

## Содержание:

Image not found or type unknown



## АБСТРАКТ

В данной работе исследуются текущие обсуждения о роли этики в бизнесе и коммуникации и связанные с этим практические вопросы. К проблемам был применен критический подход, и применен исторический подход путем демонстрации этических идей в истории философии. Используется региональный подход, который обращается к таким этическим областям, как профессиональная этика, а также этика культурных границ.

Анализируя взаимосвязь между глобальной и местной этикой в бизнесе и коммуникации, в работе исследуются проблемы с особым упором на метадискурс, СМИ, рынок и в значительной степени пропаганду.

## ВВЕДЕНИЕ

Дискурс - беседа - вокруг этики уходит своими корнями в сократовскую и платоническую традицию, которая вытеснила традицию досократических философов, таких как Фалес и Анаксимандр. Применяя рационалистический подход, то есть неотделимость этики от знания, Сократ и Платон полностью изменили ландшафт с точки зрения эпистемологического дискурса. Платон развивает идею сократовской рационалистической этики и считает добро (наряду с красотой) и справедливость основополагающими элементами реальности. Аристотель считает, что мудрые решения являются показателем добродетельного образа жизни и справедливого социального порядка. Неудивительно, что, по его мнению, этика является общей, неразрывной связью между индивидуальной деятельностью и общественными отношениями. Точно так же для Фомы Аквинского этика включает в себя правила, регулирующие наши действия и добродетели, которые являются вехами для человека.

Иммануил Кант подчеркивает рационалистический принцип этики, обращаясь к практическому разуму, то есть к разуму, как к руководству в практической

деятельности. Можно ли достичь этики в бизнесе и общении на практике? По словам Питера Друкера, «отдельной деловой этики - нет и она не нужна». Однако еще со времен античности профессиональная этика является предметом дискуссий. Например, Бауман, является одним из многих ученых, которые анализируют исторические предпосылки деловой этики на основе платонической модели лидерства. Общая этика может быть адаптирована к различным контекстам, и хотя может не быть особой необходимости в формулировании отдельной этики, как профессиональная этика или этика, относящаяся к бизнесу и общению.

В современном дискурсе этики возникает множество вопросов: заслуживает ли этика в бизнесе или общении самостоятельной категории? Существует ли такая вещь, как глобальная универсальная этика? Меняются ли этические установки в ответ на меняющийся социальный контекст / среду? Можно ли говорить о неизменности этических основ? Как мы определяем этические максимы в бизнесе - отрицательно или положительно? Какова взаимосвязь между деловой этикой и другой профессиональной этикой, включая этику общения, и каковы личные качества и системы убеждений бизнес-лидера? Каковы отношения между этикой и социальным капиталом в современном обществе, которое становится все более поляризованным? Кроме того, меняются ли этические принципы в зависимости от культурных и / или религиозных различий?

Может оказаться, что бизнес и общение находятся в очень разных сферах, хотя справедливо будет сказать, что бизнес был бы невозможен в отсутствие определенных средств коммуникации, таких как реклама.

1.

## **Деловая этика: основные проблемы**

С точки зрения деловой этики существуют разные деловые дискурсы и разные этические подходы, включая региональные (ЕС, США, Азия) или те, которые основаны на разных органах власти. С одной стороны, ассоциации, существующие в деловой этике, пытаются унифицировать дискурсы, по крайней мере, в регионе. С другой стороны, он выражает разграничение одних дискурсов деловой этики от других. По словам Эндерле, «задача деловой этики состоит в повышении этического качества принятия решений и действий на всех уровнях бизнеса: на личном (микро -), организационный (мезо-) и системный (макро-) уровни.

Столкнувшись со сложными проблемами, деловая этика должна использовать многоуровневый подход и учитывать свободы и ограничения на каждом из этих уровней, а также взаимосвязь между этими уровнями». Но между этими уровнями есть определенные противоречия [1].

Кроме того, Эдерле упоминает природный, экономический, человеческий и социальный капитал в связи с этикой, но место творческого капитала неясно. Важно отметить, что социальная сплоченность расстраивает человека и его творческие инициативы, в том числе инициативы в сфере бизнеса. С другой стороны, бизнес склонен обесценивать и исключать исключительные, неподражаемые идеи, которые считаются несовместимыми с групповым мышлением, которое обычно встречается в командах.

Возможно, именно поэтому Флорида утверждает, что творческий капитал и индивидуальные устремления несовместимы с социальным капиталом. Например, естественный капитал сокращается, в то время как экономический капитал увеличивается, а глобальное потепление является не чем иным, как результатом экономической деятельности человека. Точно так же социальный капитал увеличивается за счет творческого капитала, о котором Эндерле не упоминает. Если так, то наращивать все виды капиталов невозможно. Неудивительно, что деловая этика имеет дело с ограничениями любого капитала, а не увеличивает их. Похожая ситуация очевидна в случае этики общения. Еще один важный вопрос, связанный с деловой этикой, - это «права человека, концептуализированные как общественные блага». Вообще говоря, отношения между бизнесом и общественным благом противоречивы. С одной стороны, бизнес увеличивает общественное благо, предлагая товары и услуги для всех, а также привлекая рабочих (женщин). С другой стороны, бизнес узко ориентирован на тех, кто занимается бизнесом. Можно привести веские доводы в пользу деловой этики, чтобы смягчить такие противоречия, хотя не совсем ясно, как это может работать на практике. Например, если государство вмешивается для регулирования деловой этики, то аксиомой является то, что последние были отнесены к юридической сфере. Этика, в том числе деловая этика, действует только тогда, когда она автономна от юридического региона, но также регулируется «сверху» [1].

Подобно И. Канту, многие ученые говорят о так называемом сознании участников этической области, которая простирается на сферу бизнеса. Такой подход можно считать рационалистическим и подразумевает большой вред, причиненный конкретному бизнесу, если лицо, занимающееся этим бизнесом, нарушает этические нормы. И наоборот, другим подходом был бы эстетический, который

больше нравится человеку и его чувствам и согласуется с их отношением к этике в целом. Если проблема деловой этики заключается в обеспечении «создания богатства как комбинации частного и общественного богатства» Тогда как быть с императивом гармонизации частной и общественной сфер? Например, Кант предлагает оценивать намерения, а не результат определенных действий. Кроме того, любая комбинация предполагает разный вес компонентов. Эти различия отражают разное отношение к роли человека в социальном развитии. Например, Платон игнорирует людей, предпочитая более широкое общество, в то время как Хайек делает упор на пагубных последствиях пренебрежения обществом. Более того, любое творческое намерение часто приводит к дисбалансу между частной и социальной сферами.

Еще одним важным вопросом деловой этики является ее связь с правами человека, и в этой связи в истории мысли постоянно ведется дискуссия о правах человека. Обладают ли люди как юридические лица неотъемлемыми - врожденными - правами? И какой приоритет могут занять права человека? Несмотря на определенные «списки» прав человека в официальных учреждениях, до недавнего времени не было единого мнения. Если мы имеем в виду «универсальные нормативные стандарты для бизнеса и экономики», не является ли это разновидностью расширенного метафизического повествования, с одной стороны, и разновидностью глобализма, с другой? Разве это не попытка нивелировать и подчинять любые инициативы в бизнесе, несмотря на их различия? В 1948 году Всеобщая декларация прав человека вышла из преобладающего политического и исторического контекста (Вторая мировая война), но по большей части явилась вынужденным компромиссом [2].

Согласно Руководству ООН Принципы бизнеса и прав человека (ООН, 2011) 30 относятся к бизнесу, включая гражданские, политические, экономические, социальные и культурные права, а также право на развитие, хотя в них ничего не говорится об этике. Может быть, права человека - это абстракция? Тем не менее, этика глубоко фундаментальна, и в большей степени, чем любая политическая декларация или соглашение между представителями национальных государств. Является ли этика результатом общественного договора? Мало кто не согласится с тем, что справедливость является фундаментальным правом человека, которое также распространяется на деловую активность и этику. Например, справедливость предполагает равные права для тех, кто зависит от рынка, как основывать, так и развивать свой бизнес. Почему потребители не должны пользоваться теми же правами при покупке товаров, хотя это может

противоречить правам человека? Право на товар зависит от покупательной способности человека, поэтому, если мы выравниваем доходы, чтобы обеспечить это право для большинства, мы нарушаем права бизнеса и творческого меньшинства.

Революционные потрясения на протяжении всей истории были свидетелями узурпации меньшинством прав на товары, которыми до сих пор пользовалось большинство. Это «право» обычно приводит к вытеснению меньшинства. Возможно, альтернативой насильственным потрясениям является гражданское неповиновение, которое следует из теории справедливости Ролза: человек или группа людей свободны сопротивляться несправедливому социальному порядку, попирающему несправедливость. А как насчет права гражданского неповиновения? Является ли это неэтично? Понятие «богатство» является еще одним спорным понятием, связанном с бизнес-этикой, хотя мы должны сначала рассмотреть смысл богатства через призму богатства, занятости, творчества, открытость, коммуникабельность. Чтобы проиллюстрировать, богатство, измеряемое валовым внутренним продуктом (ВВП), можно сравнить с индексом счастья, которых много. Как правило, они могут включать, среди прочего, Индекс счастливой планеты и Индекс мирового счастья. Все они считают ВВП фактором счастья, но не менее важны и другие факторы, такие как социальная поддержка, здоровый образ жизни, свобода делать жизненный выбор, щедрость и коррупция. Как ни парадоксально это может показаться, развивающиеся страны, такие как Коста-Рика или Мексика, имеют более высокий рейтинг, чем многие более богатые и развитые страны [2].

Что касается неравенства, это также демонстрирует превосходство щедрого человека. Некоторые ученые рассматривают «общественные блага» как неисключительность и неконкурентоспособность, и в этом случае деловая этика должна апеллировать к общественным благам, чтобы смягчить присущее бизнесу соперничество. Это может быть сложно, учитывая тот факт, что развитие бизнеса основано на исключительности и соперничестве. В целом творчество - это разновидность нестандартного мышления и индивидуалистического подхода во всех сферах, включая бизнес, и ученые занимаются социальными аспектами творчества. Отношения между индивидуальными творческими устремлениями и социальной средой полны напряженности и противоречий. Согласно Эндерле, «социальная сплоченность состоит из трех разных, одинаково важных компонентов:

(а) социальная интеграция (измеряемая такими аспектами социальной изоляции, как бедность, неравенство и т. Д.). социальная поляризация);

(б) социальный капитал (сочетание мер доверия - межличностного и социального - с различными формами гражданского участия; и

(в) социальная мобильность (измерение степени, в которой люди могут или считают, что они могут изменить свое положение в обществе)».

Однако требование к бизнесу ответственности часто скрывает негативное общественное мнение, сформированное политиками, и попытки его рэкета. Наконец, это приводит к негативной деловой среде, которая, в свою очередь, негативно влияет на социальную политику. либеральные ценности, такие как свобода, уважение к разнообразию и права меньшинств? В отличие от Эндерле, такие ценности, как терпимость и равенство, не вытекают автоматически из концепции либерализма. Опять же, мы снова сталкиваемся с вопросом ограничений, включая пределы свободы в отношении «Другого». Однако вопрос в том, что насчет «Другого» для предпринимателя. Другой предприниматель, покупатель или анонимные бедняки? Как я Как уже упоминалось ранее, ученые анализируют взаимосвязь между эстетикой и деловой этикой.

Эстетика с ее субъективностью контрастирует с «гиперрационалистическим» подходом к этическим аргументам. В деловой этике баланс, гармония, пропорции и физическая форма считаются эстетическими категориями. В работе были выделены управленческие, «образные» и «эмоциональные» аспекты, например моральное воображение в архитектурной практике. С одной стороны, эстетический подход неотделим от субъективных решений и является источником индивидуальной автономии. С другой стороны, это ограничение глобальных этических принципов за пределами места и времени. Должны ли глобальные принципы опровергаться случаями из регионов, включая бизнес-регионы, например, научными теориями, новыми данными? Помимо этого, этика рассматривалась как «ответственность за наши концептуальные основы и встроенные в них допущения». Однако здесь не ясно, какие концептуальные рамки обсуждались. Мы видели, что этика и ее разновидность деловой этики были основаны на определенных рационалистических, то есть концептуальных устремлениях. В результате фон этого аргумента представляет собой порочный круг, в котором этика определяется как рациональное мышление, которое, в свою очередь, ведет к этическим установкам.

С другой стороны, и революция, и война обычно основаны на определенных «концептуальных рамках», которые в конечном итоге приводят к массовому убою, что противоречит этике. Те же авторы говорят об управлении устойчивым развитием, суть которого заключается в следующем: «продвижение окружающей среды и социальная ответственность фирм, на которые они работают». Однако дискурс устойчивости отражает системный подход, когда автономные регионы рассматриваются как регионы, подчиненные системе. Казалось бы, это удовлетворяет этический рационализм, хотя дискурс устойчивости и дискурс этики сталкиваются с одной и той же проблемой метадискурса, и во многом то же самое применимо к различным коммуникационным традициям. Можно только игнорировать различные и даже противоречащие друг другу коммуникативные дискурсы на уровне мета-коммуникации, которая требует других мета-мета-коммуникаций, и так далее. Кроме того, это предполагает наше привилегированное положение в отношении общения или дискурсов деловой этики. Действительно ли это предположение о том, что мы можем видеть различные традиции и системы «сверху», этично? Согласно Мерти, измерения корпоративной ответственности включают: хорошее управление, корпоративную социальную ответственность и экологическую ответственность. Возникает вопрос: что такое хорошее управление? Кроме того, если бизнес-деятельность исключительно сосредоточенные на максимизации прибыли и богатства, почему менеджеры должны создавать для себя этические препятствия? Это кажется противоречивым, хотя полезно задуматься, может ли деловая этика быть пережитком экономической эволюции, что может быть одним из общих этических принципов с точки зрения эволюции человека. Имея это в виду, Кант говорит об этическом аргументе в пользу существования Бога в отличие от космологического аргумента, выдвинутого Фомой Аквинским. Рассуждения Канта можно выразить так: если этика все еще жива, несмотря на эволюцию человеческого вида в сторону богаче и могущества, ее можно объяснить только в терминах Божественности.

Исследование корпоративной социальной ответственности исследует определенных игроков (социальные группы), включая заинтересованные стороны, клиентов и правительство. Если можно говорить о профессиональной этике, то есть этике определенных социальных групп, то какая из них должна иметь приоритет? Если существует глобальная этика, как мы можем согласовать узкие интересы фирмы или даже корпорации и этические установки как социальной группы, так и всего общества? Руководители корпораций имеют в виду армию своих сотрудников, что является аргументом в пользу более общей этики, основанной на интересах этой армии. С другой стороны, такой подход выражает

узкое этическое отношение, игнорирующее общество в целом. Дополнительной проблемой является взаимосвязь между корпоративной ответственностью и устойчивым развитием, обсуждение которой также затрагивает вопрос энтропии. Например, Коэн-Розенталь развивает идею о том, что система должна умереть, если вся социальная среда должна стать обновленной, что типично для результатов революции. Другими словами, идея устойчивого развития может потребовать неустойчивых решений [3].

Некоторые авторы говорят о разных уровнях сознания, самый низкий уровень которого является выражением нашей заинтересованности в финансовой стабильности, а самый высокий - служением для человечество и планета. Это можно рассматривать как кантовскую этику двояко: во-первых, она выражает рационалистический фон этики; а во-вторых, речь идет о глобальном человечестве. Отсюда возникают две проблемы, которые тесно переплетаются: степень рационалистического подхода в отличие от эстетических и местных этических регионов, которые включают географические и их культурные особенности, а также профессиональные. Мерти подчеркивает взаимосвязь между успехом и корпоративной ответственностью. Другими словами, успех зависит от социального капитала. Однако, согласно Флориде, индивидуальный успех неотделим от творческого капитала, что противоречит социальному. Ученик социального капитала и его авторитетов - это не кто иной, как послушный солдат без какой-либо инициативы, что обычно карается в обществе с жесткими отношениями, то есть с богатым социальным капиталом.

Цена такого послушания - отказ от любых творческих устремлений, в том числе и в сфере бизнеса. Крайним случаем сильных социальных связей было советское общество и отсутствие частного предпринимательства, которое было официально запрещено, что привело к общему отсутствию деловой этики. Палаццо, Эндерле, Меле и Resick et al. отмечают различия в деловой этике между США, Европой и Азией, что свидетельствует о том, что аргументы в пользу глобальной деловой этики плохо обоснованы или вообще не представлены. Возможно, это скорее аргумент в пользу региональной этики, которая опирается не только на различные культурные традиции, но и на поле деятельности. Что можно сказать о деловой этике и этике общения? Во второй части я проанализирую проблемы этики общения и разовью вопросы деловой этики [4].



1.

## **Коммуникационная этика: основные вопросы**

Во-первых, рассмотрение различных этических норм с точки зрения различных дискурсов, присутствующих в коммуникации. Фиске утверждает, что существует две коммуникативные школы (семиотическая и процессная), тогда как Крейг и Мюллер обращаются к семи коммуникативным традициям, которые включают риторику, семиотическую, кибернетическую, социокультурную, социально-психологическую, феноменологическую и критическую.

Возможно, существует больше школ мысли относительно школ коммуникации, таких как постмодернистская, феминистская, биологическая, прагматическая, медийная, политическая, педагогическая, аналитическая и т. Д. Можно ли применить универсальный набор этических норм к вышеупомянутым коммуникациям и деловой практике? пределы общения. Мы уже обсуждали подобную ситуацию относительно неотделимости деловой этики от границ бизнеса. Однако вопрос, касающийся глобальной этики, относится к метасвязи, потому что если существует такая вещь, как охватывающая метасвязь, тогда может быть связанная этика, которая носит глобальный характер [5].

Если мы допустим, что существует коммуникация второго уровня, охватывающая несколько коммуникативных школ, то встанет вопрос относительно метасвязи третьего уровня, ведущей к тому, что Аристотель назвал *regressus ad infinitum* - бесконечным регрессом. Такая глобальная коммуникация была бы несколько угнетающей для разнообразных дискурсов, заставляя их надевать смирительную рубашку единообразия и однородности. Эта тенденция возникла в последние десятилетия семнадцатого века и позже превратилась в то, что мы считаем пропагандой.

Понимание метакоммуникации в этом смысле принципиально неэтично. Если это так (и если глобальная этика служит метасвязи независимо от того, на каком уровне), такая этика не является и никогда не может быть этической. Это вызывает ряд соображений, первое из которых заключается в том, что метасвязь является чем-то целиком. разные. Как это ни парадоксально, мы бы заявили, что это связано не с каким-то божественно вдохновленным взглядом на различные традиции общения, а с практической деятельностью, которая включает диалог как практическое занятие.

Во-вторых, существует предположение, что различные коммуникативные дискурсы и виды деятельности существуют в разных средах, школах и обществах, которые могут иметь свои собственные отличительные этические принципы. С другой стороны, мы можем классифицировать различную этику по типам общения. Предположим, что мы принимаем классификацию Флуссера и говорим о пирамидальной (приверженность подчинению), амфитеатрической (приверженность направлению коммуникации) и подобной этике, тогда как может существовать общая (глобальная) этика среди различных видов деятельности? Более того, этика - это функция, которая проявляется в практической деятельности. Бизнес, с одной стороны, и повседневное общение, с другой, являются одной из таких практик. Кант назвал эту сферу «практическим разумом» и сформулировал общее правило действий, которое гласит: «действовать так, чтобы ваши действия могли стать общим правилом». Поэтому давайте попробуем сформулировать эту максиму относительно коммуникативных характеристик, то есть «общаться так, чтобы ваше общение стало общим правилом» [7].

В деловой этике первая максима звучит так: «ведите бизнес так, чтобы ваша деловая активность стала общим правилом». Приводит ли эта максима к идее бизнеса? как общая практика? Хотя разные виды человеческой деятельности имеют некоторые общие черты с бизнесом, последний не охватывает все возможные практики. Если мы частично определяем бизнес как накопление финансового капитала, то такая значимая деятельность, как благотворительность, рассеивает этот капитал, что явно является ограничением для ведения бизнеса. Возможно, это больше связано с кантовскими максимами, которые парадоксальным образом являются слишком общими, чтобы их можно было реализовать в повседневной практике. Если мы примем вышеупомянутую этическую максиму, для нас было бы неэтично общаться единообразно, несмотря на разнообразие способов и стандартов общения. Один из способов альтернативного общения - это не общение, а другой - искаженное общение. Оба они играют важную роль в практической деятельности. Соответственно, первая максима коммуникативной этики должна быть «не стремиться к единообразной глобальной коммуникации». Точно так же мы можем сказать: «Не делайте бизнес так, как делают многие». Этот принцип помогает избежать ненужного соперничества и даже помогает максимизировать прибыль. С другой стороны, первая максима удовлетворяет тенденции творческого общества.

Второй принцип, вытекающий из первого, - «не ищите общения любой ценой». Точно так же можно сформулировать «не ищите бизнес любой ценой». Есть

ситуации, которые не требуют ни общения, ни бизнеса, своего рода ситуационализм, который удовлетворяет идее метакommunikации в повседневности. Обе максимы отрицательны, т. е. сформированы отрицательно, указывая на то, чего не следует делать. Вместо этого максима этики общения должна быть сформулирована положительно: «знай пределы своего общения». Точно так же мы можем сформулировать: «знай пределы своего бизнеса», что можно было бы использовать для определения этического содержания глобальной коммуникации, хотя нам нужно признать, что в глобальном смысле каждое общение ограничено, и что нет такой вещи как глобальное общение. Другими словами, основное правило этики общения: не претендовать на глобальное общение, а нарушение этого правила ведет к пропаганде, что также является препятствием для общения.

Недавний опыт тоталитарного общества в Европе и бывшем Советском Союзе показывает, что пропаганда становится псевдокommunikацией, которая пронизывает все и вся. Однако люди не верят этой риторике и не верят попыткам правительства узурпировать частную сферу. Следует

что пропаганда (глобальная коммуникация) - это полностью реализованное тоталитарное угнетение. Можно также предположить противоположную «причинную» связь: претензия на глобальную коммуникацию порождает тоталитарное угнетение. Что это может сказать нам о глобальном бизнесе? Этика в глобальной коммуникации возможна только в той степени, в которой она защищает от глобальной коммуникации, усиливает локальную (социальную, индивидуальную) этику и, проще говоря, является антиимпериалистической. Конечно, нельзя отбрасывать общие человеческие этические принципы, то есть не убивать, а говорить правду.

Коммуникативная этика кажется локальной, региональной в том смысле, что она находится в нескольких слоистых регионах, где пересекаются личность, общество и человечество. В первую очередь, это защита от их подчинения друг другу, настаивая на том, что голос отдельного человека должен быть услышан. Универсальная коммуникационная этика противоречит системной этике как способ включения индивида в стандарты системы (включая ее этический стандарт). Слово «универсальный» означает, что повсеместно необходимо принимать во внимание индивидуальный голос, который смешивается, образуя то, что можно рассматривать как форму социального хора. В этом случае так называемые систематизаторы меньше всего озабочены глобальной этикой, а просто хотят улучшить глобальную коммуникационную систему [8].

Мы можем распространить эти соображения на глобальный бизнес, который сдерживает, а затем убивает малый местный бизнес в регионах и где корпоративная этика - это противоречие. Если корпорации увеличивают масштабы своего глобального бизнеса за счет угнетения региональных предприятий, они также пытаются вовлечь своих сотрудников в участие в общих рамках корпоративной цели. Таким образом, стремясь к мировой власти, корпорации игнорируют или фальсифицируют универсальные этические установки, парадоксальным образом ориентируясь на ведомственные правила поведения. Существует ли какая-то региональная этика в рамках глобального предприятия? Этика СМИ является аналогом этики общения. Исследование этики глобальной коммуникации раскрывает вопрос о взаимоотношениях между СМИ. Означают ли совпадение и симбиоз медиа, что они объединяют друг друга, развиваясь в одну глобальную среду? Значит ли это, что дни семьи СМИ сочтены? В таком случае не останется ничего, что напоминало бы то, что большинство людей понимают под термином «семья». Означает ли одна среда, что все мы исчезаем в системе как части?

## **ВЫВОДЫ**

Любое обсуждение деловой этики и этики общения ставит вопросы о природе отношений между универсальной этикой и региональной этикой, которая должна включать профессиональную этику. Есть ученые, которые подчеркивают примат социальной сплоченности, но последняя мешает индивидуальным и творческим инициативам, которые являются неотъемлемой частью деловой активности человека или организации.

Требования бизнеса таковы, что исключительные идеи могут не соответствовать строгому контролю, необходимому для работы в определенной социальной среде. Следовательно, этика и ее профессиональные области должны оставаться независимыми от юридической области и регулирования. Возможно, права человека являются неотъемлемой частью деловой этики, но все еще нет единого мнения о том, какие именно права человека применяются или затрагиваются. До сих пор официальные органы, включая Организацию Объединенных Наций, не имеют определения деловой этики, которое можно рассматривать как несколько абстрактное. Как бы то ни было, этика находится на фундаментальном уровне, выходящем за рамки чисто политического.

Некоторые ученые утверждают, что существование согласованной деловой этики может ослабить соперничество, присущее бизнесу, за счет обращения на общем уровне как *pro bono* - для общественного блага. Это может быть несколько амбициозным, поскольку бизнес конкурентоспособен и основан на исключительности и соперничестве.

Поскольку интересы каждой стороны могут отличаться, результат в каждом случае также будет отличаться. Также кажется, что субъективный эстетический подход непоследователен с этическим рационалистическим подходом. Однако это могло быть связано именно с индивидуальной автономией, важной для этики. Кроме того, это ограничение глобальных этических принципов за пределами определенных регионов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Nicomachenian Ethics. (R. C. Bartlett & S. D. Collins, Trans.). Chicago: University of Chicago Press. Barrette, R. (2006). Building a value driven organization: A whole system approach to cultural transformation. London: Routledge.
2. Bauman, D. C. (2018). Plato on virtuous leadership: An ancient model for modern business. *Business Ethics Quarterly*, 28(3), 251-274.  
<https://dx.doi.org/10.1017/beq.2017.31>.
3. Belas, L., & Belasova, L. (2017). Contemporary society in the context of Kant's practical philosophy. *Filosofi ja. Sociologija*, 28(3), 204-211.
4. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.
5. Cohen-Rosenthal, E. (2004). Making sense out of industrial ecology: a framework for analysis and action. *Journal of Cleaner Production*, 12(8-10), 1111-1123.  
<https://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.009>. The art of moral imagination: Ethics in the practice of architecture. *Journal of Business Ethics*, 66(2-3), 307-317.  
<https://dx.doi.org/10.1007/s10551-005-5600-4>.
6. Craig, R. T., & Muller H. L. (Eds.). (2007). *Theorizing communication: Readings across traditions*. London: Sage. Debord, G. (1994). *The Society of the Spectacle*. (D. Nicholson-Smith, Trans). New York: Zone Books. Drucker, P. (1981). What is business ethics? *The Public Interest*, April, 18-36. Enderle, G. (1996). FOCUS: A comparison of business ethics in North America and Continental Europe. *A European Review*, 5(1), 33-46. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.1996.tb00130.x>. Enderle, G. (2018). How Can Business Ethics Strengthen the Social Cohesion of a Society? *Journal of Business*

- Ethics, 150, 619-629. <https://dx.doi.org/10.1007/s10551-016-3196-5>. Fiske, J. (2010).
7. Introduction to communication studies. Abingdon, Oxon: Routledge. Flusser, V. (2007). Vorlesungen zur Kommunikologie. In Kommunikologie (pp. 233-235). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
  8. Gonzalez, A. M. (2017). The pending revolution: Kant as a moral revolutionary. *Filosofija i Sociologija*, 28(3), 194-203.