си навсякъде. Такива управленци безспорно заслужават внимание и уважение, тъкмо защото се стремят към обобщаващи модели на мислене. Тези хора обаче невинаги изпълняват онова, което проповядват. Често те са доказано непрактични или алогични по отношение на личния си живот или се стремят да приложат логиката към неподходящи занимания: като например любовно ухажване или справяне с “трудни хора”. Наблюдателният човек сам може да установи, че психологията на общуването се оказва твърде различна и много по-сложна за усвояване от математическата логика.

Може би значението и видимите прояви на познавателно-оценъчната и поведенческата активност на човека са многопосочни. Всички ние мислим и продължаваме да мислим различно един от друг – всъщност различията в моделите на умствените представи е вероятно да се увеличават в променящата се (глобализираща се) културно-комуникативна ситуация. Предизвикателството към ума е да придава смисъл на преживяното, независимо дали на улицата или в (не)формална група.

Съществува широк спектър от мнения както сред психолози и социолози, така и в средите на икономисти и юристи. Повечето от

тях харесват точните мерки на своите конструкции и някои от тях се фрустрират от факта, че предизвикателствата на новата културно-комуникативна среда са трудно предвидими, че “новите” интелигентности не могат да се измерят с такава лекота, както стандартната “обща” интелигентност. И въпреки това, идеята за измерването на интелигентността остава доста атрактивна за много дисциплини и управленски практики. Припознаването на определена интелигентност, обаче, изисква включването на конструктивно, скептично и критично мислене и на други показатели. Масираната употреба на IQ-тестове не изключва възможността те да станат причина за “ново етикетиране и стигматизация”. Парадоксално е, че екзистенциалната употреба на резултатите от IQ-тестовите в отделни случаи може да доведе до стесняване на употребата им. Известно е, че съществуват много юридически спорове за уместността човек да взема лични или управленски решения с големи последици за по-нататъшното образование и професионална реализация (на практика за житейските шансове) на базата на IQ резултати. Мобилното управление изисква интелигентностите да бъдат мобилизирани, за да помагат на хората да овладеят специфични съдържания и проявят креативност, а не само като начин на категоризиране на индивидите.

Едно от най-често наблюдаваните явления във всички култури и бизнес общества е определени лица да проявяват завидни способности в някои отношения. Без съмнение има много примери за креативност. За да разберем и приемем една или друга концепция за креативност в пълният ѝ смисъл, трябва да приемем някои основни положения. Хората са креативни, когато могат да решават задачи, да създават продукти или да задават въпроси в рамките на даден домен, въпроси, които са първоначално новаторски, но постепенно биват приети в една или повече културни среди. По същия начин една работа е креативна, ако първоначално се откроява заради своето новаторство, но постепенно бива приета от даден домен. Пробният камък за креативността е прост: променил ли се е доменът в резултат на кандидат-креативната работа? Нека подчертаем: креативността се отличава от интелигентността по два допълнителни аспекта. Първо, креативният човек винаги оперира в домена на някаква дисциплина или професия. Човек не може да бъде креативен или некреа-

тивен по принцип. Второ, креативният човек прави нещо, което първоначално е новаторско, но неговият принос не се изчерпва с новаторството; твърде лесно е да се направи нещо, което е само различно и нищо повече. Онова, което дефинира креативният акт или индивид, е последващото всеобщо приемане на новаторството. С други думи, “креативността” в своята същност неминуемо включва преценката на общността. Единственият начин надеждно да установим дали един човек е креативен, е да проследим съдбата на неговите творения⁶.

Нека поставим решаващия за всяко общуване, бизнес и управление въпрос: може ли човек да използва “общата си интелигентност” или психологическите си прозрения относно индивидуалните различия и начините на усвояване на нормите и техниките на комуникация, за да създаде автентични и печеливши управленски подходи, които надлежно и изчерпателно да изразяват най-важните актове на основната задача или стратегическа цел, която си е поставил? За да отговори на този въпрос, човек трябва първо да признае, че не би могла да съществува готова формула за подход. Всяка цел (задача) трябва да бъде разглеждана съобразно специфичните си идеи, концепции, проблеми и податливост към погрешни схващания. Ключовата стъпка тук е в това да се осъзнае, че дадена концепция или стратегия може да бъде разбрана добре – както и да даде тласък за изява на разбирането – ако същностните характеристики на даден социокултурен или управленски феномен бъдат представени по убедителен начин.

Философията на управлението изисква от човека (управляващ или управляван) да цени по-високо концептуалното разбиране от натрупването на факти, да допуска, че разбиране може да се постигне чрез използването на многообразен материал и то по-скоро зависи от дълбочината на изследване на ограничен брой теми, отколкото от броя на разглежданите теми; да предпочита случаите, в които участниците в управлението могат да изявят разбирането си публично, да получат адекватни критики и да продължат да подобряват изявите и разбирането си.

Във връзка с дилемата за рационалния или ирационалния (или арационалния) характер на познанието може да говорим за различни

видове рационалност, като управленската е една от тях. При това рационалността на едно действие предвижда изпълнението на следните условия:

1. Действащият проследява определена цел.
2. За да я постигне, той прилага определени средства.
3. Използва само емпирично обосновани допускания (annahmen), които свързват средства и цел.
4. Прави нормативни допускания, които обосновават неговите предпочитания за определени цели, и възможни допускания, които забраняват определени средства като етично или естетично неприемливи.
5. Той употребява по най-добър начин своите познания за обстоятелствата и на други информации, съществени за неговите действия.
6. Той иска да вгради действията си в по-широка стратегия, тъй че проследяването на една желана цел не пречи да се проследяват и други цели, при което той оптимизира прилагането (Einsatz) на своите средства, макар това да влече след себе си напълно постигане на произволна цел.
7. Той ще използва логически процедури така, че изказвания, които описват неговите действия, могат да бъдат валидни заключения от неговите допускания. (П. С. Коен)⁷

Когато стане въпрос за разбиране, за рационално управление, ударението пада върху изява или продукт, които могат да бъдат наблюдавани, критикувани или подобрявани. Ние не се интересуваме колко елегантна може да бъде управленската представа в ума на своя носител, ако тя не може да бъде активирана, когато стане нужда. И макар че не е много вероятно да възникне качествена управленска изява без наличието на комплексни адекватни умствени представи, такива изяви могат да възникнат вследствие на различните когнитивни схеми, в рамките на различни ситуации, при различни индивиди.

Претенцията за рационално управление може би изглежда твърде възискателна или екстравагантна, особено в светлината на съвременната културно-комуникативна среда. Опитите да се измерят знанията и практическите умения, интелигентността и конкуренто-

способността на участниците в една или друга бизнес инициатива често дават незадоволителни резултати. И наистина, поканата да “изяви” своето разбиране често предизвиква стрес у тези управленци или изпълнители, които са свикнали с обичайните, стереотипни, строго нормативни начини за правене (или неправене) на нещата. Въпреки това подходът, търсещ изявата на разбирането, е оправдан. На първо място, фактът, че нещо представлява нововъведение или все още непотвърдило ефективността си творение, не означава, че то трябва да бъде отбягвано, дори ако незабавното му въвеждане в практиката е трудно.

Много хора оценяват по-адекватно и действат по-ефективно в групов обстановка, където могат да приемат различни роли, могат да наблюдават гледните точки на другите, да встъпват във взаимоотношения и да си помагат един на друг. Но невинаги споделеното съгласие внушава специфични модели и форми на разбиране. Други най-лесно подхождат към някаква материя, когато станат изцяло ангажирани с нея, когато могат да конструират нещо, да работят с материал или да направят експеримент. Те приемат предизвикателството да измерят поучителни аналогии, почерпани от вече разбрания материал, които могат да осветлят важни аспекти на непознатата проблемна ситуация, спорна тема или теза на опонентите. Освен това, акцентът върху единството на рационалната и емоционалната страна на изявата не случайно трасира пътя на една важна промяна: вместо непрекъснато овладяване на нови и нови продукти и технологии, човек се замисля върху това какво ново рекламно съдържание трябва да бъде предложено (и приложено) или как най-добре да изрази разбирането си по приемлив за публиката начин. Когато участниците в управлението на бизнеса и политиката осъзнаят, че ще трябва да покажат знания по конкретна материя, да приложат комуникативните си умения или да демонстрират схващанията си пред специализирана публика, те заемат по-активна позиция по отношение на материала, опитвайки се да разсъждават за причинно-следствените връзки или да упражняват реторично-полемичните си умения при всяка възможност.

Важен компонент на разбирането е да знаем, че истина, правилно, целесъобразно, морално не са равностойни. Не съществува

управленски подход, който може да бъде еднакво ефективен за целия набор от различни интереси, позиции, претенции. Човек трябва да разполага с въображение и да защитава плурализма, ако се надява да стимулира качествени изяви на разбирането на другите. Лесно е да се опреш на рутинни методи като IQ тестовете, изискващи кратки отговори. Не си задължен обаче да го правиш. Изявите могат да бъдат толкова различни, колкото различни са аспектите на разглежданата тема и уменията на участниците. Многообразието от изяви не само осигурява на повечето участници в управлението възможността да покажат какво са разбрали; то предотвратява неправомерното доминиране на едно от схващанията по въпроса (чиито автори са (без)спорни авторитети, съставители на IQ тестове). Едно голямо предизвикателство ще бъде, ако бъдат мотивирани участниците да дискутират какви са причините за (не)успеха на една или друга културна, политическа и бизнес инициатива в светлината на “неочакваната еволюция” на интересите, властовата (пазарна) позиция, управленското поведение. Управленските бизнес проекти трябва да бъдат разглеждани в критична светлина от две гледни точки: достатъчност от гледна точка на избрания бизнес (Това достатъчно перспективен бизнес ли е? Тази форма на организация и управление гарантира ли качеството и пласмента на продукта?) и достатъчност от гледна точка на наличието на възможност за изява на разбирането (Участниците в публичната дискусия придържат ли се в достатъчна степен към установените факти, или фалшифицират, манипулират?). Само значимите бизнес проекти и изяви карат участниците да се придържат към високите стандарти. Ключовите характеристики на една концепция (респ. стратегия) трябва да бъдат изложени според правилата на съответния бизнес.

Много от технологиите са непродуктивни, други се използват непродуктивно, но това няма да спре интереса към използване на по-широк набор от управленски подходи и оценки. Например въвеждането на множествените репрезентации е един от компонентите на ефективното управленско поведение; представянето на много възможности за изява, които да разкрият на участниците и другите степента на овладяване на материала, е друг допълнителен компонент. Колкото повече маркетингови и рекламни трикове включват репре-

зентациите на даден продукт или изява, толкова по-устойчиви и полезни за участниците ще бъдат те. Ето защо има смисъл да се учат и усвояват тези практики, които предоставят на участниците усещането, че са станали експерти по ефективна комуникация.

Въпреки че комуникативните умения (проявени като избирателно ползване на знанието за незнанието на другите) не са сами по себе си морални или неморални, съществува определен консенсус по въпроса как отделните индивиди могат да използват интелигентността си за социални или асоциални цели. Но съществуват и разногласия по този въпрос. Очевидно въпросът дали дадена личност използва своята интелигентност (не)правомерно, (не)конструктивно, се превръща в обект на значим дебат. Същият въпрос може – и трябва – да бъде поставен по отношение на социалната и управленска активност на лидерите.

Дали една интелигентност или креативност се разгръща за определени цели, е въпрос на лични и културални решения. Например един човек може да приложи логико-математическите и психоаналитичните си познания и умения в качеството си на управленец, търговец, адвокат, на оратор – политик или политически наблюдател. При всички случаи обаче прагматичността преобладава и господства. Обикновено представяме прагматичността под формата на завършено крайно състояние – приета и ценена от обществото роля, която зависи в голяма степен от определена интелектуална и емоционална дееспособност. По тази логика има различни примери за прагматичност. Самият термин “прагматик” съчетава описанието на една определяща способност с характеристиката на роля, ценена в много култури. Прагматикът демонстрира усет или експертност в разпознаването и класификацията на многобройните видове социални роли. Всяка една култура цени хора, които не само могат да разпознаят определящите, решаващите или съпътстващите причини за различните социални явления, които имат някаква практическа стойност за човека или са опасни, но също така могат да категоризират нови или непознати явления, процеси, действия. В култури без формална социална наука прагматикът е човекът, който с най-голяма вещина прилага “житейската мъдрост”; в културите с научна организация прагматикът разпознава и категоризира социалните явления, съглас-

но критериите на социалното научно знание и показателите на социалния опит. В западните култури думата “прагматик” се употребява за човек с многостранни познания и усет за допустимо поведение, който може бързо да се ориентира, максимално да се мобилизира и ефективно да действа във всяка проблемна ситуация.

Размишлявайки върху възможността за съществуване на мобилна прагматичност, ние приемаме за необходимо да се спрем на проблематичната природа на “съдържанието” на тази активност, на феноменологичните и афективните състояния, които я съпътстват, най-често необоснованите, но винаги настояващи за привилегировано отношение твърдения за истинност (правилност), и на необходимостта прагматичната активност да бъде дефинирана въз основа въздействието върху другите. По отношение на тази важна сфера от живота намираме за по-смислено да говорим за човешки потенциал, за ангажиране със социални, екзистенциални и управленски въпроси. Той от своя страна може да е мотивиран от преживяване на власт, други силни персонални или екзистенциални преживявания или живот в общност, която се движи от проблемите на търсенето и предлагането и от преживявания. Мобилният прагматик се различава от другите по своята амбиция, самоувереност, воля за власт, страст към работата, привидна безчувственост и направо казано – по желанието си да бъде интелигентен и креативен, да оставя своя отпечатък в общуването и бизнес средата. Разликата между ерудирания и потенциално мобилния човек има интуитивен смисъл. Всички познаваме индивиди, които имат силни умения, притежават бързина и обикновено стигат първи до отговора на една или друга загадка, “житейски казус” или ефективното решение на задачи. Те са прагматици в традиционния смисъл, но повечето от тях се задоволяват с това перфектно да познават нормативната база, да прилагат повече комуникативни и управленски техники или да се ангажират с усилена работа, да се занимават с проблеми или да решават управленски задачи, възникнали (не)очаквано в непосредствената практика. За разлика от тях, има други хора, които са готови да поемат “разумен” риск или предпочитат да се потопят дълбоко в някои области и сами да открият нови аномалии и загадки, да бъдат енергични и толерантни спрямо стреса; хора, които не могат да бъдат спрени от неуспеха. Разбира

се, много хора имат амбицията да бъдат мобилни, но малцина успяват, защото необичайното, нестандартното решение на задачата може да не бъде удовлетворително или може да удовлетворява само своя създател, но да остане извън ползрението на мнозинството от експерти и работодатели, което прави окончателната преценка.

Безспорно, всички ние сме изправени пред съвпадението и едновременното действие на много и различни фактори, които, взети заедно, създават предпоставките някои индивиди да се превърнат в успяващи мобилни прагматици. Мобилните прагматици проявяват подчертана воля за власт, не се чувстват ограничени или “победени” от своите интелектуални дефицити; те се научават да ги игнорират и да търсят помощ в културната традиция и в “житейската мъдрост” за справяне с проблемите. Те успяват да опознаят силните си страни и да припознаят своите когнитивни, културни или властови ниши, да се стремят към тях с пълното съзнание за преимуществата си. Разбираемо е, че те се разграничават по различни показатели. Някои решават оперативни задачи, над които дълго са разсъждавали или колебаели отделни техни партньори или конкуренти; други създават оригинални подходи или “нови” правила за действие. Едни от тях създават впечатляващи управленски и манипулативни техники, други достигат съвършенство в ритуализирани форми на изпълнение, а трети са готови да импровизират, докато се намират в рискови ситуации, без да разполагат с предварителен сценарий.

Дефиниращата характеристика на мобилния прагматик е мащабът на съображенията, които влизат в употреба, когато трябва да се направи преценка или да се вземе даден курс на действие. Мащабът на съображенията зависи от наличието на продължителен и разнообразен опит и затова обикновено смятаме, че мобилната прагматичност е присъща на енергичните и диалогични хора. Човек, който може да използва няколко интелигентности едновременно и адекватно, е по-вероятно да бъде мобилен прагматик, защото в неговия случай по-голям брой умствени способности и фактори ще влизат в употреба. Подобна характеристика ще дадем на всеки човек, овладял изкуството на общуване, управление и дипломатията, на човек, който е достигнал съвършенство по отношение разработването на стратегически планове и аварийни варианти. С други думи,

хората, които не само познават и овладяват общественото мнение, нормативната база, сътворяват нещо ново, но и съотнасят своите умения към тези на другите – в настоящия момент или в миналото – е по-основателно да бъдат наречени мобилни прагматици.

Всеки цени общуването с хора, които са едновременно знаещи и ефективни. Хора, преживели много, извлекли уроци от преживяното и знаещи как да използват наученото. Измежду многото социални роли, които познават, те могат да изберат и усвоят онази, която ще има най-голямо въздействие върху голям брой хора в сегашния момент. Самото социокултурно общуване изисква те да могат да говорят красноречиво и да убеждават различни хора с различен произход и вярвания, да преодоляват ефективно различни комуникативни бариери. Прагматичният човек познава непостоянството на човешката природа и трудностите, свързани с осъществяване на промяна.

Разбираем е нестихващият интерес да се издирват най-добрите начини да се дефинира, измери и целенасочено изгради конкурентоспособно управление, респ. “отгледат” мобилни управленци. Но дали е възможна една единствена, универсално приложима и коректна единица за анализ в област толкова сложна, колкото е социалното и фирмено управление? За определени цели например целта да се определи дали един образован човек ще бъде от полза за определена длъжност, мерната единица IQ може да бъде напълно достатъчна. Ако искаме обаче да разберем кои конкретни умения използва човек в свързани с управлението дейности (като прогнозиране, планиране, организиране, мотивиране, комуникиране), конструктът “управленска интелигентност” може да се окаже твърде общ.

Без съмнение, математически образованите, нормативно и комуникативно подготвените хора (икономисти, юристи, инженери, военни) често проявяват интерес към управлението. Тази връзка става възможна, защото познавачите на приложната математика и информатика се интересуват от модели, а управлението предполага реализиране на хармонични, метрични и композиционни модели. Може би съществуват и други общи подлежащи фактори, например склонността към редовни упражнения, към прецизна работа със знаците, нормите и желанието за постигане на високи стандарти. Човек трябва

ва да владее голям брой специфични умения – от умението да бъдеш точен до умението да създадеш смислени проекти – преди да заключи, че съществува специална връзка между математическата образованост и управленската реализация. Важно е да отбележим, че интересът не е равнозначен на умение или талант. Интересът на една личност към управлението не предсказва непременно, че тя ще управлява ефективно или пък, че ще бъде вещ аналитик или критик на управленските изпълнения на другите. Настроени сме скептично към възможността за съществуване на “правов и икономически ред”, ако 80% от изпълнителната власт (независимо от спецификата на Министерство, Агенция, Дирекция) е възложена на юристи и икономисти. Може би съществува и не едно предубеждение към рецептата “професионализъм и нов морал в политиката”, така многократно и шумно прокламирана в медиите.

Въпросът за лидера (формален и неформален) може и трябва да бъде разглеждан на теоретическо и практическо ниво. На теоретично ниво въпросът е дали поведението бива по-добре моделирано, ако предположим наличието на ръководна функция. Ръководната функция може да бъде “ефективна” – съзнателно (разсъдъчно) да взема достатъчно мотивирани решения, или “обичайна” – просто да следи за това два или повече нормативно несъвместими процеса да не се извършват по едно и също време. Значителен брой доказателства показват, че такива ръководни функции се изпълняват от носители на нормативно мислене и поведение. Привърженикът на “мобилното управление” трябва да реши дали да разглежда координаторската функция като отделна “управленска интелигентност” или като функция на интраперсоналната интелигентност, например. В тази връзка не трябва ли да се замислим, дали всяка ефективна работа изисква непременно наличието на ръководител? Много групи работят добре без да имат определен формален лидер и все по-голям брой работни екипи се организират въз основа на модели, различни от йерархичния.

На практическо ниво ние трябва да се запитаме как хората могат по най-добрия начин да организират своята дейност и своя живот при съществуващите големи и интересни различия между индивидите. Някои хора са разсъдъчни и оперативни: те са потопени в

съзнателно планиране, което може да бъде от голяма помощ при осъществяване на целите им. Други са по-интуитивни: те знаят какво искат да направят и се реализират, щом се озоват в подходящи условия.

За целите на научното изследване на корпоративната култура (респ. лидерството) е полезно да се види дали човек може да обясни организационното поведение и без нормативно подредена йерархична организация, или дали йерархията няма да възникне спонтанно, като част от всекидневното функциониране, а не като функция на отделна ръководна интелигентност.

Изходната точка, от която може и трябва да тръгнем, е общоизвестният факт, че лидерите се занимават предимно с власт, убеждение и политика. Те се домогват до позиция, от която да упражняват властта си и след това използват тази си ниша, за да прокарат политиката си посредством сила (политическа, икономическа, административна или по-точно чрез страха от възможни ограничения, лишения, насилие) или – за препоръчване – по пътя на убеждението. Това са хора, които могат да променят мислите, чувствата и (или) поведението на значителен брой други хора. Психолозите и преди всичко психоаналитиците изследват лидерството, съсредоточавайки се върху личността на лидера и върху това кой може да стане негов следовник. Те виждат лидерите като хора със силни мотиви да придобият превъзходство над другите, да доминират, да налагат волята си над другите. Този мотив често бива свързан от тях с взаимоотношенията (или липсата на такива) на лидера и неговия баща, с чувството за малоценност, което трябва да бъде компенсирано със съперничеството между брата и сестрата, с ранни, емоционално заредени преживявания, свързани със сблъсък с тиранична йерархия. Всеки човек е нечий следовник в един период на живота си, но хората, в най-голяма степен предразположени да изпаднат под влиянието на лидера, са онези с нисък статус. Според социалната антропология, целта на лидерите е да променят поведението на другите и по този начин да структурират събития и вероятности, така че да помогнат на своите последователи да мислят по различен начин за света и за мястото си в него.

Тези и подобни на тях схващания запазват своята важност за много хора и днес. Но не може да приемем без резерви твърдението,

че “мениджърите не споделят страстта на лидерите, те се стремят да поддържат статуквото”. Благодарение на стотици проучвания, осъществени през последните десетилетия от психолози, достигнахме до една от истините за мобилното управление. В конкурентната културно-комуникативна и бизнес среда мобилен управленец е този лидер (формален или неформален), който с лекота усвоява нова информация, решава задачи, създава “гъвкави връзки” с високомобилни и пръснати в различни точки хора и се приспособява лесно към променящите се обстоятелства. Самата конкуренция изисква човек да бъде “аналитик на символи и ситуации”, да бъде “мениджър на промяната”. Познавайки пазарните механизми, човек би могъл по-адекватно да предвиди определени потребителски нужди и очаквания, производствени и търговски възможности, може да поеме разумен риск, да съгради една организация, да поддържа счетоводния баланс, да внушава задоволство у акционери. Познаването на човешката психика може да бъде използвано за по-оперативно и ефективно мотивиране и организиране на човешките ресурси. Лидерите трябва да знаят, че оказването на въздействие чрез разказване на истории (или като въплъщават историите в собствения си живот), е най-ефективно. Разказаната история – за разлика от простия лозунг или послание, или дори визия – е драматично изразно средство с главно действащо лице, с набор от цели, препятствия, които могат да осуетят постигането на целите, и набор от стратегии, с които целите биха могли да бъдат постигнати. Разказвайки истории, лидерите създават драматичен наратив за самите себе си, семействата и народа си. Такъв наратив може да бъде много убедителен, защото въвлича слушателите във вихъра на историята, по този начин те се идентифицират с лидера и прегръщат каузата му. Майсторството на лидера се състои в това да създаде и преработи историята си така, че да привлече вниманието и да ангажира последователите си, да промени схващанията им за това кои са те, на какво са отдадени в момента, какво искат да достигнат и защо. Ефективните лидери внимателно следят реакцията на аудиторията си от първия момент на срещата си с нея и постоянно преработват историите си. И тъй като политическите, синдикалните и някои бизнес лидери говорят директно пред своите аудитории, които обикновено са хетерогенни и често са недостатъчно информирани,

идеите, посланията, историите им трябва да бъдат ясни и прости. Отивайки отвъд аналозиите, примерите за позоваване или илюстриране не се избират произволно, те подпомагат лидерите да дефинират проблемите. Макар тези примери да са с (без)спорна ценност, човек не трябва да приема, че те са привилегирани веднъж завинаги. Разглеждането на тези примери не винаги гарантира разбиране. Очевидно успешно се печели общественото мнение (респ. парламентарни избори) с история за “професионализъм и нов морал в политиката”, за “всеможещи” юпити или герои с “бели якички”, за насилници с големи бухалки, обясняващи обичайното и странното във всекидневния ни живот.

Със сигурност талантливите лидери оказват голямо влияние върху другите хора, но е спорен въпросът за техния морал. Някои хора смятат себе си за потенциални лидери заради въздействието, което упражняват върху другите или заради успяващото си бизнес общуване, или просто заради факта, че участват в бизнес дейности. Без съмнение някои хора със своята въздържаност, деловитост, визия “излъчват” или пораждаат чувството за сигурност, усещане за съпричастност към екзистенциалните проблеми и способност да внушат на хората около тях, че самите те са били “докоснати или избрани свихше”, доближили са се повече до самите себе си и до желаната ценност, приближили са се до общочовешките (нравствено-религиозни) ценности. Какъвто и да е механизмът – терминът “харизма” улавя, макар че не обяснява този “контакт с другостта” – той е важна съставна част от силата на внушението. Също толкова важно е да внушиш на последователите си, че те самите са тръгнали по верния път, следвайки своя вожд или лидер. Но каквито и интелектуални сили да се съдържат в постиженията на един Буда или на един Христос, ясно е, че “решаване на проблеми” или “създаване на продукт” би било неточно описание за тях. Достигане на състояние на съществуване изглежда по-подходящо название. По същия начин твърдението, че някой притежават “природна интелигентност”, “мисли креативно” или “има усет към новото” няма смисъл, ако същият не е в състояние да решава въпроси или да създава продукт.

Обикновено бизнесмените и политиците лидерстват, директно говорейки на своите аудитории, обявявайки, разпореждайки, стиму-

лирайки своите служители или последователи и така се домогват до желаните промени или до ефективно реализиране на бизнес инициативи. Един интригуващ ранен маркер на лидерството е, че когато лидерите са млади, те често предизвикват авторитетни фигури. Не е задължително това да става по пътя на директната конфронтация – и недиректният подход понякога върши работа. Посланието на подобно поведение е ясно: бъдещите лидери могат да претеглят алтернативите и да се изправят срещу предизвикателствата също толкова успешно, колкото и техните наставници. Безспорно някаква форма на публична конфронтация е характерна черта на политическите и синдикалните лидери.

Както е отбелязано в други (наши и чужди) публикации⁸, “чистата” интелектуална сила и използването на тази сила са две различни неща. Придвижвайки се от интелигентността през креативността и мобилната прагматичност към лидерството, постепенно увеличаваме мощта на тази сила: от хора, които са просто експерти, през такива, които променят даден конструкт (и стереотип), до такива, чиито решения и действия променят живота на множество други хора. Въпреки това, границата между управленско умение и морал не може просто да бъде игнорирана. Заслужава внимание въпросът – доколко са съвместими тези важни човешки сфери? Трябва да признаем, че определени хора или техни творения могат да получат много повече точки в графата интелигентност или креативност, отколкото в графата моралност или обратно – да бъдат за пример в морално отношение, но незабележителни по интелект, креативност, прагматична пригодност.

3. Конкурентното предимство в мисленето и действието на прагматика.

Всеки, който се чувства културно грамотен, би трябвало да познава основните теми, които са обект на постоянен дискурс в рамките на дадена епоха. Всеки ден в медиите се появява отглас за възлови социално-политически, културни и бизнес-събития, съпроводени с маркетингови и рекламни трикове, с взаимни обвинения в манипулация между конкурентните страни. Образованите хора би тряб-

вало да бъдат в състояние да асимилират многостранния информационен поток, да съумеят да коментират новите открития, свързани с културно-комуникативната ситуация. Всички ние се оказваме заплетени във вихъра на бързите промени, мигновените контакти с множество информационни факти, копия, хора, емоции. Колкото повече преживявания имаме, на колкото повече медийно влияние биваме подложени, с колкото повече хора взаимодействаме, толкова повече различия е вероятно да се появят. Безспорно различieto е отличителният белег на постмодерността. Но, за съжаление, в динамичното ни общество не съществуват гаранции, че човек ще използва по разумен начин информацията за самия себе си. Информацията може да бъде използвана за различни цели. Не съществува адекватна награда за усилията на тези групи от хора, които търсят интелигентното решение в инициативите на гражданското общество. Ако не можем да вземем най-информираното (най-интелигентното) решение за съществуването и общуването ни, то не можем да избегнем въпросите, свързани с морала и културата на общуването.

Основна за културата на общуването и управлението е ангажираността с онези правила, поведения и нагласи, които гарантират свещената неприкосновеност на живота – в частност самосъхранението, а в много от случаите – самоусъвършенстването и самоутвърждаването. Практическата философия включва способността да се разпознават подобни въпроси и те да се решават когнитивно и морално. Ясно е, че много от аспектите на живота излизат извън рамките на морала. Всяко едно общество е разработило неизброими правила и конвенции, които улесняват всекидневния живот, без да се докосват до философския прочит на “грижа за себе си”. Но когато стане въпрос за отношението към другите хора, за техните шансове да продължават да живеят и то да живеят пълноценно в условията на конкуренция и преобладаваща неопределеност, навлизаме във философско-етичния аспект на съществуването. Всички общества разбират до някаква степен разликата между изискванията на неизбежната конкуренция и нравствено-религиозните послания (например, Десетте Божии Заповеди), разликата между отделните общества се проявява в това, къде се поставя границата, отделяща прагматичното, социалното и моралното.

Многобройни проучвания доказват, че “някои когнитивни умения придружават моралната преценка и моралното действие, но моралният усет не може да се сведе просто до когнитивна софистика”⁹. Без съмнение, обществата са развили символни системи, които се занимават с моралните теми и повечето общества номинират определени религиозни или светски институции-арбитри, квалифицирани в моралната (не)допустимост в различните сектори на човешката жизнедейност. Доказателства има и за това, че някои форми на социална (и политическа) активност, свободна инициатива, конкурентен сблъсък на интереси се асоциират с отслабен усет за добро и зло или с дисоцииране на този усет от съзнанието за емоционалните последици на собствените действия. Нещо повече, в резултат на поредица опити и грешки, очарование и разочарование много хора демонстрират морална нечувствителност в много от аспектите на своя живот. Въпреки това, би било неправомерно да допуснем, че болезнено разочарованите и отчуждени хора трайно са напуснали моралната сфера или не са се обвързали с морални каузи.

Ако се обърнем към PR-кампаниите или към хората, станали лидери в по-конвенционалния смисъл на тази дума, можем да забележим признаци на ангажираност с моралните теми. В повечето случаи тази ангажираност традиционно съвпада с интереса към религиозните въпроси (към догмата на точно определено вероизповедание в съчетание с индивидуалната чувствителност към етичното). Политическите лидери имат повече склонност от мениджърите да задават (и се позовават на) въпроси от морален характер, макар по-късно в управленската практика тази ангажираност да не е непременно съобразена с моралния кодекс на заобикалящото ги общество.

Водещите лидери често демонстрират изострен усет за това как трябва да се работи в определени сфери. За да мотивират изпълнителите за ефективна дейност, те запазват съмненията за себе си до постигане на устойчива управленска позиция, което им позволява да лансират собственото си разбиране за промяна. Повечето известни лидери разполагат със силно развито чувство за позволените и непозволени ходове в рамките на своите пълномощия. Тази ангажираност не (винаги) е в строгия смисъл морална. Чувството за загриженост

по отношение на резултатите от изпълнение на задачите понякога се проявява в манипулативното отношение на управленеца към изпълнителите или към другите хора, непряко участващи в производството и реализацията на продукта. Лидерите (формални и неформални) се различават много един от друг по това дали силната вяра, убеждение (респ. манипулация), които те влагат в собствената си работа, рефлектират в отношенията им с другите хора или с обществото. В повечето случаи те са непостоянни. При управленците, които са експерти в човешките взаимоотношения, е вероятно да се натъкнем на подчертана ангажираност с познавателно-оценъчните и нравствено-психологическите въпроси на комуникирането. При някои от тях ангажираността отразява повишена чувствителност към ефекта на собствените действия върху другите. В други, единични примери, ангажираността може да представлява отражение на чувството, че човек е бил манипулиран. Тогава лидерската фигура може да се почувства задължена да балансира интересите в отношението власт и подчинение.

Хората навлизат в практическата философия, когато започват да се занимават с принципите, отнасящи се до публичния диалог по жизненоважните въпроси, до публично изразеното съгласие, критичност, толерантност. Така както екзистенциалната сфера се асоциира с естеството на “грижа за себе си”, моралната сфера се свързва с въпросите за естеството и качеството на “правилата на играта”: избор – власт – подчинение. Ключово по отношение на този въпрос е разграничението между добро и зло, между позволено и непозволено, справедливо и несправедливо. От значение е и неизбежната “грижа за себе си”. На базата на това схващане определени морални норми не съдържат противоречие с всекидневната практика. От друга страна, практики като борба за власт или сфери на влияние представляват терени, на които се сблъскват различните (и понякога непримирими схващания, интереси, позиции) на индивиди, групи или култури, които по други въпроси имат сходни морални възгледи.

Каквито и да са нравствено-религиозните послания за лоялна конкуренция, емоционалните и сантименталните основания за свободата на бизнес инициативите, те не могат да бъдат поддържани неограничено дълго време. Когато хората чуват за конкуренция, те

рано или късно (по-скоро рано) питат: Кой пише правилата на “играта”? Какви са гаранциите за лоялност в борбата за власт и нови сфери на влияние? Как може да се измери (не)допустимата манипулация?

Макар и да заслужават да бъдат обсъждани, тези въпроси изглеждат потопени в потоци от взаимнодопълващи и взаимноизключващи се мнения, когато се разискват в отсъствието на консенсус за принципите на корпоративната култура, за това какво трябва да бъде поведението при реално възможен (не)успех. Твърде често дискусиите пропускат основни съмнения, въпроси и безпокойства на обикновения човек. А коментаторите се оказват заплетени във въпроса за избора на подход: как и доколко трябва да се насърчава конкуренцията.

Едно по-задълбочено схващане за организационното поведение дава възможност за реализиране на повече съществуващи и разкриване на нови възможности. Да предположим за момент какво би станало, ако разширим разбирането за “свободната инициатива”, така че да включим ефективни, но не винаги (нравствено-психологически) поносими нагласи или поведения. Навлизайки по този начин в темата за морала, ще трябва да се изправим пред темата “човешки ценности” във всяка една от съществуващите култури. Вероятно някои ценности могат да бъдат приети за универсални (Една от тях е златното правило, формулирано от софистите и заложено в Римското частно право: “незнанието не оневинява”). Други ценности, обаче, дори на пръв поглед безспорни и често шумно аплодирани (като Десетте Божи Заповеди), се оказват специфични за специфичните култури и субкултури. Трети “ценности” не биват обявявани (дори заклеявани), но трайно отстоявани, прилагани: “целта оправдава средствата”, респ. “няма вечни приятели, има вечни интереси”.

Ако слеем морала с изискванията на конкуренцията, интелигентността и креативността с практическата ефективност, ще трябва да обединим доста разграничаващи се едно от друго схващания за това, кое е добро и зло и защо това е така. Тук влизат спорните въпроси за цената на успеха, за (не)допустимите средства при реализиране на целите, за (не)възможното ограничаване на симулацията и

манипулацията. И дали успелите (и успяващите) в бизнеса са винаги образовани или софистицирани.

Ако приемем съществуването на свободна инициатива в света на неограничените възможности, може ли да кажем, че хората са повече или по-малко морално интелигентни? В такъв случай на каква основа можем да правим подобни оценки? Тук проблемът за тълкуването на отношението “конкуренция – морал” в динамичната културно-комуникативна и бизнес среда от философско-етична гледна точка излиза на преден план. Независимо от това коя информативна система доминира дадена култура, хората могат лесно да общуват и да бъдат управлявани според степента на формиране, моделиране и манипулиране на общественото мнение, настроение и поведение. За да оценим адекватно възможната употреба на информацията за манипулация, ще трябва да стесним своя фокус. Ние можем да ограничим термина “манипулация” до онези способности, наклонности и действия, които се отнасят до целенасоченото самосъхранение в условията на конкуренция и индивидуалната позиция на всеки по този въпрос – независимо от това колко позитивни или негативни могат да ни изглеждат тези действия. Някои общества или субкултури имат твърде тясна или широка дефиниция за “манипулация”. Разширявайки термина “манипулация”, включвайки широк спектър от психологични конструкти, някои автори превръщат този термин и неговите традиционни конотации в нещо трудно обхватно¹⁰. Стандартната дефиниция за “манипулация” ограничава термина в тесни рамки, редуцирайки я до определена форма на комуникативна изява, която претендира да обхваща целия спектър от човешки способности и се отнася спекулативно към всички хора, които не споделят или не задоволяват изискванията на определен (преобладаващ, господстващ, управляващ или директно внушаващ промяна) прагматичен подход на общуване.

Манипулацията се отнася до интелекта, до човешкия ум и неговите когнитивни аспекти. Тя има отношение към личността, характера, волята, вниманието, мотивацията или някакъв друг психологически конструкт. Повечето от учените се съгласяват с мнението, че, противно на здравия разум и моралната коректност, манипулативните техники, свързани с политическите и бизнес инициативи,

стават по-предпочитани с течение на времето. Някои техники са предизвикали и предизвикват особен интерес. Написани са и продължават да се пишат специфични инструкции, правила за приложение¹¹. Да го кажем направо – без да прибягваме до стереотипи – хората, обслужващи политиката, бизнеса, рекламата, масмедиаите, се ангажират с усъвършенстване на манипулативните техники. Може би не е случайно, че докато тези техники продължават да вършат онова, за което се предполагало, че са създадени – т.е. да предоставят “убедителни аргументи” в борбата за власт и подчинение – хората не считат за благоразумно да изследват в дълбочина смисъла им или да търсят алтернативни схващания за това, какво представлява манипулацията и как тя може да бъде измерена и ограничена.

Дори без специални аргументи, част от общественото мнение и някои учени просто чувстват неудобство, изправени пред схващането, че културата, моралът, религиозността са безсилни в сравнение със силата на манипулацията. Те изтъкват огромните ценностни, оценъчни и поведенчески различия, установени при индивиди, израснали в различни културни условия, и цитират впечатляващите по своя резултат срещи, сблъсъци на ценностни системи, култури, религии¹². Разбира се, тези различия между хората от света на неограничените и ограничените възможности, от света на свободната инициатива (и потребление) и този – на предопределеното и нивелиращо съществуване не са фатални, ако човек прояви търпение и разбере другостта.

Един друг въпрос интригува информирания и наблюдателен човек: съществуват ли предварително заложените предубеждения в политическите и бизнес инициативи? Кой, ако не интелигентните, конкурентоспособните индивиди биха могли да отговорят на въпроси, изискващи личен опит с играта на власт и познаването на управленските и манипулативни техники? Кой и как би се справил с предубежденията, присъщи на ситуацията на явяване на избор за централна или местна власт? Главоблъсканицата е следната: човек може да говори (или да му бъде говорено чрез медиите) правомерно за възможността да избира и да бъде избран, но как и доколко автентично е осъществим в условията на неизбежна социална стратификация, остава открит въпрос.

Темата за предубеждението засяга често поддържаното допускане, че масмедията, изобщо, и социологическите агенции, в частност, са поначало манипулативни инструменти на властта – “оръжие” за (не)промяна на статуквото. Интересно е да се напомни, че някои от емблематичните фигури на социалнополитическите промени (т.нар. “пионери на демокрацията” или дисиденти) мислят и преживяват себе си за социално прогресивни люде, хора, разработили инструкциите и дирижирали разграждането на социално-икономически и културно-образователни структури от абдикирала политическа система, обясняват (и оневиняват) случилото и случващото се с недостатъчната моралност, религиозност или с народопсихологията на потърпевшите гласоподаватели. Понякога (не)успелите да изградят “нов ред” политици застават в позицията на невинни и изненадани странични наблюдатели и (или) критици. По-често обаче проявите на примитивна манипулация са доказателство за преимуществата на хора, живеещи в привилегирани условия (това става ясно от съществуващата политическа и стопанска безотговорност или недостатъчна отговорност в някои страни на “Нова Европа”).

Много обезпокояващи въпроси биха могли да се повдигнат във връзка с различните бизнес инициативи и възможности за потребителски избор. Разбираеми вълнения възникват, когато трябва да обясним (не) съвместимостта на впечатляваща с високите си показатели управленска интелигентност с определен (не)популярен модел на поведение или властово изкушение. Не можем да избегнем щекотливите и понякога “неудобните” за отговаряне въпроси, свързани с морала и ценностната система. Дори при наличието на стриктни дефиниции на интелигентността, остава въпросът по кой път да тръгнем при оценката на интелигентността на лидерите. Тук нашата позиция е ясна: може и трябва да признаем артистичната интелигентност на хора, които използват разбирането на емоциите, за да накарат другите хора да се чувстват добре, да решат конфликти или да формират и насочат общественото мнение, настроение, поведение. Разбираемо е и възхищението от такива хора, но ние не можем да приемем, че ако човек е емоционално интелигентен, той непременно ще използва уменията си (или ще бъде използвано от други уменията му) в полза на обществото. Корелациите, открити между смятаните

за “правилни” организационни мерки (или допустимо лидерско отношение и поведение) и умствените способности, ценени от нас в реални условия (като способността за решаване на трудни правни казуси), не са определящи, а са с твърде скромно значение.

Това, което има значение, е използването на интелигентността и креативността с цел реализиране на дейности, ценени от организацията и обществото. Следователно ние може и трябва да оценяваме способността на хората да изпълняват определени задания в реални проблемни (делови или житейски) ситуации, в които те трябва да проявят своята чувствителност към аспирациите и мотивите на другите. В същото време можем да изучим емоционалната чувствителност, симулирайки човешки взаимоотношения и провокирайки хората да се изказват за променящите се мотивации на всеки един от реалните или фиктивни участници. Или можем да създадем симулативна програма, която непрекъснато да създава нови варианти на поведение на участниците.

Идеята за съществуването на автентична “бизнес етика” се оказва проблематична в някои отношения. Симулациите, заблужденията и емоциите съпровождат когнитивните управленски операции, те могат да се окажат по-съществени (по-ефективни) в определени обстоятелства; те придружават нашите взаимоотношения с другите, нашите усилия при решаването на проблемни ситуации.

Предполага се, че хората, ангажирани с промоция и трансфер на персонал, рекламни агенти, търговци, превъзхождат останалите по своята чувствителност за другите. Но трябва да правим ясна разлика между това – да бъдеш чувствителен към емоциите в себе си и в другите, и това – да бъдеш “правомерен”, морален човек, тъй като някой чувствителен към емоциите на другите може да манипулира. Общо взето никой, съществуващ в условията на развития и развиващия се свят, не е останал незасегнат от всеобщата манипулация. Въпреки това, придържайки се към своите основни цели за оцеляване (за задоволяване на хигиенните си нужди) и самоутвърждаване в условията на конкуренция и прогресираща неопределеност, човек проявява воля за живот и власт, воля за активност, агресивност и манипулативност. Човек става обект и субект на манипулация. Хората, ангажирани с борбата за власт (политическа, потребителска),

недостатъчно информирани от психологическата наука и неограничени от схващанията на моралистите, ентузиазирани и агресивно нахлуха в тази, смятана до сега само за избраници, сфера на публичната манипулация. Те лансираха собствените си разбирания за това какво представлява “ситуираната” интелигентност и манипулацията, как (и дали изобщо) тя трябва да бъде измервана и върху кои ценности трябва да се постави акцентът при реализирането на маркетинговите, рекламните, PR и медийните трикове. Но ако проявим търпение, ще констатираме, че концептуализацията на манипулацията не е напреднала много в годините, последвали едно от най-прочутите послания: “Манипулирай, но правилно”¹³.

Заслужава да отбележим възможните рискове, възникващи при оценка на индивидуалния интелектуален и поведенчески потенциал. Дори ако хипотетично признаем правото на “правилното манипулиране”, ще възникнат нови проблеми. Има ли смисъл например да очертаем границите между философията на бизнеса и бизнесетиката; между темите за прагматично необходимото и морално дължимото; темите за същността и причините за съществуването на манипулацията – и темите за неизбежната конкуренция, за това, как хората могат и трябва да се отнасят един към друг, за това, какви правила трябва да регулират обществените съгласия и разногласия. Не би ли имало повече смисъл да говорим за “обща философия на манипулацията” и да не се опитваме да разграничаваме социалното, моралното, емоционалното поведение като възможни, необходими или неизбежни прояви на съществуването, общуването?

Има смисъл да мислим за някаква “практическа философия”, поле на изява на някаква интелигентност и прагматичност, само ако същността на този феномен е дефинирана сполучливо. По принцип е възможно да говорим за необходимостта да се разграничава допустимото от недопустимото поведение (формално, неформално, морално); за това – как хората биха реагирали в определени хипотетични ситуации (например, допустимо ли е човек да манипулира и да бъде манипулиран, за да се справи с проблемна културно-комуникативна ситуация?).

Подобни провокации остават в полето на философското разбиране и допълнително засилват усъмняването в границите на морал-

ната (не)допустимост. Редом с това можем да насочим вниманието си върху моралното поведение (например, правилно ли постъпва човек, когато реализира “грижа за себе си”). Този тип размисли надхвърлят въпроса за това, как човек концептуализира своите действия, защото в този случай може да става въпрос както за философстване с екзистенциална и прагматична насоченост, така също и за практики (респ. навици, умения, техники).

Ако приемем, че мобилната прагматичност е организиран кръг от дейности в рамките на една култура, то бихме препоръчали оценката на всяка интелигентност и креативност да се основава на комплексарни подходи, които вземат под внимание няколко съществени компонента на тази активност. Например мобилната прагматичност може да бъде оценена, ако се поканят (или бъдат принудени) хората да се ориентират в непознат за тях терен, да сглобят абстрактен пъзел или да конструират алтернативни модели на поведение. Има смисъл да припомним, че основният компонент в моралната сфера е усетът за лична отговорност, осъзнаването на това, че човек има неизменна роля спрямо другите и поведението му спрямо тях трябва да се осъществява въз основа на анализ на контекста и управляване на собствената воля. Ние не смятаме, че мобилният прагматик предлага успяващ модел на управленско поведение само поради софистицираността на неговата философия или достойното му диалогично публично поведение. По-скоро ние оценяваме факта, че той се ангажира с важни роли в човешките отношения. Реализирането на управленска роля със сигурност изисква: познаването на реториката, еристиката, софистиката; упражняването на няколко човешки интелигентности, включително професионална компетентност, социална и екзистенциална активност. Но в основата си тази роля говори за това какъв човек е даден индивид или в какъв човек се е развил индивидът. Това не е прагматичен модел сам по себе си, а описание на личността, индивидуалността, волята, характера – и в най-добрия случай, на възможните и ефективно реализирани публични изяви. Във връзка с това не може да приемем, че стил на поведение (и управление) означава едно и също нещо за всеки, който употребява тази дума. Има малко доказателства в полза на допускането, че човек, който използва определен стил в една среда или активност, ще използва

същия стил в друга среда и активност. Още по-малко основания съществуват да се приравнява стилът с характера, интелигентността или философията на своя носител.

Въпросите, които следва да бъдат отправени към всяка нова или “нова” практическа философия, са дали тя стимулира задаването на важни въпроси, или извършването на проучвания и дали първоначално предложените от нея фактори показват върнатата следа? Може би решението за това как човек ще приложи своята компетентност и дееспособност в условията на динамични социокултурни промени, е израз на присъщата му практическа философия и стил на общуване и управление.

Трябва да се запитаме дали искаме (и дали е възможно) да отстраним нелоялната конкуренция и дали ще толерираме симулациите, играта на копия или по-малко привлекателната способност за манипулиране на другите. Същността на манипулативните техники и тяхното място в управленската технология става по-ясно, ако съзрем в тях имплицитното присъствие на екзистенциалното и социалното. Казано по-общо, смисълът на човешкото конкурентно съществуване и общуване, формирането и утвърждаването на организационно поведение може би е неотделим от ангажираността на човек с екзистенциални теми. Несистематизирани доказателства сочат, че проблемите от сферата на междуличностното и делово общуване, бизнеса, политиката и управлението неизбежно активират определени самозащитни реакции. Но най-убедителни доказателства може би идват от наблюденията върху хора, които с готовност прилагат различни манипулативни техники в борбата да заемат или да запазят една или друга властова или относително автономна позиция. Натрупват се доказателства, основаващи се на естествено случили се или изкуствено предизвикани преживявания, за феноменологичните аспекти на въпроса за властотдаването, властпостигането, властналагането, властотстояването, властутвърждаването и власттърпението. Например, когато хората преживяват разочарование от случващото се в междуличностните и личностно-социалните отношения, те се чувстват отчуждени от обичайния си свят и жизнен опит и изпитват силно желание да излязат извън традиционните категории на живота, за да прехвърлят вниманието си към нов фокус (той ве-

роятно е много далеч от усещането за моралност). По този начин засегнатите успяват да преоценят отношението си към релацията властподчинение. Мисленето по екзистенциалните въпроси вероятно е реакция на реално съществуващата болка от непредвидимостта и непреодолимостта на противоречията, конфликтите, от несправедливостта. Вероятно всеобщата комуникативна манипулация или изборителното ползване на манипулативните техники имат някаква адаптивна функция.

Много от широко употребяваните манипулативни техники са резултат на неумело прикрити или недостатъчно познати и усвоени софистични подходи, правила, техники – направо техни (не)успешни “клонинги”. Въпросът доколко прецизно могат да бъдат очертани границите на (не)допустимата софистика, е нещо, което излиза извън тясно академичните задачи.

Някои хора са склонни да отъждествяват (или недостатъчно да разграничават) манипулацията и софистиката. Други биха предпочели да отричат (дори заклеймяват) непознатото и възможната манипулация, защото се страхуват от визията за свят, където хората са доминирани от властта на копията, имитациите, или защото не искат да видят как хората ще си играят на психоанализа и всеки ще се опитва да контролира мненията, настроенията и поведението на другите. Споделяме тяхната резервираност, но се съмняваме, че е възможно да се попречи на прагматичния човек да изследва възможностите, дадени от реториката, еристиката и софистиката. Както реторично-полемичните, така и управленски техники са продукти на културата на общуването. Сами по себе си те не са нито морални, нито неморални. Ние – хората, поотделно или в рамките на единния социален организъм, може и трябва да преценим как и доколко тези техники (не)трябва да бъдат използвани. Ние сме свободни да упражняваме силата на своите знания, емоции, страсти, пристрастия, суети в изкуството на общуването или управлението.

Идентифицирането на всеки бизнес като шоу бизнес, отново и отново поставя въпроса за правилата на играта. Като участници в тоталната конкуренция ние сме свободни да станем благоразумни или неблагоразумни, морални или неморални по всевъзможни начини. Може обаче да се “изгубим” в парализиращата умове страст

към властта, играта, успеха, удоволствието. Манипулацията е възможна и необходима, когато се сблъскват различни и противоречиви интереси и позиции в борбата за власт и нови сфери на влияние, за спечелване на общественото мнение. Всяка нова идея или програма за действие трябва първоначално да бъде асимилирана в съществуващата ситуация от нагласи и практики. Показателна е ситуацията, в която се намират властимащите (и стремящите се към властта), когато трябва да вкарат в действие история, вече позната на аудиторията. Например историята за досиета, ченгета, корупция, тайни общества и др. Това наблюдение може да е неправомерно цинично, но е реалистично и съдържа един важен извод: ако бъдат заявени “черно на бяло”, индивидуалните цели на всеки от нас могат да се окажат различни от тези – на другите индивиди. Екзистенциалните и социални различия, противоречия и конфликти са не само възможни, но в повечето случаи неизбежни.

Поради голямата вероятност манипулацията да остане постоянен спътник на съществуването и общуването на постмодерния човек, нашият коментар се базира на едно по-различно (от обичайните) допускане, а именно, че скептично-критичната и софистичната активност е нещо твърде важно, за да бъде разглеждана само като културно-исторически факт. Преосмислянето на еристиката и софистиката бе повлияно в голяма степен от активната позиция и гледната точка на самодейците или експертите манипулатори (политици, журналисти, PR), които не са психолози. Някои от тях дори не разполагат с концепция, наречена манипулативност, а други дефинират манипулацията според белези, които философи и психолози биха сметнали за причудливи. Други изтъкват едно силно и обикновено неизследвано достатъчно допускане, присъщо на тестовете (IQ) инструменти: че резултатите от отговорите на несвързани един с друг въпроси, обикновено извлечени от материала, усвоен в ежедневно консумиране на субкултура, по някакъв начин могат да бъдат сумирани и да бъдат достатъчен ориентир за психиката на индивида и за възможното ѝ обработване.

Появили се като принос на културата на общуването, еристиката и софистиката извървяват дълъг път. Те са били предмет на анализ и критика от различни позиции. Независимо от противоре-

чивите оценки, те са реални подходи в не една практическа философия. Особена роля играят преживяванията, свързани с “грижа за себе си” и идеята за самоосъществяване чрез комуникация. Както всяка нетрадиционна философия, софистиката не само внася нови проблеми, възгледи, но, налагайки своите виждания, прекроява обичайното практическо философстване. Също както скептично-критичната, софистичната способност е отличителна черта на диалогичните хора, която ги разграничава от стереотипните и едноизмерни хора. Тази способност може би е възникнала в резултат на наличието на съзнателен усет за ограничеността, противоречивостта и абсурдността на всяка човешка норма, форма, униформа и импулса да се съпротивляваме на тях.

В заключение. Трудно може да се пренебрегне фактът, че философията би била необяснима и дори немислима като културно-историческо явление, ако не служеше на определени обществени практически интереси. Дори след съвсем бегла съпоставка на социално-икономическите условия и съответните им социалнопсихологически състояния с основната насоченост на различните философски направления в дадено време, без да изследваме цялата сложност на оспорвани приноси (на древногръцките скептици и софисти, на Аристотел, Кант, Хегел, Маркс), бихме се убедили, че философската позиция е и практическа позиция. Днес дори след представителите на бизнесът и политиката расте убеждението, че им е нужна философия, която не крие своята социална функция зад фасадата на общо културологична фразеология. Постепенно навсякъде губи своята актуалност представата за философията като за екстравагантно занимание на интелектуалния елит, нещо като позицията на гросмайсторите в шаха. Вече не е изключение или привилегия само за интелектуалци и художници да афишират философска образованост. Изобщо може да се каже, практическата философия, която е и философия на практиката (праксиология), ангажира вниманието на хора, които участват повече или по-малко в социалното управление (политици, икономисти, юристи, журналисти). Но тази обща констатация не бива да отклонява вниманието ни от факта, че има различни управленски практики, както има различна степен на овладяване и избирателно прилагане достиженията на практическата философия.

БЕЛЕЖКИ

¹ Вж. **Маркс**, К., Ф. Енгелс. Съч., Т. 16, с. 133; Т. 27, с. 372; Т. 42, с. 150–151; Т. 3, с. 340; Т. 2, с. 100

² Вж. **Фуко**, М. История на сексуалността-3. Грижата за себе си. Плевен, 1994, с. 56, 58, 62; Генеалогия на модерността. С., 1992, с. 89; **Ирибаджак**, Н. Социологическата мисъл в древния свят. Т. 3, С., 1982, с. 50–53; **Андреев**, Л. Софистиката в контекста на философската антропология. С.: Парадигма, 2005, гл. 1, 2.

³ Вж. **Спасов**, Д. От логика към социология. С., 1980, с. 13–14.

⁴ Вж. **Сартори**, Дж. Теория на демокрацията, кн. 1, 2, С., 1997.

⁵ Вж. **Тофлър**, А. Третата вълна, С., 1991; Шок от бъдещето. С., 1992; Прогнози и перспективи. С., 1993; **Дракър**, П. Практика на мениджмънта, С., 2001, Мениджмънт – задачи, отговорности, перспективи. С., 2003; **Тръмп**, Д. Изкуството на бизнеса. С., 1991; **Гарднър**, Х. Нова теория за интелигентността. С., 2004, с. 185–197.

⁶ Вж. **Дракър**, П. Иновации и предприемачество. С., 2002; **Сире**, М., **Ж. Лампан**. Успешна иновация, С., 2003; **Хофстерде**, Х. Я., П. Б. **Пидърсън**, Х. **Хастер**. Изследване на културата, С., 2003; **Трампаарс**, Ф., Ч. **Хамндън-Търнър**. Да се носим по вълните на културата. С., 2004; **Гарднър**, Х. Цит. произв., с. 22, 97, с. 115–117.

⁷ Вж. **Поликеров**, А. Философска одисея. С. 1999, с. 139.

⁸ Вж. **Дракър**, П. Ефективният ръководител. С., 2003; **Сартори**, Дж. Теория на демокрацията, кн. 1–2, С., 1997; **Маслоу**, Е. Мотивация и личност. С., 2001; **Лейдиин**, М. А. Макиавели за модерното лидерство. С., 2003; **Гарднър**, Х. Цит. произв., с. 58–59, 104–105, 124–125, 129–131; **Андреев**, Л. Комуникативната култура и възможността за конкурентно предимство. В. Търново: Унив. изд. Св. св. Кирил и Методий, 2009.

⁹ **Гарднър**, Х. Цит. произв., с. 72.

¹⁰ Вж. **Киршнер**, Й. Манипулирай, но правилно. ИК “Кибеа”, 1995, с. 120; Библия на егоиста, С., 2000, с. 47–51; **Шварце**, А. Изкуството на подкупа. С., 1992, с. 57; **Грийн**, Р. 48-те закона на властта. С., 2001.

¹¹ Вж. **Тай**, Л. Башата на манипулацията. С., 2000; **Робинсън**, Д. Манипулаторите. С., 2001; **Рушкоф**, Д. Теория и практика на манипулацията. С., 2003.

¹² Вж. **Танен**, Д. Кавгаджийската култура. С., 2002.

¹³ Вж. **Киршнер**, Й. Манипулирай, но правилно, с. 120.