

– Vol 90. – P. 431–437.

8. Pinto L. (Re)traductions. Phénoménologie et «philosophie allemande» dans les années 1930 / L. Pinto // Actes de la recherche en sciences sociales – 2002. – № 145. – P. 21–33.

Дондюк А. Н. **Интенциональность в пространстве рации: проблема феноменологического анализа.**

В статье рассматривается тема интенциональности в рамках когнитивного пространства, в контексте реального сознания, одновременно речь идет об определенных параллелях со структурой вещи. Тема интенциональности рассматривается в контексте современного философско-антропологического знания, в частности автор анализирует моменты аномального в сознании средствами феноменологической психиатрии, что позволяет современной философские антропологической мысли использовать практические достижения современной психологии.

Ключевые слова: интенциональность, вещь, когнитивность, опыт, сознание

Dondiuk A. Intentionality in the space of ratio: the problem of phenomenological analysis.

The article deals with the theme of intentionality within the cognitive space in the context of real consciousness, at the same time it concerns some parallels with the structure of the thing. Intentional is examined through the problem of reduction, the modification in consciousness, and intentionality as a moment of constitutive process.

The author analyzes the works which in his opinion are the most interesting according to the topic, including «Logical Investigations» by E. Husserl, «Psychologie et intentionnalité : l'idée d'une psychologie phénoménologique dans l'œuvre de Husserl et de Sartre» by Ph. Cabestan, who appeals to important for us theme of phenomenological experience, «Penser l'homme et la folie» by Henri Maldiney, who considers the intentional not only in phenomenological interpretation, not only as a phenomenological theoretical concept, but also through the language of modernity.

The author analyzes the phenomenon of knowledge using the terms intentionality and causality, concentrates primarily on a real-causal action that does not manifest itself in actual

УДК 141

Р. І. Олексенко

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

ФІЛОСОФІЯ ПРОБЛЕМ МОРАЛІ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглянуто питання моралі ведення чесного бізнесу Розкрито поняття «мораль», «чесний бізнес» та «ризик». Наведені правила морально-етичної поведінки цивілізованого підприємця, та якості сучасного підприємця.

Ключові слова. Філософія, мораль, бізнес, підприємець, чесний бізнес, етика бізнесу.

Мораль – це сукупність принципів і норм поведінки людей по відношенню один до одного і до суспільства (Tselin 2006) [1].

У підприємницькій діяльності етика і мораль виражаються в добродесну поведінку бізнесменів у процесі проведення різних бізнес-операцій.

Підприємцю слід створити собі імідж порядного і чесного людини, дотримуючись принципів високої моралі. Найчастіше багато підприємці недостатньо усвідомлюють, що дотримання принципів моралі та етики і створення іміджу порядної людини є запорукою успішної підприємницької діяльності (Beztesna 2003) [2].

Норми моралі, перш за все, спираються на честь і совість людини. Не можна змусити бізнесмена бути високоморальною людиною. Він повинен відчути ці якості в собі, мати власні переконання на цей рахунок.

Бізнес – це підприємницька діяльність, що приносить

behavior. At the same time it is about experienced action, and for phenomenological consciousness the notion of intentionality is used toward the world of those meanings, on which we have knowledge. This accent is important, because through the shape of these meanings we come to the space of meanings of causal relations.

Intentionality is considered in this article in the context of contemporary philosophical and anthropological knowledge, in particular, the author examines the moments of the anomalous in consciousness by means of phenomenological psychiatry that allows modern philosophical anthropological thought to use practical achievements of modern psychology.

Keywords: intentionality, thing, cognition, experience, consciousness.

References

Cabestan, F 1998, *Psychologie et intentionnalité: l'idée psychologie phénoménologique dans l'œuvre de Husserl et de Sartre*, Atelier national de Reproduction des Thèses, Lille.

Gusserl, Ed 2001, *Sobranie sochineniy* [Collected Works], T. 3, Logicheskie issledovaniya [Logical Investigations], T. II, Gnoziy, Dom intellektualnoy knigi, Moskov.

Madioni, F 2008, *La psychanalyse interroge la phénoménologie. Recherches freudiennes à partir de Brentano*, L'Harmattan, Paris.

Maldiney, H 1962, 'Discussion: Simposium de Kreuzlingen, 1961', *Schweiz Arch Neurol Neurochir Psychiatr*, Vol 90, pp. 431–437

Pinto, L 2002, '(Re)traductions. Phénoménologie et «philosophie allemande» dans les années 1930', *Actes de la recherche en sciences sociales*, № 145, pp. 21–33

Prust, M 1992, *Po napravleniyu k Svanu* [Towards Swann], Respublika. Moskov.

Tabachkovskiy, V 2005, *Polisutisne homo: filofska-mistetska dumka v poshukah «neevklidovoi refleksivnosti»* [Polyessence homo: the philosophical and artistic thought in search of «non-Euclidean reflexivity»], Parapan, Kyiv.

Valdenfels, B 1999, *Motiv chuzhogo* [The motive of another], Propilei, Minsk.

Надійшла до редколегії 14.05.2013 р.

тільки гарний прибуток, але і створити собі імідж порядних людей і партнерів.

На жаль, в бізнесі присутні люди, для яких не існує правил добropорядних відносин. Вони не дотримуються ні цивільних, ні релігійних, ні людських законів моралі. Крадіжка, обман, хабарництво і здирництво є у них не вадами, а достоїнствами.

Найчастіше до обману і злодійства вдаються початківці підприємці, яким потрібно придбати початковий капітал для того, щоб розпочати підприємницьку діяльність. Люди, які не мають моральних засад, вдаються до аморальних способів ведення бізнесу, виправдовуючи це тим, що для досягнення цілей будь-які засоби хороші. Аморальний бізнес є гострою проблемою в соціальному суспільстві.

Складність у вирішенні цієї проблеми полягає в тому, що нечесних і аморальних підприємців важко притягнути до відповідальності за недотримання норм моралі та етики в бізнесі. Притягнення до кримінальної або цивільної відповідальності можливе лише в тих випадках, коли відбувається порушення юридичних законів.

У сучасному світі, в умовах суворої конкуренції у підприємницькій діяльності необхідно розвиток високої моралі і моральності у бізнесмена, інакше його бізнес не матиме майбутнього.

Враховуючи те, що бізнес часто переходить від батька до сина, якості чесного, високоморального людини з високими моральними засадами повинні щепитися людині з дитячого віку.

Для того, щоб стати успішним бізнесменом, людині необхідно мати такі якості, як: 1) активність, ініціативність, діяльність, 2) вміння отримати вигоду з невдачі і використовувати це для подальшого успіху, 3) вміння, у разі втрати всього, почати все спочатку; 4) прямолінійність; 5) творчість; 6) наполегливість; 7) вміння керувати ситуацією; 8) гнучкість; 9) аналітичний склад розуму; 10) оптимізм.

Підприємець чи бізнесмен повинен вміти ризикувати. Але ризик повинен бути не безрозсудним, а точно розрахованим. Уміння ризикувати - це вміння прорахувати всі можливі варіанти, а також здатність пояснити всі обставини співробітникам своєї організації.

Підприємець чи бізнесмен повинен володіти високими духовними та фізичними якостями. Фізичні якості знаходять своє вираження в тому, що керівник повинен працювати більше інших і при цьому абсолютно спокійно переносити такі фізичні навантаження. Важливим якістю хорошого керівника є вміння тримати своє слово і виконувати обіцяне.

Обов'язковою якістю підприємця є вміння уважно ставитися до всіх деталей бізнесу, включаючи технічні, фінансові та маркетингові питання.

Якщо бізнесмен буде ставитися до бізнесу не лише як до джерела прибутку, а й як до цікавої справи, змістом життя, життєвим цінностям, прагнучи до власного вдосконалення, це може допомогти йому досягти високих результатів у процесі підприємницької діяльності.

Бізнесмен повинен цінувати і не забувати своїх наставників, вміти укладати чесні і взаємовигідні угоди, володіти вмінням вести переговори.

У сучасному уявленні мораль є сукупністю норм і принципів поведінки людей у стосунках один з одним і в суспільстві. При цьому йдеться не тільки про чисто побутову, а й службову, трудову поведінку. Мораль характеризує культуру та етику людських відносин, їх

основою є не юридичні закони і службові принципи, яких потрібно дотримуватися, а людське виховання, совість і честь.

Між морально-етичними принципами і самою сутністю підприємництва існує безпосередній зв'язок. Адже бізнес – це неперервні контакти, зв'язки, відносини, переговори, угоди з величезною кількістю людей: партнерами, іншими підприємцями, найманими працівниками, покупцями, постачальниками товару, споживачами, представниками податкових органів. З усіма необхідно будувати відповідні відносини і часто, спираючись не стільки на офіційні документи, скільки на взаємну довіру. А довіряти можна лише тому, чий тверді моральні принципи не викликають сумніву. Оскільки механізм підприємництва полягає в обміні товарами, грошми, ресурсами, послугами, то визначальним принципом такого обміну має бути еквівалентність, рівноцінність взаємних розрахунків. При еквівалентному обміні, як засвідчує досвід, жоден із учасників не програє, а навпаки, закріплюються довірливі та тривалі ділові відносини.

У літературі про підприємництво зустрічається вислів «чесний бізнес». З погляду моралі бізнес має бути чесним, адже інакше це не бізнес, не обмін, а обдурювання.

Одним із принципів чесного бізнесу є укладання підприємницьких угод або здійснення спільних операцій, як кажуть, «один на один», без свідків. Єдиною гарантією і запорукою у таких випадках служить чесність і порядність особистостей, що домовляються. Ще з давніх часів існує таке поняття, як «ціна слова», його тримали в свій час не тільки лицарі, а й підприємці. Ціна слова в підприємстві має бути щонайвищою.

Однак, як засвідчує підприємницька дійсність нині, в різних країнах, в тому числі в Україні, широко розповсюджений нечесний бізнес. Прислів'я «не обдурись – не продаси», на жаль, глибоко в'їлося у свідомість та дії багатьох підприємців. Далеко не всі підприємці здатні встояти перед спокусою отримати дохід обманом, присвоєнням чужої праці.

Боротьба з нечесним бізнесом і запобігання його поширенню є гострою суспільною проблемою. Складність викорінення нечесності в бізнесі полягає в тому, що тільки тоді, коли заборонено злочин і порушено юридичні закони, виникає громадянська, адміністративна або кримінальна відповідальність бізнесмена. У менших порушеннях залишається сподіватися тільки на совість людини.

Морально-етичний кодекс цивілізованого підприємця в багатьох розвинених країнах світу виник унаслідок історичного розвитку уявлень про риси чесного підприємництва. Правила морально-етичної поведінки цивілізованого підприємця можна сформулювати так:

- впевненість у корисності своєї праці не тільки для себе, а й для інших людей, для суспільства, для держави;
- уявлення про людей, з якими треба спілкуватися, як таких, що прагнуть і вміють добре працювати, намагаються самореалізуватися разом із підприємцем;
- віра в бізнес, сприйняття його як творчого процесу і ставлення до нього як до високого мистецтва;
- визнання необхідності конкуренції при одночасному прагненні до співробітництва, партнерства;
- повага до усіх видів власності, державних органів влади, громадських організацій, соціального порядку, законів;
- довіра до інших людей, їх професіоналізму і компетентності;

- турбота про охорону навколишнього природного середовища;
- прагнення до новацій, застосування у підприємництві сучасних досягнень науки і техніки;
- виховання почуття гуманізму.

Етика бізнесу розглядає взаємозв'язок цілей і засобів бізнесу та специфічно людських цілей. Таким чином, етика бізнесу вивчає особливі зобов'язання, які людина, як бізнесмен і громадянин суспільства, приймає на себе, коли розпочинає бізнесову діяльність (завдяки чому й інтегрується у світ бізнесу). Вона вивчає прийняті у бізнесі моральні норми, щоб визначити, мають вони під собою серйозне підґрунтя чи виражають лише обмежений консенсус деякої групи людей або різновид комерційного етикету. Вона повинна керуватися виключно розумом, без сторонньої допомоги і ґрунтується вона не на почуттях, а на уважному спостереженні навколишньої реальності (Sizonenko 2002) [4].

Специфічно людською метою є найвищий рівень досконалості людської істоти як особистості. З цього випливає, що людина в демократичному суспільстві не є засобом для досягнення досконалості суспільства. Саме суспільство є засобом для досягнення реальної досконалості особи (при цьому вплив суспільства може бути не обов'язково безпосереднім). Інструментом для досягнення досконалості особи є праця, яка може використовуватися індивідуумом або групою людей як засіб досягнення добробуту, морального задоволення та громадського визнання (за умови поваги до інших індивідуумів, їх прав і особистої гідності, та при забезпеченні добробуту усіх працюючих в групі людей).

Головна теза етики бізнесу – «у бізнесі потрібно творити добро і уникати зла» (Romanovskiy & Romanovska 2004, p. 16) [3, с. 16]. В основу цієї тези покладений філософський закон єдності і боротьби протилежностей: добро і зло. На практиці, трапляється, що результати бізнесу спричиняють суспільству шкоди, містять у тій чи іншій мірі зло. Тому доцільно навчати майбутніх бізнесменів щодо необхідності нести відповідальність за результати своєї діяльності, вміти правильно ставити й обирати необхідні засоби, щоб спричинити суспільству якомога меншої шкоди. Необхідно навчати майбутніх бізнесменів зважувати наслідки й детально аналізувати наміри їх підприємницької діяльності з позицій моралі ті професійної етики, запобігаючи, або мінімізуючи зло, або шкоду, що в результаті може завдати їх бізнесу суспільству або окремішій особі.

Головними філософськими аспектами підприємництва, пов'язаними з етикою бізнесу, є такі:

1) морально-етичні проблеми щодо доцільності заснування конкретного бізнесу, організації та керівництва діяльністю фірми. В тому числі – етичність та ієрархія цілей, співвідношення користі та шкоди для індивідуума, груп людей і суспільства в цілому від діяльності фірми, оцінка прибутковості та ефективності її діяльності, а також суспільної корисності фірми, етичність менеджменту, його права та обов'язки, економічні та політичні аспекти діяльності фірми, її відношення до влади тощо;

2) морально-етичні проблеми, що виникають під час найму та звільнення з роботи працівників, виявлення їх дійсної кваліфікації, просування по службі, оцінки результатів їх діяльності та виплати винагород, справедливе встановлення та регулювання заробітної плати, стабільність і умови праці, виробничо-побутові проблеми, ризик на роботі тощо;

3) морально-етичні проблеми, пов'язані з приватним життям працівників (сфери законного зацікавлення керівництвом компанії, умови та ступінь втручання) і діяльністю компанії, довірою у відносинах і конфліктами інтересів, негативними явищами (хабарництвом, здринництвом, крадіжками), етичністю подарунків, фінансовими та іншими інтересами, роботою за сумісництвом, кадровим піратством тощо;

4) проблеми моралі та етики у справах із промисловим, комерційним та іншим шпигунством, секретністю, чесністю і довірою, контролем і доносами, позитивним і негативним прикладом керівництва тощо;

5) моральність і етика у професійно-виробничих стосунках із покупцями, компаньйонами, акціонерами, поставниками, дилерами, конкурентами, проблеми якості і безпеки виробів (товарів, послуг), ціноутворення, стосунків із законодавством, рекламної діяльності, гласності і суспільних відносин, розподілу дивідендів, зростання прибутків тощо;

6) дуже важливими є стосунки бізнесу і бізнесових структур з трудовими спілками, місцевими громадами, навколишнім середовищем, владою, законодавством, міжнародним бізнесом тощо. Багато морально-етичних проблем виникають також під час взаємодії бізнесу (приватного малого, сімейного, середнього і т. п.) з соціальною економікою, з проявами націоналізму й шовінізму.

Специфічно до реальних умов України доцільно також зупинитися на морально-етичних проблемах щодо проявів корупції, зловживань, використання службових посад в корисних цілях, хабарництва посадових осіб, здринництва представниками виконавчих структур, некоректної та недобросовісної конкуренції, відсутності свобод і альтернативних рішень в питаннях політико-правового регулювання та економічного розвитку країни, що безпосередньо негативно впливає на ефективність підприємницької діяльності (Beztelesna 2003) [2].

Бібліографічні посилання

1. Целин Д. С. Философско-экономические аспекты предпринимательства / Д. С. Целин // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова. – 2006. – № 5. – С. 39–44.
2. Безтелесна Л. Підприємництво у контексті людського розвитку / Л. Безтелесна // Економіка України. – 2003. – № 12. – С. 62–68.
3. Романовський О. Мораль і етика в підприємницькій діяльності / О. Романовський, Ю. Романовська // Пам'ять століть. – 2004. – № 6. – С. 12–21.
4. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження / В. Сизоненко // Економіка України. – 2002. – № 9. – С. 45–51.

Олексенко Р. И. Философия проблем морали в предпринимательской деятельности.

В статье рассмотрены вопросы морали ведения честного бизнеса. Раскрыто понятие «мораль», «честный бизнес» и «риск». Приведены правила морально-этического поведения цивилизованного предпринимателя, и качества современного предпринимателя.

Ключевые слова: Философия, мораль, бизнес, предприниматель, честный бизнес, этика бизнеса.

Oleksenko R. Problems of philosophy morality in business activities.

The article considers the moral conduct honest business reveals the concept of «morality», «honest business» and «risk». These rules of moral and ethical conduct civilized entrepreneur

and quality of modern entrepreneur.

Keywords. Philosophy, ethics, business, businessman, honest business ethics business.

References

Beztelesna, L 2003, 'Pidpriemnitstvo u konteksti lyudskogo rozvitku' ['Entrepreneurship in the context of human development'], *Ekonomika Ukrainy*, №12, pp. 62–68.

Romanovskiy, O & Romanovska, Yu 2004, 'Moral i etika v pidpriemniyskiy diyalnosti' ['Morality and ethics in business'], *Pam'yat stolit*, № 6, pp. 12–21.

УДК 130.2:7.036(477.83/.86)«18/19»

Sizonenko, V 2002, 'Teoriya pidpriemnitstva: zdotutki i problemi doslidzhennya' ['Theory of Entrepreneurship: Achievements and Challenges Study'], *Ekonomika Ukraini*, № 9, pp. 45–51.

Tselin, DS 2006, 'Filosofsko-ekonomicheskie aspektyi predprinimatelstva' ['Philosophical and economic aspects of business'], *Filosofiya hozyaystva. Almanah Tsentra obschestvennykh nauk i ekonomicheskogo fakulteta MGU im. M. V. Lomonosova*, № 5, pp. 39–44.

Надійшла до редколегії 15.05.2013 р.

С. Л. Плахта

Львівський національний університет імені Івана Франка

ІМПРЕСІОНІЗМ У МИСТЕЦТВІ ГАЛИЧИНИ КІНЦЯ ХІХ – ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.: СВІТОГЛЯДНО – ЕСТЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Виокремлені характерні риси імпресіонізму як особливого художнього бачення світу. З'ясовано роль та значення безпосередності сприйняття світу та пластичності художнього мислення у формуванні новітнього мистецтва Галичини к. ХІХ – п. п. ХХ ст. Розкрито особливості втілення імпресіоністичної естетики простоти, колористики та принципу гармонії у творчій еволюції О. Новаківського, О. Куриласа, І. Труша, І. Іванця, І. Северина, Т. Вацика та деяких інших митців Галичини.

Ключові слова: імпресіонізм, мистецтво Галичини, світло, гармонія, настрої у пейзажі, естетика простоти

Для образотворчого мистецтва Галичини к. ХІХ – п. ХХ ст., особливо важливою стає поява імпресіонізму, який в українській та загалом світовій художній культурі відіграв роль мосту між класичною та авангардною епохами. Процес формування модерних напрямків у мистецтві Галичини був зумовлений в першу чергу пошуками національного стилю та соціально активного мистецтва із сучасною інтерпретацією традицій української народної культури. Така загальна тенденція визначила особливості сприйняття та переосмислення зокрема й імпресіонізму художниками Галичини на межі ХІХ – ХХ ст. Не втілювались у окремий мистецький напрямок, імпресіонізм спорадично проявлявся у творчості І. Труша, О. Новаківського, І. Северина, Т. Вацика та деяких інших маловідомих для загалу митців. Проте набагато важливішим досягненням цього феномена у мистецтві Галичини стала еволюція художнього мислення в напрямку до пластичності, креативності, що співзвучне європейському напрямку розвитку мистецтва початку ХХ ст.

Безумовно, це явище не залишилось поза увагою дослідників. Зокрема процес зародження світоглядних та естетичних принципів імпресіонізму у мистецькому просторі Галичини у його соціально-історичному вимірі розглянуто В. Хмурич, О. Семчишин-Гузнер та Б. Мисюго. Частковий аналіз імпресіоністичних тенденцій в контексті стилістичної взаємодії мистецьких течій Галичини на межі століть зустрічаємо у Т. Лупій. Особливості імпресіоністичної художньої мови О. Новаківського лежать в полі інтересів В. Овсійчука, частково Р. Яціва, Н. Асєвої. Однак у даних роботах аналіз імпресіоністичної естетики у творчості окремих художників є лише частковим. Автономне ж дослідження феномену імпресіонізму в історії мистецтва Галичини межі ХІХ – ХХ століть залишається на сьогодні не сформульованою проблемою та малодослідженою сторінкою культури Галичини.

Тому метою даного дослідження є виділити особливості художньої мови імпресіонізму у процесі творчої еволюції конкретних художників Галичини в період кінця ХІХ – першої половини ХХ ст. та визначити світоглядно-естетичний фундамент імпресіонізму як

мистецького явища Галичини даного часу.

Розглядаючи загалом процес формування стилів у модерній культурі Галичини, ми нашоуємося на труднощі, пов'язані із визначенням самого поняття імпресіонізм, оскільки дане явище має широкий зміст і виражає різні рівні культурного буття – філософський, світоглядний, естетичний, художній і чисто технічний.

Серед естетико – світоглядних рис імпресіонізму в першу чергу відзначимо принцип свободи художнього бачення та вираження. Іншими словами, це бачення світу не крізь призму попереднього знання про нього, але завдяки безпосередньому і живому сприйняттю. Художник підходить індивідуально також до застосування елементів певного стилю чи техніки. З цієї причини такою важливою для імпресіонізму стає індивідуальність митця, його вміння бачити по-іншому, переживати внутрішньо об'єкт зображення, а зокрема природу. Суб'єктивність як фактор мистецтва перетворюється із недоліку в цінність. Крім цього імпресіоністичним творам властива ліричність, поетичність, настрої, які відкриваються перед митцем завдяки роботі на пленері.

Ще однією філософською та світоглядною характеристикою імпресіонізму є вираження динамічної картини світу. Естетично привабливими стають несподіваний момент, ракурс, але також сам калейдоскоп, зміна форм та кольорів у просторі, що виявляє спільність між імпресіонізмом та кінематографією. Технічно це виразилося у дрібних мазках чистих кольорів, розмитості форм, колористичній динаміці полотна. Особлива увага митця звертається на стихію світла, яке відкриває перед ним досі не бачене багатство кольорів та їх відтінків, а також взаємозв'язок предметів у світло - повітряному середовищі, колористичну гармонію. Отже, світло є однією із центральних категорій імпресіоністичної естетики, яке дозволяє бачити світ як гармонію, але, найголовніше – викликає оптимістичне сприйняття життя. Таким чином, імпресіоністична краса є в більшості красою радості. Особливе естетичне задоволення у творця викликає навіть сам процес творчості, який відбувається безпосередньо на пленері.

Для імпресіоністичної естетики дуже важливим стає також поняття іррегулярності в природі, впроваджене