

УДК 174:023.5
ББК 78.3п+87.75

ЭТИКЕТНОЕ ПРОСТРАНСТВО СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ: ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ

© Р. И. Мамина, Е. В. Пирайнен, 2012

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
197376, г. Санкт-Петербург, ул. Профессора Попова, 5

Рассматриваются значение и роль этикетной регуляции в библиотеке как современной организационной структуре.

Ключевые слова: этикетное пространство, служебный этикет, корпоративный этикет, деловой этикет, имидж библиотеки.

The meaning and rule of ethical regulation in library as a modern organization form are considered.

Key words: etiquette space, office etiquette, corporate etiquette, business etiquette, image of library.

Радикальные изменения, произошедшие на рубеже столетий в экономической, политической и социокультурной жизни страны существенным образом отразились на деятельности всех организационных структур, особенно остро эти изменения коснулись библиотеки. Электронные способы хранения и распространения информации составили серьезную конкуренцию библиотеке, поставили под угрозу будущее традиционной библиотеки. Однако привлечение дополнительных источников финансирования, укрепление материально-технической базы, переход на новые формы обслуживания читательской аудитории значительно упрочили ее позиции, расширили сферу взаимодействия современной библиотеки. В настоящее время это уже не просто отношения «библиотекарь – читатель», но и множественные внутренние и внешние связи и отношения, в которые вступает библиотека как современная организационная структура. Разные виды отношений регулируются, в том числе, и разными видами этикета, взятые в совокупности они составляют *этикетное пространство организации*¹.

Понятие «этикетное пространство» и его структура

Этикет – это нормативно-этическая, многоуровневая система регуляции отношений людей в со-

циуме, причем в первую очередь речь идет о нормировании ролевых отношений на межличностном, групповом и представительском уровнях. Любая организация как отдельно взятый социум включает в себя все уровни отношений, поэтому этикетная составляющая культуры организации всегда будет представлена разными видами этикетной регуляции, то есть речь идет о нормах служебного, корпоративного и делового этикета. При этом служебный этикет регулирует отношения, которые складываются между людьми в организации на межличностном уровне; корпоративный этикет регулирует уровень межгрупповых и внутригрупповых отношений и, наконец, деловой этикет – это уровень представительских отношений. Все эти виды этикетной регуляции находятся в единстве и взаимодействии и составляют этикетное пространство любой организации, в то же время каждый из указанных видов имеет свою специфику и свое функциональное значение в системе целого. Остановимся на некоторых общих особенностях каждой из составляющих структуры этого пространства².

Служебный этикет – основа основ любой организационной структуры. Он регулирует уровень межличностных отношений в организации по вертикали (руководитель – подчиненный) и по горизонтали (отношения с коллегами и сослуживцами, а также гендерные отношения).

¹ Впервые понятие «этикетное пространство организации» вводится в научный оборот в ст. Р. И. Маминой «Корпоративная культура как новая форма коммуникативного взаимодействия», Известия СПбГЭТУ «ЛЭТИ», № 2, 2006, с. 42–47. (Примеч. авт.).

² См. подробнее: Мамина Р. И. Этикетное пространство корпоративной культуры // Информация – Коммуникация – Общество (ИКО-2010) : материалы VII Всерос. науч. конф. – СПб., 2010. – С. 101–104.

В первую очередь обратимся к системе *отношений «руководитель – подчиненный»*. В отношениях «руководитель – подчиненный» руководитель является центральной фигурой в трудовом коллективе, и от того, как он строит свои отношения с подчиненными, во многом зависят дисциплина, результаты трудовой деятельности, морально-психологический климат в коллективе, а в конечном итоге – эффективная работа организации в целом.

Любой руководитель, претендующий на влияние и авторитет среди подчиненных и во всей управляющей системе, а следовательно, на успех и эффективность деятельности организации, должен отвечать всем требованиям, предъявляемым к современному руководителю. Спектр этих требований весьма широк – от высокого профессионализма и умения вникать во все детали организационного процесса до личных внешних и поведенческих характеристик и умения работать с людьми. При этом следует особо подчеркнуть, что одной из ключевых позиций современного лидерства является эмоциональная компетентность. Под эмоциональной компетентностью в современном менеджменте понимают умение руководителя контролировать свои эмоции, умение адекватно реагировать на эмоции других людей, развитое чувство эмпатии, умение выстраивать эмоциональные связи, не нарушая вертикали служебных отношений, что в целом позволяет успешно и эффективно справляться с задачами управления в организации. Современный менеджмент делает ставку на человеческий фактор, на уважение каждого отдельного сотрудника как личности, составляющей главную ценность организации. Д. Гоулман, автор понятия «эмоциональный интеллект» и один из главных разработчиков теории эмоционального интеллекта и эмоционального менеджмента, пишет: «...Если игнорировать человеческий фактор, то ничто другое не обеспечит должного результата». [1, с. 451]. По мнению Гоулмана, будущее за теми компаниями, где будет достигнуто понимание, что конкурентоспособность организации напрямую зависит от эмоциональной компетентности организации, но, прежде всего, ее руководства [1, с. 451]. Таким образом, вертикальный срез отношений «руководитель – подчиненный» является детерминирующим, именно он задает тон всем другим отношениям в организации, поэтому главной отличительной чертой служебного этикета является принцип субординации.

Другой срез межличностных отношений, который регулируют нормы служебного этикета, – *это отношения между коллегами и сослуживцами*. Здесь уже многое зависит не только от личности руководителя, но и от самих сотрудников, от их умения ладить между собой, считаться с мнением окружающих, от таких качеств, как взаимовы-

ручка и взаимоподдержка, уважительное отношение к коллегам, подчиненным и сослуживцам. Питер Друкер, один из основателей менеджмента, автор многих фундаментальных трудов по менеджменту, ставших классикой управления, в своей известной книге «Задачи менеджмента в XXI веке» подчеркивает, что хорошие манеры – это нечто вроде смазки в любом коллективе: «Нет ничего проще, – пишет П. Друкер, – чем соблюдение обычных правил вежливости: не забывать говорить «спасибо» и «пожалуйста», помнить имена коллег и их дни рождения, проявлять интерес к их семье и делам» [2, с. 218]. В то же время П. Друкер подчеркивает, что если правильно распланированная работа снова и снова срывается, как только дело доходит до сотрудничества с другими членами коллектива, то причина, скорее всего, заключается в том, что человеку не хватает хороших манер и элементарной вежливости, то есть одна только напряженная работа не гарантирует успеха и продвижения по службе. Даже добросовестный работник может не получить признания коллег только потому, что пренебрег тем, что в западных странах сегодня называют «офисной дипломатией». Понятие «офисная дипломатия», введенное в свое время Д. Карнеги, означает уважительное отношение не только к руководству, но и к коллегам и сослуживцам, корректное поведение, которое облегчает продвижение по службе и способствует улучшению микроклимата в коллективе. В целом в основе «офисной дипломатии» заложены главные принципы служебного этикета – ответственность за порученное дело, верность данному слову, корректность и уважительное отношение к коллегам и сослуживцам, соблюдение этических норм и правил общественной жизни.

В современном служебном этикете выделяют еще один важный срез межличностных отношений – *это отношения между мужчиной и женщиной на службе*. В отличие от светского этикета, где приоритет всегда принадлежит женщине, старшему по возрасту или по социальному положению, в служебном этикете отношения между мужчиной и женщиной строятся на принципах равенства и взаимного уважения.

Следующей составляющей этикетного пространства современной организации является **корпоративный этикет** как регулятор внутригрупповых и межгрупповых отношений, то есть речь идет об отношениях внутри организации, а также об отношениях организации со своими клиентами, партнерами, спонсорами, конкурентами в условиях повседневных практик.

И наконец, **деловой этикет** – это сравнительно новый вид социальной регуляции в условиях деловой среды, получивший массовое распространение в связи с развитием рыночных отношений и про-

цессами глобализации. Сегодня представительская деятельность любой организации основывается на правилах международной вежливости. Выдвижение дипломатического этикета и протокола на первый план объясняется тем, что именно нормы официального общения, построенные на принципах равенства, взаимного уважения и учета взаимных интересов, обеспечивают партнерские отношения, составляющие отличительную особенность и специфику делового этикета. Однако деловой этикет не исчерпывается знаниями основ официального протокола. Деловой этикет на уровне этикетной нормы включает в себя, помимо официального протокола и этикета, нормы светского, служебного и корпоративного этикета, а также этноэтикета, если речь идет о кросскультурном сотрудничестве. Поэтому деловой этикет – это современное сложное системное знание, инструмент партнерского общения на представительском уровне.

Таковы в целом некоторые **общие** особенности составляющих этикетного пространства современной организации. Этикет всегда ситуативен, границы видов условны, переходящи, при этом главным в этикете остается установка на другого (других) как ценность, как уважение к другому (другим). Однако такая установка на другого в условиях организации реализуется в зависимости от вида ее деятельности, отсюда специфические особенности этикетного пространства организации его составляющих. Проиллюстрируем эту специфику на примере современной библиотеки.

Специфические особенности этикетного пространства современной библиотеки

Реализация норм служебного этикета в библиотечной сфере мало чем отличается от реализации этих норм в организациях, связанных с другими сферами деятельности. Отношения по вертикали «руководитель – подчиненный» всегда строго субординированы, а отношения по горизонтали – с коллегами и сослуживцами – зависят не только от личности руководителя, но и во многом определяются умением сотрудников уважительно относиться друг к другу, считаться с окружающими. Говоря о специфике, следует подчеркнуть, что она касается непосредственно отношений в коллективе. В частности, место работы, образовательный ценз, а также профессиональные и общие требования, предъявляемые к сотрудникам библиотеки, определяют как минимум высокий культурный уровень этих отношений.

В свою очередь, деловой этикет, так же как и служебный, реализует специфику этикетного пространства библиотеки в относительно небольшом объеме, поскольку является инструментом парт-

нерского общения на представительском уровне. Нормы делового этикета носят универсальный характер и распространяются на все организации, независимо от вида их деятельности. Это значит, что специфика выражается в основном в том, как выполняются означенные нормы непосредственно в данной сфере. Поэтому наиболее полно специфика этикетного пространства библиотеки находит свое воплощение в нормах корпоративного этикета.

Корпоративный этикет и его коммуникативные характеристики целенаправленно формируют атмосферу особого доверия как внутри библиотеки, так и за ее пределами. Заслуга здесь во многом принадлежит прежде всего специфике этикетной нормы. Этикетная норма, в отличие от ритуальной, всегда очень демократична, она имеет своеобразную вилку и функционирует в диапазоне от нейтрального (в плане замечено) до подчеркнуто-уважительного отношения к другому (другим). Однако в социально-регламентированных условиях креативный характер этикетной нормы имеет ряд ограничений: в нормах служебного этикета, как уже отмечалось, эти ограничения связаны с вопросами субординации, нормы делового этикета очень официальные. Интегрированность протокола в деловой этикет сужает рамки возможностей этикетных норм, многие из них оказываются строго фиксированными, например, нормы знакомства и представления, правила рассадки, культура поведения на официальных и деловых приемах, этикетные нормы вручения и получения подарков, требования дресс-кодов и др. Эти нормы нельзя нарушить, они носят знаковый характер и реализуют на практике принципы равенства и взаимного уважения в деловой среде. В настоящих условиях соблюдение или несоблюдение этих правил может оказаться решающим фактором для сотрудничества не только на международном уровне, но и на «внутренних линиях» страны. Нормы же корпоративного этикета отличаются сравнительно большей степенью свободы, отсюда их творческая активность. Однако все новации корпоративного этикета должны опираться на историю, традиции, условности, особенности менталитета, гарантировать уважение чести и достоинства личности каждого сотрудника библиотеки.

Этикетная норма всегда ценностно обусловлена, поэтому этикет – это не только универсальный регулятор взаимоотношений, которые складываются между людьми, этикет – это еще и особая охранная система морально-психического здоровья как отдельной личности, так и социума в целом. Это значит, что в рамках культуры организации (а в современных условиях речь идет именно о корпоративной культуре) служебный этикет регулирует не только социально-ролевые отношения, но и функционирует как особая охранная система

прав и обязанностей личности на рабочем месте. Одной из основных задач корпоративного этикета в этом плане является реализация потребности каждого сотрудника в самоуважении через признание в коллективе, группе. Отсюда – высокая степень креативности в виде нормо- и формотворчества: как, каким образом, в какой новой форме выразить уважительное отношение к личности каждого сотрудника библиотеки, показать его значимость для организации

С другой стороны, креативность, управленческие и мотивационные возможности корпоративного этикета проецируются и на другую его функцию – установку на читателя. Библиотекарям хорошо известны основные принципы этикета: вежливость, тактичность, деликатность, точность, обязательность, пунктуальность. На практике эти принципы реализуются через эмоциональный уровень профессии: уравновешенность, уступчивость, доброжелательность. Библиотекарю также необходимо уметь четко и ясно излагать свои мысли, уметь выслушать, проявить внимание, лояльность, а в случае необходимости уметь урегулировать возможные конфликтные ситуации. Все это – важные слагаемые культуры библиотечного обслуживания.

Сегодня к традиционным профессиональным, этическим и этикетным требованиям, предъявляемым к сотрудникам библиотеки, добавляются новые, связанные с теми задачами, которые ставит перед библиотекой современное информационное общество. Например, составление электронных каталогов, перевод базы первоисточников на электронные носители, создание виртуальных библиотек и т. п. требует расширения сферы профессиональных знаний, а также связанных с этими новациями этических и этикетных норм, в частности, норм этикета и компьютерной этики. Работа в этом направлении должна вестись как напрямую, так и опосредованно, через работу всего коллектива и ответственность каждого на своем рабочем месте.

Поиск новых форм работы с клиентами, современный уровень обслуживания и умение налаживать эмоциональные связи – важная примета времени. Субъектом формотворчества как внутренних отношений, так и отношений, направленных вовне, может выступать сам коллектив, отдельная группа или отдельная личность, наделенная необходимыми полномочиями. Инициатива может идти сверху, снизу, извне, то есть от самих читателей, может быть встречной, но в целом очень многое зависит от личности руководителя. При этом главным как для руководства, так и для сотрудников библиотеки является само понимание того, что нормативно-этическая составляющая поведения – не роскошь, а обязательное условие эффективной деятельности любой организации в современных условиях. Так, введение в ряде библиотек корпо-

ративного дресс-кода оказало очень позитивное влияние как на сотрудников библиотеки, так и на ее посетителей. Корпоративный дресс-код является одним из важных факторов, позиционирующих коллективное «мы», одним из инструментов формирования корпоративного патриотизма. С другой стороны, это важный инструмент регуляции отношений «библиотека – читатель», в частности, это не просто информация о том, к кому можно обратиться за теми или иными сведениями, это дистанция, барьер, преодоление которых требует определенной поведенческой и речевой культуры.

Культура поведения в общественных местах стала большой проблемой нашего времени, особенно для молодежи. Каждая библиотека решает ее по-своему, но этими решениями обусловлен важный вклад в дело воспитания современной молодежи, приобщения ее к традициям и общекультурным ценностям. Возьмем, к примеру, тему тишины в библиотеке. Тишина в библиотеке – особая охранная зона, к которой всегда очень бережно относились как сотрудники библиотеки, так и ее посетители. Сегодня эту тишину нарушают звонки и щелканье видеокамер мобильных телефонов. Ни запрещающие таблички при входе в читальные залы, ни замечания не могут изменить ситуацию, нужны другие подходы. В этом плане очень любопытной оказалась акция, которая была проведена в г. Новосибирске в рамках проекта «Мобильный этикет в библиотеках»: в читальных залах на столах библиотек поставили закладки для книг с призывами для читателей – перевести мобильный телефон в беззвучный режим, а в абонементе эти закладки выдавал библиотекарь. Позднее проведенный опрос показал, что большинство респондентов придерживается мнения, что мобильное общение не должно мешать окружающим. В то же время оказалось, что только чуть более половины опрошенных выключают мобильный телефон при посещении библиотек, театров, выставок, кино и концертов. Однако в целом акция оказала положительное влияние на поведенческую культуру читателей³.

Таким образом, по сравнению со служебным и деловым этикетом, главным выразителем специфики деятельности библиотеки является корпоративный этикет. В то же время регламентированность служебного этикета, инновационный характер, управленческие, мотивационные и позиционирующие возможности корпоративного этикета, официальность и приверженность условиям

³ Данную акцию проводила группа компаний «ВимпелКом», которая разработала свод рекомендаций по мобильному этикету в помощь абонентам, чтобы сделать общение по телефону более комфортным и в некоторых случаях обеспечить общую безопасность: см. интернет-сайт компании www.vimpelcom.com.

делового этикета составляют единое этикетное пространство современной библиотеки как института культуры и образования. В целом же выделение общих и специфических особенностей этикетного пространства современной библиотеки является важным методологическим основанием для формирования имиджевых характеристик каждой отдельно взятой библиотеки. Диалектика общего и особенного позволяет позиционировать каждую конкретную библиотеку как уникальную в своей среде.

Список литературы

1. *Гоулман Д.* Эмоциональный интеллект на работе. – М. : АСТ ; Владимир, ВКТ. – 2010. – 478 с.

2. *Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке. – М. : Вильямс, 2000. – 276 с.
3. *Мамина Р. И.* Этикетное пространства корпоративной культуры // Материалы VII Всероссийской научной конференции «Информация – Коммуникация – Общество (ИКО-10)». – СПб., 2010. – С. 101–104.
4. *Мамина Р. И.* Корпоративная культура как новая форма коммуникативного взаимодействия // Изв. С.-Петербург. гос. электротехн. ун-та «ЛЭТИ». – 2006. – № 2. – С. 42–47.
5. *Коэн А. Р., Брэдфорд Д. Л.* Искусство управлять людьми. – М. : АСТ, 2009. – 352 с.
6. *Елисеева Е. Ю., Копанева Г. В.* Психологические особенности работы с читателями. Этика библиотекаря : консультация. – Аксай, 2009. – 8 с.
7. *Ванеев А. Н.* Конфликты в библиотеке: предупреждение и разрешение. – СПб. : Профессия, 2001. – 120 с.

Материал поступил в редакцию 28.10.2011 г.

Сведения об авторах: *Мамина Раиса Ильинична – доктор философских наук, профессор кафедры философии, тел.: (812) 346-47-83, e-mail: MatinaRaisa@yandex.ru,*

Пирайнен Евгения Викторовна – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, тел.: (812) 346-47-83, e-mail: evpirainen@gmail.com