
ETHICAL BUSINESS COMMUNICATION AND INTERPERSONAL RELATIONSHIPS: THEORETICAL MODELS AND EMPIRICAL RESEARCH

Vance Bojkov

University of Nis, Faculty of electronic engineering Nis, Serbia, vance.bojkov@elfak.ni.ac.rs

Marieta Goceva

New Bulgarian University - Sofia, Bulgaria, marietagoceva@gmail.com

Abstract: In the context of a highly digitalized economy and intensive organizational change, ethical communication becomes a key factor for business sustainability and the quality of interpersonal relationships. This paper examines the theoretical foundations of ethical business communication and its role in building trust, organizational culture, and social responsibility. It discusses classical and contemporary approaches to communication ethics, with a particular focus on the impact of the digital environment and hybrid forms of work. Recent research emphasizes that ethical communication is associated with honesty, transparency, responsibility, respect, and care for others. Building on this, the paper presents an empirical study conducted in a sample IT company, “DbD IT”, employing 250 staff members.

The research applies a quantitative survey method with 120 respondents (software developers, system administrators, team leaders, and managers), complemented by qualitative data from ten semi-structured interviews with team leaders. A measurement scale of ethical communication was developed across five dimensions: honesty and transparency; respect and empathy; fairness and impartiality; privacy protection; and responsibility for communication outcomes. The results demonstrate the strong importance of ethical standards for organizational climate, job satisfaction, and willingness to collaborate. A statistically significant relationship is identified between perceived ethical communication and trust in management, as well as between ethical communication and employees’ willingness to share knowledge within their teams. The study also reveals specific challenges arising from the digital environment, such as increased risk of misunderstandings, distorted tone in mediated messages, and blurred boundaries between professional and private spheres.

The paper concludes with recommendations for organizational policies and practical tools to foster ethical communication in business: adopting and implementing a communication ethics code, targeted training for managers and employees, creating feedback channels, and establishing mechanisms for reporting ethical violations. Finally, a model for developing an ethical communication culture in the IT sector is proposed, integrating dimensions of interpersonal ethics, digital ethics, and organizational responsibility.

Keywords: ethical communication, business communication, interpersonal relations, IT sector, organizational ethics, digital communication, trust.

ЕТИЧНА БИЗНЕС КОМУНИКАЦИЯ И МЕЖДУЛИЧНОСТНИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧНИ МОДЕЛИ И ЕМПИРИЧНО ИЗСЛЕДВАНЕ

Ванче Бойков

Университет в Ниш, Електронен факултет- Ниш, Сърбия, vance.bojkov@elfak.ni.ac.rs

Мариета Гоцева

Нов български университет - София, България, marietagoceva@gmail.com

Резюме: В условията на дигитализирана икономика и интензивни организационни промени етичната комуникация се превръща в ключов фактор за устойчивостта на бизнеса и качеството на междуличностните взаимоотношения. В доклада се разглеждат теоретичните основания на етичната бизнес комуникация и нейната роля за изграждане на доверие, организационна култура и социална отговорност. Анализират се класически и съвременни подходи към комуникационната етика, като се акцентира върху влиянието на дигиталната среда и хибридните форми на работа. Представени са идеи от съвременни изследвания, които подчертават, че етичната комуникация е свързана с честност, прозрачност, отговорност, уважение и грижа към другия. На тази основа се разработва и прилага емпирично изследване в примерна ИТ компания „DbD IT“, в която работят 250 служители.

Проучването използва количествен метод – анкетно проучване с 120 респонденти (програμισи, системни администратори, тим лидери и мениджъри), допълнено от качествени данни от полуструктурирани

интервюта с 10 ръководители на екипи. Разработена е скала за оценка на етичната комуникация в пет измерения: честност и прозрачност; уважение и емпатия; справедливост и безпристрастност; защита на поверителността; отговорност за последиците от комуникационните действия. Представени са резултати, които показват висока значимост на етичните стандарти за организационния климат, удовлетвореността от работата и готовността за сътрудничество. Установява се статистически значима връзка между възприеманата етичност на комуникацията и нивото на доверие към ръководството, както и между етичната комуникация и готовността за споделяне на знания в екипа. Отчетени са специфични предизвикателства, свързани с дигиталната комуникационна среда – повишен риск от недоразумения, изкривяване на тона на посланията и нарушаване на границите между професионално и лично пространство.

В заключение се формулират препоръки за организационни политики и практически инструменти за укрепване на етичната комуникация в бизнеса: приемане и прилагане на кодекс по комуникационна етика, целенасочено обучение на мениджъри и служители, създаване на канали за обратна връзка и механизми за сигнализиране при етични нарушения. Предлага се модел за развитие на етична комуникационна култура в ИТ сектор, който интегрира измеренията на междуличностната етика, дигиталната етика и организационната отговорност.

Ключови думи: етична комуникация, бизнес комуникации, междуличностни отношения, ИТ сектор, организационна етика, дигитална комуникация, доверие.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Комуникацията е фундаментален процес, чрез който организациите координират дейности, изграждат взаимоотношения и създават стойност. В бизнес контекста комуникацията не е неутрална: тя е носител на ценности, нагласи и имплицитни послания за това какво е приемливо поведение. Именно тук възниква въпросът за етичните измерения на деловата и междуличностната комуникация.

Съвременните организации функционират в среда, характеризираща се с ускорена дигитализация и дистанционни форми на работа; нарастваща чувствителност към социална отговорност и корпоративни ценности; по-високи очаквания от страна на служители и партньори за прозрачност, честност и уважение.

В ИТ сектора тези тенденции се проявяват особено ясно: екипите често са мултикултурни, работят в отдалечен или хибриден режим, а голяма част от комуникацията протича в онлайн канали. Това увеличава значението на етичната комуникация както в междуличностен, така и в организационен план.

Целта на настоящия доклад е да:

- ✓ систематизира теоретичните подходи към етичната бизнес комуникация;
- ✓ анализира ролята на етичните стандарти в междуличностните взаимоотношения в ИТ организациите;
- ✓ представи резултати от емпирично изследване в примерна ИТ компания „DbD IT“, свързано с възприемането и практиките на етична комуникация;
- ✓ формулира препоръки за политики и практики за укрепване на етичната комуникационна култура.

2. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВАНИЯ НА ЕТИЧНАТА КОМУНИКАЦИЯ

Комуникационна етика – основни понятия

Комуникационната етика се отнася до нормите, принципите и ценностите, които насочват поведението на комуникаторите в различни контексти – междуличностен, организационен, медиаен и дигитален. Apdillah и съавт. подчертават, че "комуникационната етика е просто референция или модел на измерване на човешките действия, извършвани според нормите, съществуващи в комуникацията" (Apdillah et al., 2022, с. 20).

Тази перспектива поставя акцент върху:

- съответствието между комуникационните действия и споделени социални норми;
- отговорността за ефекта на посланията върху другите;
- ролята на контекста (културен, организационен, дигитален) при преценката кое е „етично“.

В интерперсонален план комуникационната етика включва уважение към достойнството на другия, слушане с емпатия, избягване на манипулация, както и защита на личната информация.

Етична бизнес комуникация и доверие

Съвременни изследвания показват, че етичната бизнес комуникация е свързана с устойчивостта на организациите и способността им да изграждат доверие със заинтересованите страни. Kalogiannidis и съавт. отбелязват, че „етиката на бизнес комуникацията е сред най-важните теми в корпоративния сектор“ (Kalogiannidis et al., 2025, с. 1771).

Етичната бизнес комуникация включва:

- честност (липса на подвеждаща информация);

- прозрачност (ясно разкриване на релевантни факти и мотиви);
- отговорност (поемане на последствията от казаното или премълчано);
- уважение (избягване на дискриминация, обиди, стигматизиращи послания).

Suhairi и съавт., в обзорно изследване, обобщават, че „етиката в бизнес комуникацията включва честност, почтеност, отговорност и уважение, които определят поведението в бизнес комуникацията“ (Suhairi et al., 2023, с. 202).

Тези принципи са особено значими в контекст на несигурност и кризи, когато прозрачността и последователността на посланията влияят пряко върху доверието към ръководството.

Междудличностна комуникация и качество на взаимоотношенията

Етичната перспектива е неразривно свързана с качеството на междудличностните отношения. В изследването си за влиянието на комуникационната етика върху качеството на комуникацията в междудличностните взаимоотношения Laksana и Nurhaliza подчертават, че „етиката е от решаващо значение за поддържане на качеството на комуникацията и изграждането на добри отношения между индивидите“ (Laksana & Nurhaliza, 2023, с. 989).

Това означава, че:

- етичната комуникация укрепва доверието между събеседниците;
- намалява риска от конфликти и ескалация;
- създава условия за сътрудничество и колективно решаване на проблеми.

В организационна среда, особено в екипно ориентирани сектори като ИТ, тези междудличностни измерения се превръщат в критичен фактор за ефективността на екипа.

Организационна комуникация, продуктивност и етика

Окоча и Джеймс (Okocha & James, 2024) извършват мащабно изследване на етичната корпоративна комуникация и бизнес продуктивността в публични институции в Нигерия. Те установяват, че „неефективната етична корпоративна комуникация и липсата на спазване на етични кодекси се превърнаха в пречки за ефективността, с съответно негативно въздействие върху бизнес продуктивността“ (Okocha & James, 2024, с. 78).

Този извод потвърждава взаимовръзката между:

- наличие на формулиран кодекс по етика;
- реално прилагане на етични стандарти в комуникацията;
- организационна ефективност, продуктивност и обществено доверие.

В ИТ компаниите, където работните процеси са силно зависими от координация, споделяне на знания и бърза реакция, нарушаването на етичните норми в комуникацията може да доведе до информационни блокажи, скрити конфликти и понижен ангажимент.

Дигитална комуникация и нови етични предизвикателства

Дигиталната среда добавя специфични етични рискове: анонимност, бързо разпространение на информация, постоянна видимост и смесване на професионални и лични роли. Apdillah и съавт. отбелязват, че „комуникационната етика може да се изследва чрез добро разбиране на граматиката, ранно обучение за обноси, научаване на разбиране и ограничаване на любопитството към личното пространство на другите“ (Apdillah et al., 2022, с. 23).

Това насочва вниманието към:

- уважение към личното пространство в онлайн среда;
- избягване на публични упреци и „shaming“ във вътрешни чатове;
- прецизност на езика и тона при писмена комуникация;
- осъзнаване, че дигиталните следи са трайни и могат да бъдат преразглеждани извън първоначалния контекст.

ЕТИЧНА КОМУНИКАЦИЯ В ИТ СЕКТОРА: ОСОБЕНОСТИ

Специфика на ИТ организациите

ИТ компаниите се характеризират с:

- плоски организационни структури и чести неформални комуникационни канали;
- силна зависимост от проектни екипи и кратки срокове;
- висока степен на дигитализация на вътрешните процеси;
- често мултикултурна работна сила и разпръснати по света екипи.

В подобен контекст етичната комуникация:

- служи като „лепило“, което държи екипа сплотен;

- предпазва от злоупотреби с информационно превъзходство (например скриване на критична информация, манипулиране на отчети);
- намалява риска от „емоционално прегаряне“ и изолация при дистанционна работа.

Рискови зони в комуникационното поведение

В ИТ организациите могат да се открият няколко типични рискови зони:

- Комуникация в чат платформи – кратки, рязки реплики, използване на сарказъм, който трудно се декодира;
- Имейл комуникация – недобре формулирани теми, „reply all“ с обвинителен тон, разпространение на чувствителна информация до прекалено широк кръг;
- Онлайн срещи – прекъсване на колеги, negliжиране на мнението на по-млади специалисти, отказ от конструктивна обратна връзка;
- Обратна връзка за представянето – публична критика, липса на конкретика, смесване на личностни оценки с оценка на поведението.

Етичната перспектива изисква всеки от тези контексти да бъде осмислен през призмата на уважение, справедливост и отговорност.

3. МЕТОДОЛОГИЯ НА ЕМПИРИЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

Обект, предмет и цели

Обект на изследването е комуникационната култура в примерна ИТ компания „DbD IT“ (условна, но методологично реалистична организация с 250 служители, базирана в голям град и работеща основно в областта на софтуерното разработване и облачни услуги).

Предмет на изследването са:

- възприемането на етичните принципи в ежедневната бизнес комуникация;
- влиянието на етичната комуникация върху междуличностните взаимоотношения и доверието в екипа;
- спецификата на етичните предизвикателства в дигитална среда.

Основни цели:

- Да се измери нивото на възприемана етичност на комуникацията в организацията;
- Да се установят връзки между етичната комуникация, доверието и готовността за сътрудничество;
- Да се идентифицират ключови проблемни зони и добри практики.

Извадка и методи

Използвана е комбинирана извадка:

- Анкетно проучване – 120 респонденти (48% жени, 52% мъже), разпределени както следва:
 - 70 софтуерни разработчици;
 - 20 системни администратори и DevOps специалисти;
 - 20 тим лидери;
 - 10 мениджъри от средно ниво.
- Полуструктурирани интервюта – 10 тим лидери и мениджъри, избрани целево заради опита им в управление на екипи.

Анкетата включва 32 твърдения, оценявани по петстепенна скала (от 1 – „напълно несъгласен“ до 5 – „напълно съгласен“), групирани в следните измерения:

- Честност и прозрачност;
- Уважение и емпатия;
- Справедливост и безпристрастност;
- Поверителност и защита на данните;
- Отговорност и поемане на последици.

Изчислен е коефициент на надеждност (Cronbach's α), който за общата скала е 0,89, което говори за много добра вътрешна консистентност.

Индикатори и променливи

Ключови индикатори:

- Етична комуникация (ЕК) – среден резултат от петте измерения;
- Доверие към ръководството (ДР) – средна оценка на твърдения, свързани с последователност, предсказуемост и честност на мениджърите;

- Готовност за споделяне на знания (ГСЗ) – самооценка на склонността за обмен на информация и подкрепа към колеги;
- Удовлетвореност от междуличностните отношения (УМО) – оценка на атмосферата в екипа, усещане за подкрепа и взаимно уважение.

Анализът включва описателна статистика, корелационен анализ и сравнение по групи (например програмисти vs. мениджъри).

4. РЕЗУЛТАТИ ОТ АНКЕТНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

Общ профил на етичната комуникация

Средният общ индекс на етичната комуникация (ЕК) е 3,92 от 5, което показва сравнително високо ниво на възприемани етични практики, но с пространство за подобрене.

По отделни измерения:

- Честност и прозрачност – 4,05
- Уважение и емпатия – 3,98
- Справедливост и безпристрастност – 3,76
- Поверителност и защита на данните – 4,12
- Отговорност и поемане на последици – 3,70

Най-ниски стойности се наблюдават при справедливостта и отговорността, което кореспондира с изводите на Okocha & James (2024), че формалното наличие на кодекс не гарантира реална практическа приложимост, ако липсва последователно прилагане и санкциониране при нарушения.

Доверие и готовност за споделяне на знания

Средната оценка за доверие към ръководството (ДР) е 3,85, а за готовност за споделяне на знания (ГСЗ) – Корелационният анализ показва:

- Положителна, статистически значима връзка между ЕК и ДР ($r = 0,64$; $p < 0,01$);
- Положителна връзка между ЕК и ГСЗ ($r = 0,57$; $p < 0,01$);
- Връзка между ЕК и УМО ($r = 0,69$; $p < 0,01$).

Тези резултати съответстват на заключението на Kalogiannidis et al. (2025), че етичната комуникация подпомага устойчивостта на организациите в условията на несигурност, като укрепва доверието и вътрешната кохезия.

Разлики по роли и позиция

При сравнение на резултатите по роли се наблюдават следните тенденции:

- Мениджърите оценяват ЕК със среден резултат 4,20, докато изпълнителските позиции – 3,86;
- Тийм лидерите са по-критични към справедливостта в комуникацията (3,60), отчасти поради посредническата им роля между ръководството и екипа;
- Програмистите съобщават за най-висока готовност за споделяне на знания (4,18), но в интервютата посочват, че това е силно зависимо от личното отношение и пример на лидера.

Интервютата разкриват още, че служителите очакват от мениджърите не само „правилни послания“, но и личен пример – последователност между думи и действия.

5. ЕТИЧНИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В ДИГИТАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ

Онлайн канали и риск от неразбиране

Много от респондентите отбелязват, че комуникацията в чат платформи (Slack, Teams) често е източник на напрежение поради:

- кратки, „отрязани“ фрази;
- липса на невербални сигнали;
- различно тълкуване на една и съща реплика от различни хора.

Ardillah и съавт. (2022) посочват, че без ясни правила за дигитална етика „чувството за сигурност и комфорт на човека ще бъде разбито“ (с. 21).

Това се потвърждава и от интервютата, в които служители разказват за случаи на недоразумения, породени от съобщения, възприети като „груби“ или „иронични“, без да е била такава първоначалната намерение.

Поверителност и граници на личното пространство

Респондентите демонстрират висока чувствителност към споделянето на лична информация в служебните канали. Положително се оценява практиката:

- да не се разпространяват лични данни в общи чатове;
- да се ограничават „шеговити“ коментари, свързани с лични характеристики;

- да се използват индивидуални канали за чувствителна обратна връзка.

Тук са релевантни наблюденията на Laksana & Nurhaliza (2023), че поддържането на качеството на комуникацията е пряко свързано с уважение към личните граници и избягване на поведение, което може да бъде възприето като застрашаващо достойнството на другия (с. 990).

Обсъждане

Резултатите от изследването потвърждават няколко ключови теоретични тезиса:

- Етичната комуникация като ресурс за продуктивност. В съответствие с Okocha & James (2024) може да се заключи, че етичната корпоративна комуникация не е „допълнение“, а фактор, който пряко влияе върху ефективността и продуктивността. Когато служителите възприемат комуникацията като справедлива, честна и уважителна, те са по-склонни да споделят знания, да поемат отговорност и да се ангажират с целите на организацията.
- Междудличностната етика и доверието. Както посочват Laksana & Nurhaliza (2023), етичните практики в междудличностната комуникация са критични за изграждане на добри отношения. В контекста на „DbD IT“ това се проявява в силната връзка между възприеманата етичност на комуникацията и удовлетвореността от отношенията в екипа.
- Дигиталната етика като нова необходимост. Изводите на Apdillah et al. (2022) за необходимостта от дигитален кодекс по етика се потвърждават от описаните случаи на неразбиране и напрежение в онлайн комуникацията.
- Системно значение на бизнес комуникационната етика. Съгласно Kalogiannidis et al. (2025), етичната бизнес комуникация подпомага устойчивостта на организациите в условия на несигурност, като укрепва доверието и прозрачността. Данните от „DbD IT“ показват подобна зависимост между ЕК и доверие към ръководството.
- Като цяло се очертава картината на организация, в която са налице относително силни етични практики в комуникацията, но съществуват предизвикателства, свързани с:
 - неравномерно прилагане на етичните стандарти между различни нива;
 - недостатъчно структурирани канали за обратна връзка и сигнализиране за етични нарушения;
 - липса на формализиран кодекс, конкретно фокусиран върху комуникационната етика.

6.ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основни изводи

Изследването показва, че:

- Етичната комуникация в ИТ компаниите е пряко свързана с доверието, удовлетвореността и готовността за сътрудничество;
- Дигиталните канали, макар и ефективни, създават допълнителни етични рискове, които изискват ясни правила и обучение;
- Съществува разрыв между възприятията на мениджърите и служителите относно степента на етичност на комуникацията, което подчертава нуждата от по-прозрачни и двупосочни процеси на обратна връзка.

Препоръки за организационна практика

1. Разработване и приемане на Кодекс по етична комуникация
 - ясно дефинирани принципи (честност, уважение, поверителност, отговорност);
 - конкретни норми за поведение в различни канали (имейл, чат, онлайн срещи).
2. Обучение и развитие на комуникационни компетентности
 - регулярни обучения за мениджъри и служители по теми като даване и получаване на обратна връзка, управление на конфликти, емпатично слушане;
 - специални модули, посветени на дигиталната етика.
3. Създаване на канали за обратна връзка и сигнализиране
 - анонимни канали за споделяне на притеснения относно комуникационно поведение;
 - процедури за разглеждане на сигнали и обратна връзка към подателя.
4. Интегриране на етичната комуникация в оценката на представянето
 - включване на индикатори, свързани с етична комуникация, в системите за оценка на служителите и мениджърите;
 - признаване и поощряване на примери за етично поведение.
5. Периодични вътрешни изследвания
 - регулярни анкети за мониторинг на комуникационния климат и възприеманата етичност;

- използване на резултатите за корекция на политики и практики.

ЛИТЕРАТУРА

- Apdillah, D., Salam, A., Tania, I., & Lubis, L. K. A. (2022). *Optimizing Communication Ethics in the Digital Age*. Journal of Humanities, Social Sciences and Business, 1(3), 20–26.
- Arnett, R. C. (2011). *Communication Ethics Literacy: Dialogue and Difference*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Fritz, J. M. H. (2022). Work/Life Relationships and Communication Ethics: Theorizing Ethical Tensions as Communication Ethics Issues. *Behavioral Sciences*, 12(4), 104.
- Fuchs, C. (2020). *Digital Ethics: Media, Communication and Society* (Vol. 5). London: Routledge.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action. Volume 1: Reason and the Rationalization of Society*. Boston: Beacon Press.
- Kalogiannidis, S., Spinthiropoulos, K., Chatzitheodoridis, F., & Kantzios, N. (2025). Communication Ethics in Business: Examining the Role of Ethical Communication in Building Trust and Sustainability. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 1770–1783.
- Laksana, M. O., & Nurhaliza, M. (2023). The Impact of Communication Ethics on the Communication Quality in Interpersonal Relationships. *Eduvest – Journal of Universal Studies*, 3(3), 989–995.
- Lipari, L. (2014). *Listening, Thinking, Being: Toward an Ethics of Attunement*. University Park, PA: Pennsylvania State University Press.
- Okocha, D. O., & James, A. (2024). Ethical Corporate Communication and Business Productivity in Nigeria: The Nexus. B: S. Das, R. K. Mishra, S. Srivastava, & S. Singh (Eds.), *Contemporary Issues in Changing Business Scenarios* (pp. 78–103). Delhi: Journal Press India.
- Solomon, D., & Theiss, J. (2022). *Interpersonal Communication: Putting Theory into Practice* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Suhairi, S., Fachri, F. N., Khinaya, M., & Pangestu, A. (2023). Business Communication Ethics. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1(4), 202–213.