

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ

Кафедра философии, истории и иностранных языков

Т.Г. Дорофеева

**Этика профессионального делового общения
и основы педагогики**

Учебное пособие

Пенза 2019

УДК 17+37.01 (075)
ББК 87.7 (Я7)
Д 69

Печатается по решению научно-технического совета инженерного факультета от 21.10. 2019 г., протокол № 2

Рецензент

кандидат исторических наук, доцент кафедры «Управление, экономика и право» ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ Н.Н. Сологуб

Дорофеева Татьяна Геннадьевна

Д 69 Этика профессионального делового общения и основы педагогики: учебное пособие / Т.Г. Дорофеева. – Пенза: РИО ПГАУ, 2019. – 240 с.

Учебное пособие «Этика профессионального делового общения и основы педагогики» предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов и 35.04.06 Агроинженерия по дисциплине «Этика профессионального делового общения и основы педагогики».

В учебном пособии раскрыты вопросы, связанные с этикой делового общения и основами педагогики.

© ФГБОУ ВО
Пензенский ГАУ, 2019
© Т.Г. Дорофеева, 2019

Оглавление

Введение.....	4
Тема 1. Этика делового общения.....	6
Тема 2. Этикет делового общения.....	41
Тема 3. Конфликты в деловом общении и пути их разрешения	65
Тема 4. Речевой этикет в деловом общении.....	97
Тема 5. Национальные особенности делового общения.....	121
Тема 6. Основы педагогики.....	163
Тема 7. Педагогическая этика.....	196
Ответы к тестам.....	225
Темы рефератов и докладов.....	226
Словарь основных понятий и терминов.....	228
Литература.....	237

Введение

Учебное пособие «Этика профессионального делового общения и основы педагогики» призвано оказать помощь в изучении курса, который дает не только некоторую сумму знаний в области морали, но и способствует формированию осознанного выбора тех или иных норм поведения в различных жизненных ситуациях.

Учебное пособие состоит из введения, семи тем, словаря основных понятий и терминов, литературы.

В первой теме «Этика делового общения» раскрываются понятия «профессиональная этика», «этика делового общения», категории профессиональной этики и ее функции. Излагаются общие принципы построения межличностного общения. Описываются социально-психологическая структура делового общения и формы делового общения. Дается содержание этических проблем деловых отношений, возникающих на макроуровне и микроуровне общественной структуры.

Во второй теме «Этикет делового общения» описываются требования, предъявляемые к мужскому и женскому деловому костюму, показаны этикета переговоров и деловой встречи: их классификации, цели и функции, методы и модель проведения. Освещены особенности этикета пользования электронной почтой, телефоном, в том числе и сотового.

В третьей теме «Конфликты в деловом общении и пути их разрешения» характеризуются: понятие конфликта, его причины и виды. Изложена теория К. Томаса о пяти способах поведения в конфликтной ситуации. Описываются виды спора и психологические правила его проведения. Корректные и некорректные приемы спора.

В четвертой теме «Речевой этикет в деловом общении» раскрываются основные требования к деловой речи, показаны ошибки, часто встречающиеся в деловых разговорах. Описан риторический инструментарий, который необходимо использовать в деловой сфере: коммуникационные эффекты, лексические средства выразительности речи, синтаксические средства выразительности речи, а также общие советы по ораторскому искусству.

В пятой теме «Национальные особенности делового общения» изложены: история российской деловой этики, общие прин-

ципы международного этикета, а также особенности национального делового этикета западных стран (Германии, Франции, Англии, Италии, Испании, Швеции, Швейцарии, США, Канады, Австралии) и национального делового этикета восточных стран (Китая, Японии, Южной Кореи, Индии, стран Ближнего Востока).

В шестой теме «Основы педагогики» характеризуются: предмет, задачи, функции педагогической науки, педагогические принципы и методы, категориальный аппарат педагогики, Государственный образовательный стандарт.

В седьмой теме «Педагогическая этика» рассматриваются категории педагогической этики, ее основные функции, особенности вузовской педагогики, этические нормы педагога и студента.

Каждая тема включает основные понятия и термины, учебный материал, вопросы для самопроверки, тесты.

Работа с тестами, вопросами для самопроверки:

- стимулирует познавательную и творческую активность студентов;
- обеспечивает прочность усвоения материала курса;
- является проверкой усвоения материала курса.

Словарь понятий и терминов помогает сделать материал более понятным и вместе с тем обогащает лексический запас студентов.

Рекомендуемая литература необходима для подготовки докладов и рефератов и более углубленного изучения вопросов деловой этики и основ педагогики.

При написании учебного пособия автор исходила из требований Государственного образовательного стандарта, опиралась на отечественные и зарубежные издания, посвященные проблемам деловой этики и основам педагогики.

Тема 1 Этика делового общения

1. Профессиональная этика.
2. Этика делового общения
3. Этические проблемы деловых отношений

Основные понятия и термины

Государство, деловое общение, кодекс, коллега, организации, подчиненный, профессиональная ответственность, профессиональная справедливость, профессиональная честь, профессиональная этика, профессиональное достоинство, профессиональный долг, руководитель, функции профессиональной этики, этические проблемы.

1 Профессиональная этика

Профессиональная этика – совокупность норм и правил, регулирующих поведение специалиста на основе общечеловеческих моральных ценностей, с учетом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации.

Профессиональная этика регулирует:

- отношение человека к своим профессиональным обязанностям, долгу;
- взаимоотношения людей в трудовой деятельности.

Трудовая деятельность является основной сферой общественной жизни. От нравственных целей и содержания трудовой деятельности зависит благополучие общества и человека.

Профессиональная этика изучает:

- качества личности специалиста, необходимые для выполнения профессионального долга;
- нравственные взаимоотношения специалистов и объектов их деятельности (врач и больной, педагог и ученик и др.);
- взаимоотношения специалиста (коллектива) с обществом;
- взаимоотношения людей внутри трудового коллектива и нормы, которые их регулируют;
- цели и методы профессионального обучения и воспитания.

Профессиональная этика возникает с общественным разделением труда, положившим начало профессиональному обособле-

нию социальных групп. С образованием социальных групп возникает потребность в регулировании отношений людей внутри данных групп. Возникнув, профессиональная мораль становится силой, обеспечивающей и направляющей поведение представителя той или иной профессии.

Профессиональные виды этики – это те специфические особенности профессиональной деятельности, которые направлены непосредственно на человека в тех или иных условиях его жизни и деятельности в обществе.

Видами профессиональной этики являются: врачебная этика, педагогическая этика, этика ученого, актера, художника, журналиста, предпринимателя, инженера и т.д.

Каждый вид профессиональной этики определяется своеобразием профессиональной деятельности, имеет свои специфические требования в области морали. Профессиональные моральные нормы – это правила, образцы, порядок внутренней саморегуляции личности на основе этических идеалов.

К работникам некоторых профессий предъявляются повышенные профессиональные требования. Это специалисты, от которых зависит жизнь и здоровье людей (медицина, транспорт и т. п.) и которые имеют право вмешательства во внутренний мир человека (педагогика, психиатрия, социальные работники и др.).

Категориями профессиональной этики являются:

Профессиональный долг – определенное самоограничение, имеющее целью достижение профессионального успеха и реализации личности. Понятие «профессионального долга» формируется в индивидуальном сознании в процессе взаимодействия с профессиональной общностью. Профессиональный долг побуждает человека к действиям, необходимым для качественного исполнения профессиональных обязанностей.

Профессиональная ответственность – гарантирование обществу качественного исполнения своего профессионального долга и умение находить возможности для этого в любых обстоятельствах.

Профессиональное достоинство отражает глубокое осознание специалистом значимости своей деятельности (и представителей своей профессии) в сложной системе общественных отношений.

Профессиональная честь определяет нормы поведения и принуждает в нестандартных ситуациях вести себя соответственно своему социальному статусу и профессии.

Профессиональная совесть – способность профессионала критически оценивать результаты своего труда с позиций общечеловеческих нравственных ценностей.

Профессиональная справедливость выражается в способности специалиста быть объективным в различных профессиональных ситуациях.

Основные принципы профессиональной нравственности:

- Соблюдение: международных правовых актов и законов своей страны; приоритета общественных интересов перед групповыми.

- Признание ценности каждой человеческой личности, ее право на жизнь, свободу, честь и достоинство.

- Любовь к своему народу, к своей Родине, терпимое и бережное отношение к различным проявлениям человеческой культуры и их представителям.

- Выполнять все профессиональные действия обдуманно, честно, тщательно, проявляя добросовестность и настойчивость, а при необходимости – мужество.

- Принятие коллегиального решения в особо сложных, непредвиденных, «форс-мажорных» ситуациях.

- Реализация экологического принципа, согласно которому профессиональная деятельность не должна наносить ущерба природе, загрязнять среду обитания человека и животных, расточительно расходовать природные ресурсы.

- Культура речи. Профессиональный язык помогает сократить время для понимания в острой ситуации срочного принятия решений, для сохранения спокойствия или конфиденциальности.

Функции профессиональной этики определяются множеством факторов, основными из которых являются сущность, содержание и направленность профессии:

Оценочная – дает возможность оценки поведения, действий, намерений, целей, задач, средств и т.д. специалиста с точки зрения соответствия моральным нормам.

Регулятивная – вытекает из потребности регулировать поведение специалиста в соответствии с сущностью профессии.

Организационная – служит улучшению организации деятельности сотрудников и партнеров.

Управляющая – является средством управления действиями сотрудников и партнеров в ходе решения профессиональных задач.

Мотивационная – формирует социально и профессионально одобряемые мотивы деятельности.

Координирующая – обеспечивает сотрудничество всех участников процесса профессиональной деятельности.

Регламентирующая – направляет и обуславливает выбор целей, методов и средств в профессиональной деятельности.

Воспроизводственная – позволяет воспроизводить подобные действия в подобных ситуациях.

Воспитательная – воспитывает не только специалистов, профессионалов, но и клиентов и социальное окружение клиентов.

Коммуникативная – помогает организовать общение сотрудников друг с другом и с клиентами.

Оптимизирующая – способствует повышению эффективности профессиональной деятельности, повышению статуса профессии в обществе.

Стабилизирующая – способствует стабилизации профессиональных отношений на всех уровнях их проявлений.

Рационализирующая – облегчает специалисту выбор целей, методов и средств, принятие решений.

Превентивная – предостерегает профессионала от действий, приносящих вред клиенту, организации, обществу.

Прогностическая – позволяет прогнозировать действия и поведение отдельных сотрудников и их коллективов.

Разрешения противоречий – способствует разрешению, устранению и сглаживанию противоречий, возникающих в процессе профессиональной деятельности.

Информационная – приобщает специалистов к системе ценностей их профессии и профессиональной морали.

Социальная – способствует созданию условий, благоприятных для функционирования специалистов данной сферы в обществе.

Социализирующая – служит делу приобщения носителей данной профессии к господствующей в обществе системе ценностей и морали.

Кодексы профессиональной этики. Нравственные правила и требования, предъявляемые к специалисту, закрепляются в этических кодексах. Возникновение первых целостных профессиональных этических комплексов (кодексов) специалисты относят к XI-XII вв. В этот период происходит разделение ремесленного труда и возникновение цехового производства, что сопровождается оформлением многочисленных профессиональных уставов и кодексов цехов, гильдий, монахов, судей, рыцарей.

Кодекс профессиональной этики, который включает в себя три основные группы норм, утверждающих ответственность: профессии перед обществом; представителей профессии перед потребителями продукта или услуг; специалиста перед своей профессией.

Среди кодексов существуют международные, общепрофессиональные, всемирные.

Профессиональный кодекс выполняет следующие функции:

- охраняет репутацию профессии;
- способствует компетентной и добросовестной работе профессионалов;
- обеспечивает соблюдение профессиональных прав представителей данной профессии.

Этический кодекс организации – это свод корпоративных ценностей и поведенческих норм, которые определяют порядок взаимодействия сотрудников в разных ситуациях, не прописанных в других нормативных документах (должностных инструкциях, трудовом кодексе и т. п.).

Основная задача этического кодекса заключается в создании комфортных условий труда, благоприятного психологического климата в компании. С помощью этического кодекса можно сплотить всех членов коллектива, сформировать корпоративную культуру. Сотрудникам, усвоившим законы фирмы, проще разобраться в сложных рабочих ситуациях, а новичку легче влиться в коллектив и понять, чего от него здесь ждут.

В настоящее время наиболее распространены два вида этических кодексов – профессиональные и корпоративные, которые регулируют отношения людей внутри данных групп.

Потребность в частных кодексах (например, кодексы объединений, профессий) возникла в связи с тем, что универсальных норм было недостаточно для регулирования человеческого поведе-

ния в специфических ситуациях. Частная этика конкретизировала общие нравственные принципы применительно к особенностям той или иной деятельности.

Единых стандартов при составлении этического кодекса не существует. Обычно в нем прописываются общие цели и принципы компании, нормы поведения, рабочий график, форма одежды, правила работы с клиентами, партнерами. Кодекс может включать в себя обязательства компании перед коллективом, политику руководства в области охраны труда, положения о конфиденциальности и другие нюансы организационной деятельности. Каждый сотрудник сталкивается с проблемами, которые трудно решить самостоятельно. Как разрешить эти вопросы прописывается во внутреннем документе. Суть этого документа – помочь служащим соответствовать имиджу компании и поддерживать ее авторитет.

В кодексе обязательно дается объяснение главной цели существования фирмы, т.е. ее миссия. Каждый сотрудник обязан знать, для чего создано предприятие.

В этическом кодексе выделяются следующие моменты:

- корпоративные стандарты: хорошо, если компанию можно узнать по традиционно корректному ответу секретаря;
- постоянное развитие и совершенствование: повышение профессионального уровня, обмен положительным опытом, поиск новых решений;
- надежность: ответственность, преданность делу;
- работа в команде: уважение друг друга, открытое обсуждение проблем;
- порядок внутреннего взаимодействия: налаженный обмен информацией повышает скорость процессов, что благоприятно отражается на финансовых показателях компании;
- правила поведения в нестандартных ситуациях: снижается риск того, что сотрудник растеряется при общении с партнером, клиентом и т.д.

Для соблюдения принципов этического кодекса необходимо:

1. довести принципы до сведения всех работников;
2. служба персонала должна организовать обсуждение корпоративных этических норм (анонимные опросы, дискуссии на интернет-форумах);

3. создать отдел работы с претензиями по этическому качеству обслуживания;

4. периодически (раз в год) пересматривать этический кодекс, чтобы исключить или изменить устаревшие правила.

Как правило, корпоративный этический кодекс состоит из двух основных частей: идеологической, включающей в себя миссию, цели и ценности компании; нормативной (поведенческой), которая описывает конкретные, общие для всех сотрудников нормы поведения, обязательства компании перед работниками, социальную и дисциплинарную ответственность, особенности обращения с внутрикорпоративной информацией. Здесь же регламентируется поведение сотрудников в отдельных ситуациях, например при общении с клиентами, партнерами, а также приводятся стандарты техники безопасности, экологии и многое другое.

2 Этика делового общения

Межличностное общение. Владение совокупностью приемов построения межличностного общения с другими людьми является важнейшим условием успеха любого современного человека. Многие неосознанно вырабатывают свою собственную психологическую схему общения и воздействия на людей. Но не всегда выработанные таким опытным путем навыки являются оптимальными, так как опыт отдельного человека в чем-то ограничен, а восприятие несовершенно. Существуют и привычные ошибки поведения, которые человеком просто не осознаются.

Критерии выбора модели поведения.

Первый критерий выбора модели поведения состоит в соответствии этого поведения закону, установленному в обществе правопорядку.

Вторым критерием выбора модели поведения является нравственность. При всей склонности людей к субъективной трактовке морали существуют общепринятые подходы к объяснению ее основных понятий, таких как *честность, справедливость, совесть*. Их однозначная интерпретация и неуклонное соблюдение – гарант верности выбранной человеком модели поведения.

Третьим критерием следует признать оценку конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась по стечению

обстоятельств. Интуитивная или умозрительная оценка ситуации является важнейшим условием оптимизации модели поведения. Как показывает практика, нередко индивидуальность человека проявляется на фоне других, более ярких натур, так как он удачно проявил себя в конкретной ситуации (то есть выигрышно «смотрелся», «слушался», «запомнился»).

Четвертым критерием является цель, которую ставит перед собой человек. Чем значительнее собственная цель, тем больше она стимулирует его. Увлеченность целью не должна породить недооценку значения четкого соблюдения этапов движения к ней. Полезно дробить цель на последовательно выстроенные задачи, чтобы их реализация представляла собой ступени приближения к ней. Таким образом, выстраивается предметно осязаемая логика достижения цели.

Пятый критерий – самокритичная оценка собственных возможностей использования конкретной модели поведения. Любое копирование чьего-то стиля в общении опасно. Например, в деловом общении велика роль речевого экспромта. Чем дольше пауза между каверзным вопросом и остроумным ответом, даже если последний состоится, тем меньше «очков» набирает, испытываемый. Такова аксиома публичного диалога. Или другой пример: люди с недостатками внешности обладают заниженным чувством самоуважения. Это тоже накладывает отпечаток на выбор ими модели поведения. Разумно тщательно взвешивать все свои характеристики, избирая личное поведенческое амплуа.

Шестым критерием выбора модели поведения является выделение и конкретизация собственных возможностей. Принимая во внимание чрезвычайную важность этого, необходимо особо рассмотреть все, что касается вашего умения использовать человековедческие технологии. Прежде всего, те, которые имеют непосредственное отношение к общению. К таким технологиям относятся: индивидуальная работа с коллегами, подчиненными; «конструирование» коллективов; стимулирование делового честолюбия; речевое воздействие и т.п.

Седьмой критерий выбора модели поведения несколько своеобразен. Всегда актуально значение психолого-половых характеристик личности, то есть тех личностных и деловых качеств, ко-

которые партнеры по общению ожидают от человека, заинтересованного в их расположении.

Что имеется в виду? Чтобы не разрушить каких-то иллюзий или сложившихся стереотипов и не разочаровать собой партнеров, рекомендуется проявлять те личностно-деловые качества, которые они ожидают в вас найти.

Выбор той иной модели поведения в каждой конкретной ситуации в значительной мере зависит от личности того, с кем человеку приходится общаться.

Общие принципы построения межличностного общения:

1. Самые первые и сильные впечатления о человеке зависят от его внешнего вида. Поэтому любой из нас должен всегда иметь опрятный вид, быть стройным, подтянутым, с надлежащей выправкой (то есть стоять, ходить прямо, не сутулясь, держать плечи развернутыми). Следите за выражением лица. В обычном общении оно не должно быть угрожающим или надменным – это может стать психологическим барьером при разговоре с людьми.

2. Решающими для формирования впечатления о человеке становятся первые четыре минуты общения с ним. В этот промежуток времени активно работают все наши органы чувств, с помощью которых мы создаем целостное представление о другом человеке. К исходу четвертой минуты уже становится в общих чертах ясно – симпатичны люди друг другу или наоборот, расположены к взаимному общению или нет. Вероятно, вы могли ощутить на себе, что первое впечатление о человеке иногда обманчиво и вместе с тем довольно устойчиво, так что подчас должно пройти длительное время, чтобы оно переменялось. Следовательно: в первые четыре минуты общения полностью подчините свое поведение нужному тону общения.

3. Начинайте беседу только с дружеского тона, поддерживайте положительную установку в общении. Установкой в психологии обозначают состояние готовности или предрасположенности к действию определенным образом. Будьте вежливы и тактичны, доброжелательны и предупредительны.

4. Не забывайте о том, что своеобразным мимическим знаком расположения является улыбка. Улыбка нужна не только другим, но и нам самим. Она повышает настроение и работоспособность. Как настроение влияет на выражение лица, так и, наоборот,

выражение лица способствует созданию соответствующего настроения. Доказано, что можно улучшить настроение, изобразив на лице веселье, радость. Ведь мимические мышцы тесно связаны со многими структурами мозга. Искусственно улыбаясь, мы включаем те механизмы, которые обеспечивают нам естественную улыбку.

5. Используйте метод утвердительных ответов. Не начинайте разговор с обсуждения тех вопросов, по которым расходитесь с собеседником в мнениях. Стоит человеку сказать «нет», как его самолюбие начинает требовать, чтобы он оставался последовательным в своих суждениях. Поэтому задайте вначале вопросы, на которые собеседник, скорее всего, ответит утвердительно. Следите за тем, чтобы и далее разговор шел по пути «накопления согласия». Человек не любит менять мнение. Если он согласился с вами в девяти случаях, то, скорее всего, согласится и в десятом.

6. Будьте хорошим слушателем. Развитая способность слушать предполагает следующее:

- никаких побочных мыслей;
- сконцентрируйте внимание на сущности предмета; не старайтесь запомнить все подряд – это практически невозможно;
- пока вы слушаете, нельзя обдумывать последующий вопрос или свой ответ;
- научитесь находить самый ценный материал, содержащийся в полученной вами информации;
- установите, какие слова и идеи возбуждают ваши эмоции, и постарайтесь нейтрализовать их действие, так как в состоянии сильного эмоционального возбуждения люди обычно слушают не очень внимательно;
- когда вы слушаете, спросите себя: «В чем цель говорящего?»;
- обращайтесь внимание не только на слова, но и на тембр голоса, мимику, жесты, позу и т.д.;
- покажите говорящему, что вы его понимаете; это можно сделать, повторяя своими словами то, что услышали, или смысл того, что вам сказали;
- не высказывайте оценок;
- не давайте советов (во время выслушивания); оценки и советы, даже когда они даются из самых лучших побуждений, обычно ограничивают свободу высказываний говорящего, мешают выделить наиболее существенное в словах.

Не ленитесь слушать. Для развития в себе способности слушать можно использовать следующее упражнение. Ежедневно по 10 минут, полностью сконцентрировавшись и отключившись от всех остальных мыслей, слушайте кого-нибудь (коллегу, посетителя и т.д.), уточняя своими вопросами его сообщение. Прием прост, но крайне эффективен при систематическом применении.

7. Избегайте критиковать коллег и других людей; пореже жалуйтесь.

8. Избегайте излишних споров, особенно в присутствии большого количества людей.

Вместо словесной перепалки следует спокойно выслушивать собеседника и, не заражаясь его горячностью, сконцентрироваться на поиске путей разрешения проблемы. Опыт показывает, что попытка переспорить собеседника не дает положительного результата, но его можно достичь с помощью разумного компромисса. Выясните: что собеседник хочет? Возможно, истина его не интересует и он лишь желает самоутвердиться, споря с вами. Если вы не правы, признайтесь в этом в категоричной форме. Это настраивает собеседника на дружеский лад.

9. Демонстрируйте неподдельный интерес к другим людям. Обратите внимание на ключевое слово: «неподдельный». Здесь имеется в виду умение высказывать уважение к интересам других людей. Вдумайтесь: слово «я» является одним из наиболее часто употребляемых слов нашего языка. Будьте внимательны к чужому «я».

10. Прежде чем убеждать человека в чем-либо, постарайтесь понять его позицию. Заведите разговор о том, что интересует вашего собеседника. При этом большое значение имеет первая фраза.

11. Добиваясь чего-либо от человека, постарайтесь пробудить в нем желание сделать это. Всегда помните — никто не любит приказаний. Большинство людей внушаемо и легко поддается убеждению. Искусство убеждать делает максимально продуктивным ваше общение с окружающими. Поэтому требования желательно излагать в такой форме: «Не считаете ли вы, что так сделать лучше?», «Я буду вам признателен, если вы...». Не стесняйтесь апеллировать к чувствам.

12. Уважайте мнение других людей. Старайтесь не говорить прямо, что человек неправ, этим вы только вызовете в нем внут-

ренный протест. Общению содействуют фразы-мостики типа: «Я внимательно вас слушаю», «Это понятно» и т.п.

13. Запоминайте и не путайте имена людей. Человек будет очень расположен к вам, если вы помните, как его зовут.

14. Помогайте людям чувствовать свое значение. Люди, допускающие в общении высокомерный тон, грубость, заносчивость; иронические или невежливые замечания; выражения и реплики, оскорбляющие человеческое достоинство; угрозы, нравоучения и несправедливые упреки; незаслуженные обвинения; угрожающие жесты, а также другие выражения и действия, унижающие личность, не только дискредитируют свои организации, но и совершают грубый психологический просчет. Искренне цените и хвалите достоинства людей. А достоинства всегда есть у любого человека.

15. Давайте человеку возможность сохранить свою репутацию.

16. Помните о врагах общения – раздражительности и бестактности. Раздражительность как минимум невыгодна вам.

Во-первых, она затрудняет общение, и вам придется потратить больше усилий, чтобы добиться чего-то.

Во-вторых, она приводит к ослаблению защитных сил организма (снижая иммунитет). Осознав это, старайтесь подавлять появляющееся в вас раздражение. Для этого присмотритесь повнимательнее, и вы убедитесь, что предмет раздражения того не стоит. Разорвите порочный круг ситуации, низведя ее до нормально масштаба рядовой трудности.

Как воспринимать критику. Давно известно, что критика становится полезной лишь тогда, когда люди, которым она адресуется, имеют определенные установки на ее восприятие; их можно свести к следующим положениям: критика в мой адрес – мой личный резерв совершенствования; объективно критика – это форма помощи критикуемому в поисках и устранении недостатков в работе; критика в мой адрес – это указание направлений совершенствования того дела, которым я занимаюсь; нет такой критики, из которой нельзя было бы извлечь пользу; центральный принцип конструктивного восприятия – все, что я сделал, можно сделать лучше; ценнейшая способность – уметь отыскивать в критике рациональное зерно даже тогда, когда оно с первого взгляда не просматривается.

Первый шаг правильного восприятия критики – ее фиксация; второй – ее осмысление и выявление возможности использовать для дела; третий – исправление недостатка; четвертый – создание условий, исключающих его повторение.

Подлинно деловое поведение человека предполагает умение выявить критическое отношение к своим действиям и поступкам даже тогда, когда открытая критика отсутствует.

Приемы улучшения общения:

1. Будьте открыты собеседнику и принимайте его таким, каков он есть. Подобное отношение к партнеру по общению основано на исходном уважении к нему и на ваших положительных намерениях, вне зависимости от того, согласны вы с ним или нет. Такое отношение, соответствующим образом продемонстрированное, обезоруживает людей, заставляет выражать себя более открыто и честно, а выслушивать более внимательно. Напротив, отрицательное отношение, подозрение или оборонительная позиция, занятая вами, приведет лишь к закрытости и затруднит коммуникацию. Для создания благоприятной атмосферы общения данное условие является решающим.

2. Старайтесь понять значение сообщения целиком. Поскольку любое сообщение состоит как из фактической информации, так и эмоционально окрашенных и других факторов, постарайтесь оценить его полностью.

3. Ваше внимание должно быть также и физическим. Расположитесь лицом к вашему партнеру. Говорите так, чтобы позы, жесты и мимика подкрепляли ваши слова. Сидите или стойте на оптимальном расстоянии, чтобы ваш партнер чувствовал себя свободно, раскованно. Не забудьте, что общение требует концентрации (неважно – говорите вы или слушаете).

4. Ваше участие в общении должно быть активным и ответственным. Если вам что-либо не ясно или вы пропустили часть сообщения, немедленно включайте «обратную связь». Нерешительность может сыграть здесь отрицательную роль.

5. Наблюдайте за неречевыми проявлениями партнера, то есть помимо слов учитывайте выражение лица, взгляд, позу и др. Да и в самой речи есть косвенные признаки, помогающие правильно расшифровать сообщение: тональность голоса и ее изменения, громкость, скорость речи и т.д.

6. Выражайтесь ясно. Думайте о том, что вы говорите. Тщательно выбирайте слова. Наиболее доходчивы и эффективны такие сообщения, которые не содержат предвзятых и поверхностных суждений.

7. Будьте настойчивы. Настойчивость отнюдь не означает агрессивности, апломба или силового навязывания своего мнения другим. О ваших чувствах, мыслях или правах вы должны сообщить таким образом, чтобы при этом уважались чувства, мысли и права других. По сути дела, настойчивость сводится к выражению чувств и оценок и отстаиванию прав перед другими.

8. Учитывайте некоторые особенности общения с коллегами по работе и начальником (руководителем). Придя на работу, приветливо поздоровайтесь с коллегами. Если накануне между вами и кем-то возникло некоторое напряжение, то именно такое короткое обязательное приветствие часто помогает снять его безболезненно для самолюбия.

Если вы расстроены, постарайтесь не показывать этого, не взвинчивайтесь, не нервничайте других.

Когда вы входите в кабинет начальника, представьтесь, если начальник вас лично не знает. Не садитесь, пока не получите разрешения сесть, а получив, не отказывайтесь от него. Не берите инициативу в разговоре. Старайтесь быть кратким, деловым, спокойным, не горячитесь, не отвлекайтесь, не уводите разговор в сторону. Но не стесняйтесь высказывать свое мнение.

Помните, что в деталях вопроса, который вы докладываете или обсуждаете, вы можете быть осведомлены больше, чем начальник, и поэтому ваше мнение и предложения могут быть весьма полезными.

Во время разговора держитесь ровно, свободно, но не разваливайтесь, не откидывайтесь на спинку стула, не кладите ногу на ногу, не вертите ничего в руках и не подпирайте голову руками, облокотись на стол начальника.

Компетентность в сфере делового общения непосредственно связана с успехом и эффективностью в любом деле: науке, искусстве, производстве, торговле, управлении персоналом.

Содержание делового общения составляет социально значимая совместная деятельность людей, которая предполагает согласованность действий, понимание и принятие каждым ее участни-

ком целей, задач и специфики этой деятельности, своей роли и своих возможностей по ее реализации.

Целью делового общения является организация и оптимизация определенного вида совместной предметной деятельности. Помимо общей цели делового общения в нем можно выделить и личные цели, реализуемые участниками общения:

- стремление к личной безопасности в процессе социальной деятельности, что часто проявляется в уходе от ответственности;
- стремление к повышению своего жизненного уровня;
- стремление к власти, т.е. стремление расширить круг своих полномочий, продвинуться вверх по служебной лестнице, избавиться от бремени иерархического контроля;
- стремление повысить свой престиж, что часто сочетается со стремлением укрепить престиж занимаемой должности и самой организации.

Формальным контекстом делового общения выступает организация – форма объединения людей, обладающая функциями и структурой, заданными внешней средой, существующая независимо от конкретных людей, в ней взаимодействующих.

В социально-психологической структуре делового общения выделяются:

1. *Система социальных ролей* – начальники, коллеги, подчиненные, партнеры, клиенты, в которых выступают субъекты делового общения.

Начальник – человек, обладающий правом распоряжения в заданном социально-профессиональном пространстве-времени в силу внешних обстоятельств и наличия специальных свойств. Роль начальника требует способности, решать, организовывать, приказывать, контролировать, поощрять и наказывать.

Коллега – человек, находящийся с другим в одном профессиональном сообществе и близком социальном и служебном статусе. Эта роль предполагает отношения равноправия, профессионального взаимодействия, профессиональной лояльности и этики.

Подчиненный – эта роль требует способности исполнять, следовать правилам и повиноваться.

2. *Система психологических ролей* разного уровня и содержания – творцы и исполнители, лидеры и конформисты, холерики и

меланхолики, которые обуславливают особенности психологических реакций и поведенческого стиля участников общения;

3. *Система условий реализации делового общения*: хронотоп общения – от первого контакта до окончания общения; социальное пространство общения; способы общения; барьеры и нарушения общения.

Искусство и успех делового общения во многом определяются теми нормами и принципами, которые использует руководитель по отношению к своим подчиненным и подчиненные между собой. Эти правила применимы к отдельным видам делового общения:

- «сверху-вниз» (руководитель – подчиненный),
- «снизу-вверх» (подчиненный – руководитель)
- «по горизонтали» (сотрудник – сотрудник).

Деловое общение «сверху-вниз». Без соблюдения этики делового общения между руководителем и подчиненным большинство людей чувствуют себя в коллективе дискомфортно, нравственно незащищенными. Отношение руководителя к подчиненным влияет на весь характер делового общения, во многом определяет его нравственно-психологический климат. Именно на этом уровне формируются в первую очередь эталоны и образцы поведения. Отметим некоторые из них.

- Если сотрудник не выполнил вашего распоряжения, необходимо дать ему понять, что вам известно об этом, иначе он может решить, что провел вас. Более того, если руководитель не сделал подчиненному соответствующего замечания, то он просто не выполняет своих обязанностей.

- Критикуйте действия и поступки, а не личность человека.

- Никогда не советуйте подчиненному, как поступать в личных делах. Если совет поможет, вас, скорее всего не поблагодарят. Если не поможет – на вас придется вся ответственность.

- Никогда не давайте сотрудникам возможности заметить, что вы не владеете ситуацией, если вы хотите сохранить их уважение.

- Соблюдайте принцип распределительной справедливости: чем больше заслуги, тем больше должно быть вознаграждение.

- Поощряйте свой коллектив даже в том случае, если успех достигнут главным образом благодаря успехам самого руководителя.

- Укрепляйте у подчиненного чувство собственного достоинства. Хорошо выполненная работа заслуживает не только материального, но и морального поощрения. Не ленитесь лишний раз похвалить сотрудника.

- Защищайте своих подчиненных и будьте им преданными.

- Выбирайте правильную форму распоряжения, учитывая, прежде всего два фактора: ситуацию, наличие времени для нюансов, личность подчиненного – кто перед вами, добросовестный и квалифицированный работник или человек, которого нужно подталкивать на каждом шагу. В зависимости от этого следует выбирать и этически наиболее приемлемые нормы поведения и формы распоряжения.

Формами распоряжения могут быть: приказ, просьба, запрос и так называемый «доброволец». Приказ чаще всего следует использовать в чрезвычайной ситуации, а также в отношении недобросовестных сотрудников. Просьба используется в том случае, если ситуация рядовая, а отношение между руководителем и подчиненным основано на доверии и доброжелательности. Такая форма позволяет сотруднику высказать свое мнение на проблему в том случае, если она по каким-либо причинам не может быть решена. А если соответствующим образом произнести фразу, то у сотрудника не возникнет никакого сомнения, что это приказ. Вопрос лучше применять в тех случаях, когда вы хотите вызвать обсуждение, как лучше сделать работу или подтолкнуть сотрудника к тому, чтобы он взял инициативу на себя. «Есть ли смысл заняться этим?», «Как мы должны это сделать?». При этом сотрудники должны быть инициативными и достаточно квалифицированными. В противном случае некоторые могут воспринять ваш вопрос как проявление слабости и некомпетентности.

Этика делового общения «снизу-вверх». Знать, как следует обращаться и относиться к своему руководителю, не менее важно, чем то, какие требования следует предъявлять к своим подчиненным. Без этого трудно найти общий язык и с начальником, и с подчиненными. Используя те или иные нормы, можно привлечь руководителя на свою сторону, сделать своим союзником, но можно и настроить его против себя, сделать своим недоброжелателем.

К этическим нормам и принципам, которые можно использовать в деловом общении с руководителем относят следующие.

- Старайтесь помогать руководителю в создании в коллективе доброжелательной нравственной атмосферы, упрочении справедливых отношений. Помните, что ваш руководитель нуждается в этом в первую очередь.

- Не пытайтесь навязывать руководителю свою точку зрения или командовать им. Высказывайте ваши предложения или замечания тактично и вежливо.

- Не разговаривайте с начальником категорическим тоном, не говорите всегда только «да» или только «нет». Вечно поддакивающий сотрудник надоедает и производит впечатление льстеца. Человек, который всегда говорит «нет», служит постоянным раздражителем.

- Будьте преданы и надежны, но не будьте подхалимом. Имейте свой характер и принципы. На человека, который не имеет устойчивого характера и твердых принципов, нельзя положиться, его поступки нельзя предвидеть.

- Не стоит обращаться за помощью, советом, предложением и т.д. «через голову», сразу к руководителю вашего руководителя, за исключением экстренных случаев. В противном случае ваше поведение может быть расценено как неуважение или пренебрежение к мнению начальника или как сомнение в его компетентности.

- Если вас наделили ответственностью, деликатно поднимите вопрос и о ваших правах. Помните, что ответственность не может быть реализована без соответствующей степени свободы действий.

Этика делового общения «по горизонтали». Несколько принципов этики делового общения между коллегами.

- Попытайтесь достичь четкого разделения прав и ответственности в выполнении общей работы.

- Если круг ваших обязанностей пересекается с кругом обязанностей ваших коллег, это весьма опасная ситуация. Если управляющий не разграничивает ваши обязанности и ответственность от других, попытайтесь сделать это сами.

- Не давайте обещаний, которые вы не сможете выполнить. Не преувеличивайте свою значимость и деловых возможностей. Если они не оправдаются, вам будет неудобно, даже если на это были объективные причины.

- Не лезьте человеку в душу. На работе не принято спрашивать о личных делах, а тем более проблемах.

- Не старайтесь показаться лучше, умнее, интереснее, чем вы есть на самом деле. Рано или поздно все равно все выплывет наружу и встанет на свои места.

- Рассматривайте вашего коллегу как личность, которую следует уважать саму по себе, а не как средство для достижения ваших собственных целей.

Формы делового общения. В зависимости от различных признаков деловое общение делится на:

1. устное – письменное (с точки зрения формы речи);
2. диалогическое – монологическое (с точки зрения однонаправленности / двунаправленности речи между говорящим и слушающим);

3. межличностное – публичное (с точки зрения количества участников);

4. непосредственное – опосредованное (с точки зрения отсутствия / наличия опосредующего аппарата; прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное);

5. контактное – дистантное (с точки зрения положения коммуникантов в пространстве).

6. вербальное и невербальное (с точки зрения средств передачи информации: слова / позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение пр.

Деловая беседа – межличностное речевое общение нескольких собеседников с целью разрешения определенных деловых проблем или установления деловых отношений. Наиболее распространенная и чаще всего применяемая форма деловой коммуникации.

Деловая беседа по телефону – способ оперативной связи, значительно ограниченной по времени, требующей от обеих сторон знание правил этикета телефонных разговоров (приветствие, взаимопредставление, сообщение и обсуждение предмета звонка, подведение итогов, выражение признательности, прощание).

Деловые переговоры – обмен мнениями для достижения какой-либо цели, выработки соглашения сторон.

Служебное совещание – один из эффективных способов привлечения сотрудников к процессу принятия решений, инструмент управления причастностью сотрудников к делам своего подразделения или организации в целом.

Деловая дискуссия – обмен мнениями по деловому вопросу в соответствии с более или менее определенными правилами процедуры и с участием всех или отдельных её участников.

Пресс-конференция – встреча официальных лиц (руководителей, политических деятелей, представителей государственной власти, специалистов по связям с общественностью, бизнесменов и т. п.) с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам.

Публичная речь – монологическая ораторская речь, адресованная определенной аудитории, которая произносится с целью информирования слушателей и оказания на них желаемого воздействия (убеждение, внушение, воодушевление, призыв к действию и т. д.).

Деловая переписка – письменная форма взаимодействия с партнерами, заключающаяся в обмене деловыми письмами по почте либо по электронной почте. Деловое письмо – это краткий документ, выполняющий несколько функций и касающийся одного или нескольких взаимосвязанных вопросов. Применяется для связи с внешними структурами, а также внутри организации для передачи информации между физическими и юридическими лицами на расстоянии.

Также формами делового общения являются *публичные торги* и *презентация*.

Этика делового общения занимается выявлением норм и правил общения, принятых в тех или иных ситуациях и условиях общения, а также прогнозированием и определением линии поведения и изучением факторов, влияющих на поведение в деловой сфере.

Этические нормы деловых отношений основываются на общечеловеческих нормах и правилах поведения, но имеют специфические особенности. Принципы этики деловых отношений – обобщенное выражение нравственных требований, выработанных в моральном сознании общества, которые указывают на необходимое поведение участников деловых отношений.

В работе американского социолога Л. Хосмера сформулированы современные этические принципы делового поведения, опирающиеся на аксиомы мировой философской мысли, прошедшие

многовековую проверку теорией и практикой. Таких принципов десять:

1. Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании (принцип основан на учении древнегреческих философов, в частности Протагора, о личных интересах, сочетающихся с интересами других людей, и различии между долгосрочными и краткосрочными интересами).

2. Никогда не делай того, о чем нельзя бы было сказать, что это действительно честное, открытое и истинное, о чем можно было бы с гордостью объявить на всю страну (принцип основан на взглядах Аристотеля и Платона о личных добродетелях честности, открытости и умеренности.)

3. Никогда не делай того, что не есть добро, что не способствует формированию чувства общности и работы на одну общую цель (принцип основан на заповедях всемирных религий (Святой Августин), призывающих к добру и состраданию).

4. Никогда не делай того, что нарушает закон, ибо в законе представлены минимальные моральные нормы общества (принцип основан на учении Т. Гоббса и Дж. Локка о роли государства как арбитра в конкуренции между людьми за блага).

5. Никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь (принцип основан на этике утилитаризма – практической пользе нравственного поведения, разработанной И. Бентамом и Джоном С. Миллем).

6. Никогда не делай того, чего ты не желал, бы рекомендовать делать другим, оказавшимся в похожей ситуации (принцип основан на императиве Канта в котором декларируется правило об универсальной, всеобщей норме).

7. Никогда не делай того, что ущемляет установленные права других (принцип основан на взглядах Ж.Ж. Руссо и Т. Джефферсона на права личности).

8. Всегда поступай так, чтобы максимизировать прибыль в рамках закона, требований рынка и с полным учетом затрат, ибо максимальная прибыль при соблюдении этих условий свидетельствует о наибольшей эффективности производства (принцип основан на экономической теории А. Смита и учении В. Парето об оптимальной сделке).

9. Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в обществе (принцип основан на правиле распределительной справедливости Ролса).

10. Никогда не делай того, что препятствовало бы правам другого человека на саморазвитие и самореализацию (принцип основан на теории Нозика о расширении степени свободы личности, необходимой для развития общества).

Указанные принципы в той или иной степени присутствуют и признаются справедливыми в различных деловых культурах. Идеальной целью мирового делового сообщества становится тип отношений, основанный на торжестве морально-этических принципов.

Одним из важнейших шагов в этом направлении можно считать принятую руководителями крупнейших национальных и транснациональных корпораций США, Западной Европы и Японии в 1994 г. в швейцарском городе Ко Декларацию Ко – «Принципы бизнеса». В документе предпринята попытка синтезировать морально-этические принципы ведения бизнеса восточной и западной деловых культур.

Преамбула Декларации Ко констатирует: «Законы и движущие силы рынка являются необходимым, но не достаточным руководством к действию. Фундаментальными принципами являются ответственность за политику и действия в сфере бизнеса, уважение человеческого достоинства и интересов участников бизнеса».

Декларация Ко является концентрированным сводом этических принципов международного бизнеса. Принципы Декларации Ко:

1. Ответственность бизнеса: от акционеров – к владельцам доли в бизнесе.

2. Экономическое и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу.

3. Этика бизнеса: от буквы закона – к духу доверия.

4. Уважение правовых норм.

5. Поддержка многосторонних торговых отношений.

6. Бережное отношение к окружающей среде.

7. Избегать противозаконных действий.

Указанные принципы определяют характер взаимоотношений между макросубъектами социальной и экономической структуры общества – организациями, государством, обществом в целом.

Несоблюдение этических принципов на макроуровне, как правило, приводит к бесполезной трате усилий на решение частных этических проблем на уровне трудового коллектива.

Декларации Ко предложены также ключевые принципы взаимоотношений на микроуровне, т. е. организации с покупателями, владельцами (инвесторами), персоналом, поставщиками, конкурентами.

Общие этические принципы деловых отношений должны быть использованы для выработки любой организацией и руководителями собственных этических систем.

Сегодня в нашей стране за основу «внутрифирменной конституции» берутся общие этические принципы, сформированные Национальным фондом «Российская деловая культура» в конце 1990-х гг. Документ получил название «12 принципов ведения дела в России» и был положен в основу этических норм многих отечественных фирм.

Личные принципы

1. Прибыль важна, но честь дороже прибыли.
2. Уважай участников общего дела – это основа отношений с ними и самоуважения.
3. Воздерживайся от насилия и угрозы применения насилия как способов достижения деловых целей.

Профессиональные принципы

4. Всегда води дело сообразно своим средствам.
5. Оправдывай доверие, в нем – основа предпринимательства и ключ к успеху. Стремись завоевать репутацию честного, компетентного и порядочного партнера.
6. Конкурируй достойно. Не доводи деловые разногласия до суда. Самый надежный партнер – тот, который тоже выигрывает от сделки.

Принципы гражданина России

7. Соблюдай действующие законы и подчиняйся законной власти.
8. Для законного влияния на власть и законотворчество объединяйся с единомышленниками на основе данных принципов.
9. Твори добро для людей, а не ради корысти и тщеславия. Не требуй за него непременно общественного признания.

Принципы гражданина Земли

10. При создании и ведении дела как минимум не наноси ущерба природе.

11. Найди в себе силы противостоять преступности и коррупции. Способствуй тому, чтобы они стали невыгодными всем.

12. Проявляй терпимость к представителям других культур, верований и стран. Они – не хуже и не лучше нас, они просто другие.

3 Этические проблемы деловых отношений

В последние десятилетия этическая сторона деловых отношений как сфера научно-практического знания в странах с развитой рыночной экономикой переживает значительный подъем.

Ежегодно в мире проходят сотни семинаров и конференций по проблемам этики деловых отношений, регулярно собираются международные съезды и конгрессы, выходят десятки книг и учебников, издаются специальные журналы. Все это свидетельствует о том, что деловое сообщество не только осознает этические проблемы, но и придает им большое значение.

К важнейшим «вечным» моральным дилеммам, перед которыми стоят субъекты деловых отношений, можно отнести следующие:

- соотношение целей и средств их достижения;
- соотношение личных и общественных интересов;
- выбор между краткосрочной выгодой и долгосрочным результатом;
- соотношение материальных и духовных ценностей при принятии решений.

В современных условиях на макроуровне ключевые этические проблемы деловых отношений возникают в следующих областях:

- отношения между организациями;
- отношения между организациями и государством;
- отношения между организациями-производителями и потребителями;
- отношения между организациями и владельцами (инвесторами);
- отношения между организациями и местными сообществами;
- отношения между организациями и окружающей средой.

К настоящему времени сложилось несколько концепций, относящихся к проблеме взаимоотношения организаций и государства, организаций и общества в целом.

1. В соответствии с неконсервативной концепцией, основывающейся на классических буржуазно-индивидуалистических взглядах, недопустимо вмешательство в дела организации со стороны, как государства, так и общества. Считается, что организация, максимально использующая предоставленную свободу, будет получать более высокую прибыль и тем самым приносить пользу обществу (в виде большего дохода держателей акций, повышения заработной платы наемным работникам, а также в виде благотворительности).

2. Представители второй, более популярной концепции, утверждают, что организация является частью общественной структуры и в качестве общественного института не только должна испытывать влияние со стороны общества и государства, но и регулироваться и контролироваться как «снизу», так и «сверху».

Снизу – членами общества при помощи формирования общественного мнения по поводу оценки деятельности организации и качества ее продукции.

Сверху – специальными государственными структурами и законами, прежде всего, по таким направлениям, как регулирование деятельности организаций в целях обеспечения эффективности экономики; регулирование отношений организаций-производителей и потребителей; регулирование действий организаций в отношении окружающей среды.

При этом путем лоббирования организации стремятся (и не безуспешно) влиять на политику, проводимую государством. С обеих сторон прослеживается тенденция моральной оценки своих действий с точки зрения положительного результата, однако в понятие положительного результата стороны вкладывают различное содержание.

Проблема отношений между организациями-производителями и потребителями возникает очень часто. В конечном счете, хотя организация и стремится к получению максимально высокой прибыли, ее деятельность будет успешной только в случае, если она даст потребителям то, что они хотят.

Продукция не будет продана, если она не соответствует потребительским стандартам или на нее назначена неприемлемая цена. Система отношений между организациями-производителями и потребителями, однако, будет успешно работать при выполнении двух условий: если потребитель получит достаточно адекватную и точную информацию о продукции, с тем чтобы он мог принять обоснованное решение, и если потребитель свободен в выборе того, что он хотел бы купить.

Организации должны обеспечивать безопасность своей продукции, улучшать стандарты контроля качества, ее внешнего вида и рабочих характеристик продукции. Как показывает практика, в рыночной системе, когда в отношения вступают производитель, продавец (посредник) и потребитель, защита интересов последнего достаточно сложна.

Она осуществима в случаях, когда производитель или продавец, не дорожа репутацией своей фирмы, предлагают потребителю некачественный товар, не выполняющий своего назначения, с просроченным сроком хранения.

Однако, производя качественную в целом продукцию, производитель чаще всего предпочитает умалчивать о дефектах ее конструкции или потенциальных опасностях, которые могут появиться в процессе эксплуатации. Информацию об этом потребитель получит, только столкнувшись с недостатками.

Кроме того, проблема безопасности и качества продукции имеет и еще один, в определенной степени этический аспект: от выпуска фирмами конкурентоспособных, качественных товаров зависит престиж страны на мировом рынке.

Другая, не менее важная моральная проблема отношений между организациями-производителями и потребителями – реклама. Реклама важна в процессе конкуренции между организациями и для формирования потребностей потенциальных покупателей. Однако здесь появляется проблема точности, правдивости получаемой потребителями информации.

Даже за безвредным, на первый взгляд, преувеличением следует возникновение моральных проблем: потребитель, не получая точной информации, лишен свободного, обоснованного, разумного выбора.

Еще одна важная моральная проблема, связанная с рекламой, это проблема манипулирования потребителем, навязывания ему ненужной продукции, создания у него потребностей и желаний, которые в процессе реальной жизни возникнуть не могли.

Так, во взаимоотношениях организации с покупателями ключевыми должны стать следующие принципы:

- обеспечивать своих клиентов товарами и услугами высшего качества в соответствии с их требованиями;
- обходиться с ними честно во всех аспектах своей коммерческой деятельности, обеспечивая высокий уровень обслуживания для удовлетворения их потребностей;
- принимать необходимые усилия для гарантии того, что товары и услуги будут поддерживать или улучшать здоровье и безопасность клиентов, а также состояние окружающей среды;
- гарантировать уважение человеческого достоинства в предлагаемых товарах, маркетинге и рекламе; уважать целостность культуры клиентов.

Помимо всех других обязательств организации должны помнить о своей ответственности перед владельцами (инвесторами). Основная часть из множества существующих способов обмана инвесторов распадается на две категории: манипулирование инвестициями и нечестное использование прибылей или активов, приводящее к уменьшению законных доходов инвесторов. Во всем мире ежегодно десятки тысяч людей становятся жертвами манипуляций с инвестициями.

Руководство организации может также злоупотреблять инвестициями, используя доходы и ресурсы для личного обогащения. Наиболее часто употребляемый способ – мошеннические операции со статьями расходов, другой общепринятый ход – завышение счета с последующим дележом разницы между завышенной и реальной суммой счета с поставщиком. Наконец, существует практика продажи конфиденциальной информации организации-конкуренту или ее использования для игры на фондовой бирже.

Отношения организации с владельцами (инвесторами) должны строиться на следующих принципах:

- обеспечивать профессиональный и тщательный менеджмент для гарантирования справедливой и конкурентоспособной прибыли на капитал владельцев и инвесторов;

- обеспечивать владельцам и инвесторам открытый доступ к информации, ограниченный только рамками закона и условиями конкуренции;

- сохранять, защищать и приумножать активы владельцев и инвесторов;

- с вниманием относиться к их требованиям, предложениям, резолюциям.

Моральные проблемы возникают и в отношениях организаций с местным сообществом. Речь идет об участии организаций в обеспечении его экономической стабильности, развитии инфраструктуры местности, создании новых рабочих мест, сохранении предприятий, от которых зависит существование и благосостояние этих сообществ.

На организациях также лежит «моральный долг филантропии», заключающийся в поддержке неприбыльных предприятий, важных как для существования определенного местного сообщества, так и для культурного и социального развития регионов (образование, медицина, благоустройство и организация досуга).

Взаимоотношения между организациями и окружающей средой являются одной из острейших проблем современности. Обострение экологической ситуации на планете оказало на предпринимательство двойственное воздействие.

С одной стороны, возникла новая и обширная сфера приложения капитала:

- разработка и выпуск безотходных технологий и очистного оборудования для различных отраслей производства;

- разработка технологий и выпуск оборудования по утилизации производственных и бытовых отходов:

- выпуск экологически чистого питания и питьевой воды;

- развитие индустрии отдыха в экологически чистых районах;

- финансирование природоохранных мероприятий и т.д.

С другой стороны, возросли затраты капитала, и многие предприниматели должны:

- платить значительные суммы в виде штрафов за загрязнение окружающей среды и за нанесенный природе экологический ущерб;

- изменять технологию производства, вкладывая значительные средства в его модернизацию с учетом существующих экологических стандартов;

- учитывать в своей деятельности природоохранное законодательство, которое имеет тенденцию к ужесточению своих норм;

- создавать привлекательный «экологический имидж» своей компании и своей продукции в глазах общественности и государственных природоохранных организаций;

- сотрудничать с государственными службами, представителями местного самоуправления, профсоюзными и общественными организациями в деле охраны окружающей среды;

- вырабатывать рациональную стратегию в сфере природопользования, учитывая экологическую ситуацию в регионе, где осуществляется деятельность.

Реальная практика свидетельствует: многие организации пытаются решить экологические проблемы, нарушая моральные и юридические нормы. Соккрытие подлинной информации о последствиях вредных производств для окружающей среды, перенос таких производств в страны с неразвитым экологическим законодательством, подкуп чиновников, отвечающих за соблюдение природоохранных мер, – наиболее распространенные методы нарушений.

Серьезные моральные проблемы возникают в настоящее время и на микроуровне, внутри организаций, в таких областях, как:

- принятие управленческих решений;

- взаимоотношения между руководителями и подчиненными;

- служебные разоблачения;

- положение женщин в организации;

- взаимные услуги.

Отношения организации с персоналом рекомендуется строить на следующих принципах:

- обеспечивать работников работой и заработной платой, которые повышают их уровень жизни;

- создавать условия труда для работников, не наносящие ущерба их здоровью и человеческому достоинству;

- быть честным в общении со своими работниками и обеспечивать им открытый доступ к информации, ограниченный лишь рамками закона и условиями конкуренции;

- прислушиваться и по возможности реагировать на предложения работников;

- в случае возникновения конфликтов участвовать в открытых переговорах с трудовым коллективом;

- избегать дискриминационной политики и гарантировать персоналу равные права и возможности независимо от пола, возраста, расовой принадлежности и религиозных убеждений; стимулировать в рамках своего бизнеса использование труда работников с различным профессиональным уровнем на тех участках, где они могут принести наибольшую пользу;

- обеспечивать охрану труда во избежание несчастных случаев и профессиональных заболеваний;

- поощрять работников и помогать им в развитии необходимых навыков и умений, внимательно относиться к серьезным проблемам занятости, часто связанным с принятием решений в бизнесе, а также сотрудничать с правительственными органами, трудовыми объединениями, другими службами и друг с другом по вопросам размещения рабочей силы.

Выделяют четыре группы основных аргументов, обосновывающих принятие управленческих решений, неправильных с этической точки зрения:

- уверенность в том, что данная деятельность не выходит за рамки этических и юридических норм, т. е. на самом деле не является аморальной;

- уверенность в том, что данная деятельность отвечает интересам индивида или корпорации и что ожидаются именно подобные действия;

- уверенность в том, что данная деятельность «безопасна», так как никогда не будет обнаружена и обнародована;

- уверенность в том, что поскольку данная деятельность помогает организации, то она отнесется снисходительно и даже защитит человека, ею занимающегося.

Значительное число людей, оказавшихся в двусмысленной деловой ситуации, считают правильными все те действия, что не были запрещены. Высшие руководители, как правило, редко прямо просят своих подчиненных о незаконных или неосторожных действиях, но часто дают понять, что кое о чем они предпочли бы не знать, намекая при этом на значительное вознаграждение. У мене-

дженеров низового звена, как правило, нет четких инструкций относительно того, на какие аспекты их деятельности будут смотреть сквозь пальцы, а какие будут осуждать.

Амбициозные менеджеры ищут способы привлечь внимание, выделиться среди других. Некоторые полагают, что нетрудно хорошо выглядеть в краткосрочной перспективе, если избегать того, что даст результат только в долгосрочном плане (например, можно игнорировать службу ремонта, или переобучение, или проблему повышения качества обслуживания покупателей). Менеджеров часто продвигают по служебной лестнице на основании «огромных» результатов, достигнутых именно такими способами, а ответственность за принятые ранее решения несут их менее удачливые последователи. Многие случаи незаконного поведения в организациях никогда не расследуются. В моменты кризиса о границах недопустимых действий вообще «забывают».

Отношения между руководителями и подчиненными влияют на весь характер делового общения, во многом определяя его нравственно-психологический климат. Это касается, прежде всего, того, как и на основе чего отдаются распоряжения в процессе управления, в чем выражается служебная дисциплина, участвуют ли подчиненные в принятии решений, какими методами подчиненные поощряются к более активным действиям, в какой мере учитывается их индивидуальность.

Значительная часть людей, встречаясь в организациях с вопиющими фактами растрат, обмана или коррупции, ничего не делает для их служебного разоблачения. Начиная с детского возраста, информирование старших о неблагоприятных делах ровесников, а позднее – сослуживцев или непосредственного начальства воспринимается многими весьма негативно. С этической точки зрения в таких ситуациях действительно существует нравственная дилемма. Возникает вопрос о критериях правильности такого рода информирования.

С каждым годом доля женщин на производстве, в управлении, на государственной службе непрерывно возрастает. Женщины все более завоевывают оплачиваемые сферы занятости и профессии. Но, несмотря на достигнутый прогресс в положении женщин в организации, они продолжают сталкиваться с серьезными проблемами, в том числе: заработок, в отличие от мужчин, работающих в

той, же области, ниже; ограничение карьерного продвижения на высшие управляющие должности (так называемый «стеклянный потолок»); сексуальные домогательства, оказывающие влияние на деятельность и дальнейшую карьеру.

Нередко в деловых отношениях проблемы решаются в нарушение существующего юридического, экономического, морального порядка, за счет использования положения отдельных людей, имеющих привилегированный доступ к товарам и услугам. В системе взаимных услуг получатель обязан возратить услугу когда-нибудь в будущем, но – с «процентами». А когда услуга возвращена, то человек, ранее оказавший ее, снова обязан отплатить за эту еще большей услугой.

Разрастаясь, система такого рода неформальных взаимоотношений по принципу «ты – мне, я – тебе» разрушает существующие официальные отношения между людьми и организациями. Ситуация с незаконным или безнравственным получением некоторых товаров или услуг может принять этически более сложную форму, когда человек представляет не свои интересы, а интересы организации, т. е. ее персонала, клиентов, потребителей.

Культурная традиция, тесно связанная с системой взаимных услуг, – это подарки. Сделать или получить подарок означает гораздо больше, чем просто дружеский жест. Трудности при традиционном обмене подарками связаны с установлением критериев отличия подарка от взятки и соответствующей оценкой поведения персонала.

На основании опроса руководителей различных организаций в США были выделены следующие этические проблемы, возникающие в деловых отношениях:

- сокрытие фактов и неверная информация в отчетах при проведении проверок;
- выпуск некачественной продукции или необходимость ее постоянного технического обслуживания;
- завышение цен или прямой обман при проведении деловых переговоров;
- излишняя самоуверенность в суждениях, которая может привести к нанесению ущерба интересам компании;
- безоговорочное подчинение руководству, каким бы неэтичным и несправедливым оно ни оказалось;

- наличие фаворитов;
- невозможность высказать свое возмущение и несогласие в атмосфере постоянных неэтичных поступков;
- невозможность уделять должное внимание семье или личным делам из-за обилия работы;
- производство продукции с сомнительными характеристиками по безопасности;
- невозвращение каких-либо вещей или ценностей, взятых на рабочем месте, у сослуживцев или из фондов компании;
- сознательное преувеличение преимуществ своего плана работы для получения поддержки;
- преувеличенное внимание к перемещениям по иерархической лестнице в ущерб интересам дела;
- перемещение по служебной лестнице «по головам» сослуживцев;
- обман работников с целью получения выгоды для компании;
- создание союзов с сомнительными партнерами в надежде на счастливую случайность;
- затяжки и промедления с выполнением своих обязанностей, что приводит к растрате времени и денег компании;
- оказание негативного влияния на общественно-политический процесс путем внесения изменений в законодательство за взятки.

В значительной мере этот перечень проблем справедлив и для российских условий. Руководители и работники, которые сталкиваются с такими проблемами, не могут для их разрешения следовать только тому, что узнали о морали в своих семьях, от учителей, в церкви и т. д. Нередко безнравственные решения принимаются, и нелицеприятные поступки совершаются людьми, которые исключительно честны и имеют самые благие намерения.

Вопросы для самоконтроля

1. Что изучает профессиональная этика?
2. Каковы особенности делового общения по принципам «сверху – вниз» и «снизу – вверх»?
3. Охарактеризуйте «12 принципов ведения дела в России».
4. Назовите «вечные» моральные дилеммы, перед которыми стоят субъекты деловых отношений.
5. Перечислите области макроуровня и микроуровня общественной структуры, в которых возникают ключевые этические проблемы деловых отношений.

Тесты

1. Профессиональная этика –

- а) совокупность норм и правил, регулирующих поведение специалиста на основе общечеловеческих моральных ценностей
- б) совокупность норм и правил, регулирующих поведение специалиста на основе общечеловеческих моральных ценностей, с учетом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации*
- в) совокупность норм и правил, регулирующих поведение с учетом особенностей его профессиональной деятельности и конкретной ситуации
- г) совокупность правил поведения профессионалов

2. Способность профессионала критически оценивать результаты своего труда с позиций общечеловеческих нравственных ценностей

- а) профессиональный долг
- б) профессиональная справедливость
- в) профессиональная совесть*
- г) профессиональная честь

3. Первые этические кодексы относятся к периоду

- а) промышленной революции
- б) индустриализации
- в) общественного разделения труда
- г) разделения ремесленного труда и возникновения цехового производства*

4. Кодекс профессиональной этики утверждает ответственность

- а) одной профессии перед другой профессией
- б) профессии перед обществом*
- в) перед узким кругом людей
- г) перед государством

- 5. В системе социальных ролей в деловом общении выделяются**
- а) творцы, лидеры, исполнители
 - б) организация, корпорация, фирма
 - в) начальник, подчиненный, коллега*
 - г) товарищества, общества с ограниченной ответственностью, акционерные общества
- 6. Один из эффективных способов привлечения сотрудников к процессу принятия решений**
- а) служебное совещание
 - б) деловая дискуссия
 - в) пресс-конференция
 - г) деловые переговоры
- 7. Автор современных этических принципов делового поведения, опирающихся на аксиомы мировой философской мысли**
- а) М. Фридман
 - б) Д. Нолан
 - в) Ж. Нолан-Хейли
 - г) Л. Хосмер
- 8. К важнейшим «вечным» моральным дилеммам, перед которыми стоят субъекты деловых отношений относятся:**
- а) дискриминация из-за расовой принадлежности, пола или вероисповедания.
 - б) воровство
 - в) соотношение целей и средств их достижения
 - г) взяточничество
- 9. В современных условиях на макроуровне ключевые этические проблемы деловых отношений возникают в области отношения между:**
- а) сотрудниками организаций
 - б) организациями и государством
 - в) руководителем и подчиненными
 - г) группами в организации
- 10. Перенос производств, вредных для окружающей среды в страны с неразвитым экологическим законодательством – моральные проблемы во взаимоотношениях**
- а) организаций с местным сообществом
 - б) организаций с окружающей средой
 - в) организаций с инвесторами
 - г) организаций с государством

Тема 2 Этикет делового общения

1. Этикет делового человека.
2. Этикет переговоров.
3. Этикет деловой встречи
4. Этикет коммуникаций.

Основные понятия и термины

Аксессуары, визитка, галстук, деловой костюм, коммуникации, модель переговоров, обувь, переговорный процесс, переговоры, прическа, рубашка, сотовый телефон, электронное письмо, этикет.

1 Этикет делового человека

Внешний вид делового человека – один из ведущих факторов успеха, поскольку для потенциального партнера именно внешний облик (костюм, прическа, атрибуты) служит своеобразным кодом, свидетельствующим о степени надежности, респектабельности и успеха в делах того или иного бизнесмена.

Доверие вызывает только тот, кто хорошо одет и причесан, у кого есть чувство вкуса и меры. Можно сказать, что и в сфере бизнеса «встречают по одежке», а уж потом оценивают и другие качества – пунктуальность, четкость, квалификацию, верность слову и т.п.

Именно поэтому к внешнему виду делового человека, его повседневному костюму (не говоря уже о торжественных случаях) предъявляется много требований.

В деловых отношениях очень важно соответствовать общепринятому имиджу бизнесмена. А имидж этот подразумевает тщательное до мелочей соблюдение классического стиля в одежде.

Рассмотрим классические правила сочетания различных деталей одежды.

Классический костюм бизнесмена. Обязательной принадлежностью классического мужского костюма является пиджак. Его необходимо надевать при любом визите.

Нижняя пуговица пиджака не застегивается никогда. Остальные обязательно должны быть застегнуты в официальной обстановке – на трибуне, при входе в любое помещение и т.д. Танцевать следует тоже лишь в застегнутом пиджаке. Расстегнуть его

можно только в том случае, если вы сидите за столом или в зрительном зале.

Снимать пиджак на официальных мероприятиях можно только после того, как это сделал хозяин, почетный гость – словом, первое лицо на приеме. И если это самое первое лицо, несмотря на изнуряющую жару, как ни в чем не бывало сидит в пиджаке, присутствующим более низкого ранга остается делать тоже самое.

Лишь находясь в гостях у близких знакомых, можно снять пиджак, не дожидаясь, пока это сделает хозяин. Но предварительно следует попросить у хозяина разрешения на это.

Поздней осенью, зимой, ранней весной, в вечернее время лучше носить темный пиджак. В дневное время и летом предпочтительнее светлый, в жару – хлопчатобумажный. Костюм может быть однотонным, а также в мелкую полоску или в клетку, но без резких контрастов.

Для деловых переговоров рекомендуется надевать однотонные костюмы серого, темно-серого, темно-синего или черного цвета. Наиболее распространен в деловом мире костюм-двойка, но допускается и костюм-тройка. Черный костюм предназначен для самых торжественных случаев.

Все остальные детали одежды подбираются под костюм. Особое внимание уделяется *галстуку*.

Галстук – обязательное дополнение к однотонной рубашке. С костюмом в полоску, в клетку и т.д. хорошо сочетается однотонный галстук. А с однотонным костюмом – галстук с узором, пестрый.

Если рубашка не светлая однотонная, нужно позаботиться о том, чтобы галстук сочетался с ее цветом. К яркой рубашке с узором подойдет только однотонный галстук. Во всех случаях галстук должен быть темнее рубашки.

Расцветка галстука вашего делового партнера может помочь вам определить его характер, настроение, позицию на данных переговорах. Ярко-красные галстуки выражают экспрессивность, некоторую непоследовательность. Сочетание ярко-красного цвета с желтым – раскованность, настойчивость в отстаивании собственной точки зрения. Красный рисунок на темном фоне может свидетельствовать об уверенности в себе, целеустремленности. Синие, темно-коричневые цвета с добавлением красного и чуть-чуть изумрудного сообщают о доброжелательности, готовности учесть

мнение оппонента. Серо-жемчужные цвета подчеркивают умение владеть чувствами. Ядовито-зеленые в сочетании с желтыми могут указывать на некоторую настороженность. Голубые галстуки излучают спокойствие. Черный плетеный кожаный галстук указывает на желание быть элегантным, привлекательным.

Для деловых переговоров лучше выбирать серо-жем-чужные, сине-красные, темно-бордовые галстуки. Рекомендуются галстуки с графическим рисунком. Такая цветовая гамма настроит ваших собеседников на деловой лад, подчеркнет ваше уважение к ним.

А вот яркий галстук с авангардным рисунком создаст у ваших деловых партнеров ощущение эмоционального давления, будет раздражать и отвлекать их.

Также рекомендуется использовать комплект из одинаковых по расцветке галстука и носового платка (кончик которого выглядывает из нагрудного кармана).

К вечернему темному костюму лучше всего подходит шелковый галстук. Синтетический галстук носят только с кожаным пиджаком. В галстуках-бабочках появляются только на официальных мероприятиях. Матерчатый черный галстук уместен лишь на похоронах и поминальных церемониях.

Галстук не принято сочетать со спортивной, шерстяной рубашкой, с любой рубашкой, которую носят навыпуск.

Ширина галстука должна быть прямо пропорциональна размеру пиджака, т.е. чем шире в плечах человек, тем шире должен быть галстук. Нельзя допускать, чтобы галстук свисал ниже пояса. Но и слишком короткий тоже неприемлем. Он должен чуть-чуть не доходить до пряжки брючного пояса.

И, конечно же, галстук должен быть завязан аккуратно и правильно. Галстуки из плотной материи следует завязывать заново каждый раз.

Рубашка. Пестрая рубашка не подходит к костюму с узором. Никогда не надевайте рубашку в полоску с костюмом в клетку и, наоборот, клетчатую рубашку с костюмом в полоску. Чем темнее костюм, тем светлее должна быть рубашка. Идеальная рубашка, подходящая для визитов любого уровня, – белая. Но самое гармоничное сочетание и самая лучшая рубашка не производят хорошего впечатления, если рубашка грязная. Свежесть рубашки – самая важная ее характеристика.

Мужская обувь. Черные ботинки подходят к костюму любого цвета. Коричневая обувь плохо сочетается с темным костюмом. Светлую обувь следует носить только со светлым костюмом в летнее время, спортивную – только к спортивной одежде; лакированные ботинки – только со смокингом и фраком.

Носки подбирают в зависимости от цвета костюма и обуви. Они должны служить цветовым переходом от брюк к обуви. В идеале носки должны быть более темными, чем брюки, но светлее, чем ботинки. Хорошо сочетаются с любым строгим костюмом темно-синие, темно-серые, темно-зеленые и черные носки.

Головной убор должен соответствовать верхней одежде, ее тону. Фетровую шляпу принято носить с солидным пальто, кожаную, матерчатую или с небольшими полями шляпу – с плащом.

Шарф и перчатки должны подходить по цвету и узору к остальным деталям одежды.

Зимой предпочтительно носить одежду темных тонов. Светлые брюки под черным пальто нежелательны.

Носовой платок рекомендуется носить в кармане брюк.

Нельзя допускать, чтобы из наружных карманов пиджака торчали какие-либо предметы – ручка, карандаш, расческа, очки и т.п. Карманы также не должны оттопыриваться.

Для каждого рода деятельности, каждой ситуации существует определенная форма одежды, определенный ансамбль. Бизнесмен, который после утренней пробежки пришел на встречу с зарубежными партнерами в спортивном костюме, безусловно, шокировал бы их. Это выглядело бы так же нелепо, как одетые во фраки крестьяне на покосе.

Недопустимо:

- облачаться в ансамбль одежды, не соответствующий месту и назначению;
- смешивать отдельные элементы, скажем, делового костюма и рабочего. Ни в коем случае нельзя надевать кроссовки к строгому костюму, джинсы – к пиджаку да еще и с галстуком.

Подбор одежды с учетом индивидуальных особенностей (для мужчин).

- Умело подбирая одежду, можно привлечь внимание к достоинствами, и скрыть недостатки фигуры, подчеркнуть особенно-

сти внешности и характера, сделать одежду продолжением и украшением индивидуальности.

- Людям светловолосым и голубоглазым больше подходят холодные серо-голубые тона, темноглазым брюнетам – желтовато-коричневые.

- Высоким и худым мужчинам рекомендуется носить пиджак с как можно большим количеством пуговиц. Двубортный пиджак, застегивающийся на две пуговицы и имеющий вверху еще две декоративные, зрительно расширяет торс. Однобортный пиджак для высокого худощавого мужчины должен застегиваться, по меньшей мере, на три пуговицы.

- В двубортном пиджаке, застегивающемся на одну пуговицу, худой мужчина будет выглядеть несколько неловким.

- Высоким мужчинам не стоит носить очень длинные пиджаки, а также костюмы в отчетливую вертикальную полосу – лучше отдать предпочтение светлому пиджаку и темным брюкам. Высоким худощавым мужчинам не подходят ни очень узкие, ни очень широкие брюки.

- Полным мужчинам невысокого роста следует придерживаться диаметрально противоположных правил. Пиджак – застегивающийся только на одну пуговицу, не слишком широкие брюки. Учтите, что вертикальная полоска придает визуальную стройность.

- Мужчинам с большим животом лучше носить костюм-тройку – он скрадывает полноту.

- Мужчине с округлым лицом подойдет высокая шляпа с мягкими опущенными полями, человеку небольшого роста – с узкими полями, а высокому - шляпа с низкой тульей.

Женская одежда для официальных приемов. На официальном приеме женщине можно появиться в шерстяной юбке с блузой, в платье обычной длины, в платье-костюме или просто костюме. Фасон должен быть строгий, рукава – длинные или «труакар», вырез – небольшой.

Платье и аксессуары должны быть выдержаны в одной цветовой гамме. Не следует соединять в ансамбле более двух цветов. Хорошо, если основные предметы одежды отличаются по цвету от дополнительных, но если, скажем, к черному пальто надеть красные туфли, красный шарфик, шляпу да еще красные перчатки, не

говоря уж о красной сумочке – это будет чересчур. Вполне достаточно двух красных предметов.

Желтый и коричневый хорошо сочетаются с зеленым, красный прекрасно гармонирует с черным и белым.

Перчатки – шелковые, кружевные или лайковые – не нужно снимать до начала еды при любых формах приветствия.

Платье может быть дополнено кожаной или замшевой сумочкой, шляпкой. На официальном приеме женщине позволено не снимать шляпку, а вот хозяйка должна быть без головного убора.

К вечернему платью шляпку не надевают, а туфли должны быть кожаные или замшевые (каблук – любой), не яркие (как и все детали вечернего ансамбля).

Нельзя появляться на торжественном мероприятии без чулок, даже если очень жарко.

Повседневная одежда деловой женщины. Деловым женщинам рекомендуется носить костюм или платье-костюм из шерсти, твида или полотна. Важно, чтобы одежда была функциональной. В деловом мире предпочтителен классический стиль. Одежда деловой женщины не должна отвлекать собеседника, уводить от делового разговора. Поэтому не рекомендуются мини-юбки и глубокие вырезы, яркие цвета.

Наиболее подходящие цвета – темно-синий, рыжевато-коричневый, бежевый, темно-коричневый, серый, светло-синий. Привлекающими мужчин считаются платья бледно-желтого, бежевого, розового, темно-синего, а также цвета ржавчины. Красное следует надевать только на многолюдные мероприятия, праздники, такое платье поможет его обладательнице выделиться в толпе. А вот в офисе этот цвет может вызвать раздражение и усталость у других сотрудников и у делового партнера во время беседы.

Вязаные вещи следует носить только в том случае, если они являются уникальной авторской работой и выполнены на очень высоком уровне.

В дневное время и летом лучше надевать платья посветлее, а вечером и зимой – темных тонов и из плотной ткани.

Подбор одежды с учетом индивидуальных особенностей (для женщин.)

- Недостатки фигуры хорошо маскирует яркий, бросающийся в глаза узор – он не позволяет рассмотреть пропорции тела, заметить чрезмерно широкую талию или сутулость.

- Высоким женщинам не стоит носить очень маленькие сумочки, а миниатюрным – большие сумки.

- Полные женщины, как и мужчины, выглядят более стройными в одежде в вертикальную полоску. Рекомендуются также одежда темных цветов и фасонов, скрывающих полноту. Ткань с крупным узором не подходит полным женщинам.

- Худеньким женщинам лучше носить пышные юбки.

- Одежда должна соответствовать возрасту и характеру. Скажем, скромной, застенчивой, мечтательной девушке больше к лицу романтический стиль – кружева, оборки, рюши, воланы, а девушке энергичной, с резкими движениями и размашистой походкой – спортивный. Женщине «бальзаковского возраста» вряд ли подойдет, например, мини-юбка или перетягивающий талию широкий ремень.

- Бледнокожим не стоит носить одежду белого и голубого цветов; румяным женщинам не к лицу ярко-красное, как, впрочем, и чересчур бледным.

- Черное платье, черный шарф подчеркивают морщинки на лице. Белые воротнички и вставки как бы подсвечивают лицо, делают его гладким и свежим.

Особо нужно отметить определенные закономерности, на которые обращают внимание в первую очередь при восприятии стиля одежды как характеристики личности:

- Насколько одежда соответствует случаю. Например, прийти на деловую встречу в серьезное учреждение, одетым как рок- или поп-звезда, наверное, будет нелепо, точно так же, как и прийти в театр в спортивном костюме.

- Насколько одежда соответствует возрасту и статусу человека. Одни и те же вещи по-разному смотрятся на людях разного возраста. Следует учитывать общепринятые нормы стиля.

- Особое внимание обращает на себя опрятность одежды. Если человек одет дорого, но неряшливо, это скорее оттолкнет, нежели произведет положительное впечатление. Скорее всего деловые партнеры воспримут вас как человека недалекого, малокультурного, не уважающего себя и окружающих.

- В восприятии стиля одежды есть определенные стереотипы, которые необходимо учитывать. Это, например, консервативный стиль одежды руководителей высокого ранга, или индивидуальный стиль одежды представителей творческих профессий.

Костюм. Это наиболее практичная деталь туалета. Строгий классический стиль считается «стандартной» одеждой для офиса. Спокойный и свободный крой, неброские цвета, предельный минимум или полное отсутствие ненужных украшательств – вот примерный перечень качеств для костюма с точки зрения делового этикета.

Можно приобрести как целый ансамбль, так и отдельно купить пиджаки и брюки или пиджак и юбку для женщин, сочетающиеся между собой по цвету. Этим в значительной степени расширяются возможности гардероба.

Этикет переговорного процесса допускает в верхней одежде спортивный, вечерний или нарочито вульгарный стиль лишь в отдельно взятых специфичных случаях, где он допустим. Например, на теннисном корте, морской яхте или во время проведения музыкального фольклорного фестиваля или национального карнавала классический деловой костюм будет неуместен.

Обувь. Комфорт, элегантность и удобство, а также соответствие вашему общему стилю – вот короткий перечень необходимых качеств обуви. Конечно же, предпочтение лучше отдать хорошим и качественным кожаным изделиям. Важно, чтобы обувь при любых обстоятельствах была чистая и ухоженная даже в самую сильную непогоду.

Аксессуары. Эти дополнения очень важны как для мужчин, так и для женщин.

Нужно помнить, что дороговизна изделия не всегда является залогом высокого вкуса и качества, но и покупать нужно уж не слишком дешевые вещи, пусть и удобные и доступные. Аксессуары должны быть «качественными». Это те мелочи, по которым опытный взгляд определяет истинное положение их владельцев.

Прическа. Большую роль в оформлении внешности играет прическа. Она также служит целям самопрезентации. Если прическа не в порядке, то тоже самое можно смело сказать и о хозяине. В любом случае прическа должна быть аккуратной. Жирные, неухо-

женные волосы, неопрятная прическа и деловой этикет – вещи несовместимые.

Визитные карточки. Само наличие визитных карточек у партнеров по переговорам говорит о соблюдении элементарных правил делового этикета. Кроме всего прочего (удобство в процессе общения и фиксирования специфичных условий деловой встречи в качестве «узелка на память»), обмен визитками является неформальным подтверждением признания статусного равноправия сторон переговорного процесса на невербальном уровне, что является очень важным аспектом положительной динамики протекания всей встречи.

Визитка не должна быть слишком вычурной. Она должна легко читаться и быть понятной для вашего контрагента (как минимум – она должна быть выполнена на понятном языке). Не стоит также выбирать чересчур крупный шрифт и выделять буквально каждое слово. Лучше, если стиль визитки придумает профессиональный дизайнер. Хранить визитки рекомендуется в «визитнице».

2 Этикет переговоров

Переговоры – это особый вид совместной деятельности двух или нескольких лиц, не связанных отношениями прямого подчинения, направленной на решение стоящих перед ними проблем. Задача переговоров состоит в поисках нахождения такого варианта, который позволил бы оптимизировать деловое общение.

В литературе переговоры классифицируются в зависимости от целей, которые ставят перед собой участники общения. Они могут быть направлены:

- на продолжение соответствующих отношений;
- изменение существующих, отношений;
- перераспределение прав и обязанностей в связи с изменившимися условиями;
- достижение нового соглашения по интересующему вопросу.

Возможно и получение побочных результатов, которые могут и не быть целью переговоров.

Основная функция переговоров – это совместное обсуждение вопроса и принятие решения, устраивающего участников. Другая

функция переговоров – информационная, состоящая в обмене мнениями сторон без принятия конкретного решения.

Переговорный процесс – это основа деятельности руководителя. В процессе переговоров важно отмечать, насколько руководитель защищает интересы предприятия и насколько он владеет культурой делового общения.

Для успешного ведения деловых переговоров его участниками должны соблюдаться следующие принципы:

- кооперативности – твой вклад такой, какого требует совместно принятое направление делового общения;
- достаточности информации – говори то, что требуется в данный момент;
- качества информации – не лги;
- целенаправленности – не отклоняйся от темы, сумей найти решение;
- учета индивидуальных особенностей собеседника.

Руководителю важно владеть техникой ведения переговоров: избегать высказываний, унижающих партнера, придерживаясь, правил этикета.

Чтобы успешно вести переговоры, независимо от их уровня и масштаба, необходимо овладеть культурой переговоров, т.е. системой понятий, ценностей и норм, которая бы стала средством успешного общения участников переговоров – государственных деятелей, политиков, дипломатов, деловых людей.

Прежде всего, любому вступающему в переговоры полезно усвоить изначальную истину: крайне невыгодно делать ставку на конфликтное взаимодействие, стремиться к разовому выигрышу любой ценой. Гораздо более продуктивен вариант партнерских отношений, когда совместно с партнером проводится анализ проблемы с тем, чтобы найти решение, которое бы в максимальной степени отвечало обоюдным интересам.

Модель переговоров обычно включает:

- приветствие участников и введение в содержание переговоров;
- взаимное уточнение позиций, интересов, концепций участников;
- диалог участников;
- согласование позиций и подведение итогов;

- принятие решения (договоренностей) и завершение переговоров.

Важно помнить о том, что опаздывать на переговоры недопустимо. Это может отрицательно сказаться на имидже фирмы и повредить самому ходу переговоров. За задержку с приемом необходимо также извиниться.

Не рекомендуется принимать посетителей, сидя за столом. Гораздо лучше выйти из-за стола и сделать несколько шагов навстречу гостям или же встретить их при входе в кабинет или комнату для переговоров. Когда переговоры проходят в офисе одного из участников, то его сотрудник (референт или помощник) должен встречать гостей у входа.

Переговоры начинаются с приветствия и представления. Первым представляется глава принимающей делегации, затем – глава приехавшей. После этого главы делегаций представляют своих сотрудников, право первенства при этом принадлежит принимающей делегации. Членов делегации представляют «по убывающей», начиная с тех, кто занимает более высокое положение, при этом можно обмениваться визитными карточками. Если делегация очень большая, то каждому участнику вручается список делегаций, по возможности с указанием полных имен и должностей.

Участники переговоров рассаживаются так, чтобы члены каждой делегации, занимающие примерно равное положение, сидели друг напротив друга.

Первым садится за стол переговоров глава принимающей стороны, которому принадлежит инициатива ведения переговоров. Он начинает беседу, предоставляет слово другим членам своей делегации, экспертам, советникам, следит, чтобы не было пауз в ходе переговоров, которые могут быть восприняты как сигнал к их окончанию.

Прерывать или перебивать выступающих не принято, вопросы задают по окончании выступления. В случае уточнения какой-либо детали следует извиниться и свое высказывание в момент выступления сделать максимально кратким и конкретным. Во время переговоров могут быть поданы кофе, чай или же устроен непродолжительный перерыв для кофе.

Кроме того, в ходе переговоров для проработки отдельных вопросов делегации могут образовывать экспертные рабочие груп-

пы из состава входящих в делегации специалистов, которые при необходимости удаляются в отдельную комнату, согласовывают возможное решение или пункт в итоговом документе и излагают результаты работы главам делегаций.

По окончании встречи необходимо попрощаться с партнером. Если делегации большие, то прощаются их главы, ограничиваясь вежливым легким поклоном остальным членам делегации.

После переговоров целесообразно письменно подтвердить их содержание, не забывая о благодарности за знаки внимания и гостеприимство. Независимо от того, были переговоры успешными или безрезультатными, их итоги должны быть обсуждены в коллективе.

Сам успех переговоров зависит от тщательности их предварительной подготовки. Процесс подготовки к переговорам подразделяют на два тесно взаимосвязанных этапа: организационный и содержательный. Плохая организация может привести переговоры к осложнениям и даже к срыву.

Организационная подготовка переговоров - это:

- определение места и времени встречи;
- формирование делегации и назначение ее главы.

При содержательной подготовке нужно:

- провести анализ проблемы и оценить ситуацию, а также проанализировать интересы, как свои, так и партнера;
- согласовать все вопросы внутри своей делегации, а также с теми, кто будет задействован в выполнении возможных договоренностей (смежные организации), т.е. провести «внутренние переговоры»;
- проработать несколько возможных вариантов решения, чтобы во время переговоров не принимать скоропалительных решений при изменившейся ситуации;
- разработать целостные и не противоречащие друг другу предложения.

Обычно заранее готовятся аргументы по наиболее значимым пунктам позиции, и они также не должны быть противоречивыми;

- подготовить инструкции участникам переговоров (выработать общее направление действий) и подобрать необходимые документы (законодательные нормы, нормы налоговых отчислений, справочные материалы по ценам.)

- успеху проведения деловых совещаний способствует соблюдение простых правил:

- предварительная подготовка повестки дня и ее неукоснительное соблюдение;

- заблаговременное предупреждение участников совещания о его содержании и необходимости твердо его придерживаться;

- назначение времени начала и окончания совещания;

- если во время совещания предполагаются выступления, нужно следить за их порядком.

Самое главное, чтобы подобное совещание было продуктивно. Обязанность ведущего совещание продумать повестку дня так, чтобы люди не тратили попусту время. Если выгода от проведенного совещания будет меньше, чем на него было потрачено, то цена такого совещания неоправданна и его не нужно было проводить.

Существуют три метода ведения переговоров: мягкий, жесткий и принципиальный.

Мягкий метод. Мягкий по характеру человек желает избежать личного конфликта и ради достижения соглашения с готовностью идет на уступки. Он хочет полубовной развязки, но дело чаще всего кончается тем, что он остается в обиде и чувствует себя ущемленным.

Жесткий метод. Жесткий участник переговоров рассматривает любую ситуацию как состязание воли, в котором сторона, занявшая крайнюю позицию и упорно стоящая на своем, получит больше. Он хочет победить, но часто кончается тем, что он вызывает такую же жесткую ситуацию, которая изматывает его самого и его ресурсы, а также портит его отношения с другой стороной.

Метод принципиальных переговоров – это третий путь ведения переговоров, предусматривающий позицию, основанную не на слабости или твердости, а скорее объединяющий и то и другое.

Метод принципиальных переговоров, состоит в том, чтобы решать проблемы на основе их качественных свойств, то есть исходя из сути дела, а не торговаться по поводу того, на что может найти или нет каждая из сторон.

Этот метод полагает, что найти взаимную выгоду там, где только возможно, а там, где интересы не совпадают, следует настаивать на таком результате, который был бы основан на каких-то справедливых нормах, независимо от воли каждого из сторон.

Метод принципиальных переговоров означает жесткий подход к рассмотрению существа дела, но предусматривает мягкий подход к отношениям между участниками переговоров.

3 Этикет деловой встречи

Требования делового этикета к проведению деловых встреч.

1. Всегда строго оговаривают между участниками время и место проведения встречи. Однако стороны не настаивают, а предлагают.

2. От деловой встречи допустимо отказаться, но – обязательно указав причину.

3. Лучшим вариантом отказа считается ссылка на встречу, назначенную ранее. Но никогда не отменяйте уже достигнутых договоренностей из-за встречи, «возникшей» позже (это выглядит как пренебрежение).

4. Помещение для встреч и переговоров должно быть просторным, с удобной мебелью и хорошим освещением.

5. В комнате обязательно наличие часов (обычно – на стене), которые видны всем участникам процесса.

6. Во время деловых мероприятий в комнате переговоров на столе всегда должна присутствовать минеральная вода (и стаканы!), но не следует создавать забор-барьер из бутылок на столе.

7. Предпочтительно командно-президентское расположение участников за столом.

8. Перед началом переговоров принят предварительный «small-talk», который позволяет сторонам познакомиться ближе – присмотреться к реакциям, предположить «кто есть кто». При этом к обычному кругу тем – погода, хобби, шоу-бизнес, путешествия, обстановка в офисе – следует относиться внимательно, иногда даже традиционные проверенные варианты могут оказаться неуместными. Будьте бдительны и тактичны.

9. Во время проведения встречи устраивают короткие паузы – на «кофе-брейк».

10. В ознаменование успеха при достижении договоренностей давним партнерам допустимо предложить ликеры или коньяк (в маленьких рюмках, что подчеркивает рабочую обстановку).

11. По завершении переговоров возможен также «кофе-брейк» в каком-либо варианте. Или любой другой вид приема (в зависимости от масштаба мероприятия) – от скромного «бокала шампанского» до пышного «официального обеда».

12. Некоторые встречи уместно и удобно проводить в формате приема «ланч» – как текущие рабочие переговоры, так и вполне официальные, «ланч» может удовлетворить любые запросы.

4 Этикет коммуникаций

Этикет пользования электронной почтой. Многие правила этикета для пользователей электронной почты сходны с принятыми в обществе нормами для классической почты. Основные правила работы с электронной почтой:

- если к вашему компьютеру (или к вашему электронному почтовому ящику) имеют доступ несколько людей, то необходимо установить систему паролей и идентификации пользователей, при этом никогда сами не передавайте другим свой пароль или идентификатор и не пытайтесь узнать пароли других пользователей. Обычно распределением паролей для почтовых ящиков занимается администратор сети предприятия или учреждения.

- почтовый (системный) администратор имеет, как правило, полный доступ к вашей почте. Нужно учитывать этот факт при переписке. Администратор же не должен использовать свою привилегию в личных целях. Системный администратор имеет право посылать экстренные сообщения всем пользователям электронной почты данного сервера (рассылка по всем почтовым ящикам), ряд пользователей могут это сделать только с разрешения администратора.

- если вы подписались на получение той или иной информации с автоматического почтового сервера и не сможете в течение длительного времени «забирать» письма из своего почтового ящика (например, планируете уехать в командировку), то откажитесь от подписки, так как автоматически приходящие к вам информационные письма очень скоро заполнят почтовый ящик, а это может нарушить нормальную работу других пользователей электронной почты;

- никогда не помещайте в сообщение информацию о чем-либо таком, что, по вашему мнению, должны знать только участ-

ники вашей конфиденциальной переписки. Если все же возникла необходимость пересылать конфиденциальную информацию, воспользуйтесь шифром. Нарушив это правило, вы окажете плохую услугу и себе, и своим коллегам по переписке;

- не используйте электронную почту для рассылки по случайно попавшим к вам адресам рекламных сообщений (в некоторых странах такое применение почты уголовно наказуемо);

- не используйте какие-либо бесплатные сети (чаще всего локальные сети в научных учреждениях и т. п.) для своей частной переписки;

- настройте вашу почтовую программу так, чтобы она в конце сообщений проставляла вашу электронную подпись (фамилию и имя). Ваш электронный почтовый адрес не несет такой информации. В электронную подпись можно также при желании добавить номера вашего рабочего телефона, факса, адрес вашей веб-страницы (если она у вас есть) или ваш почтовый индекс и адрес;

- несколько раз перечитайте сообщение, прежде чем его отправлять: вы уже ничего не сможете в нем исправить или изменить, когда оно будет послано (перехватить или остановить сообщение рядовому пользователю не по силам). Это еще может сделать ваш системный администратор, когда письмо находится на вашем почтовом сервере, но «остановить» письмо, когда оно уйдет по назначению, невозможно;

- не злоупотребляйте заглавными буквами. Если вы хотите выделить слово, лучше поставьте перед ним и сразу за ним какие-либо символы, например звездочки, или выделите слово в отдельную строку;

- следите за тем, чтобы в посылаемом тексте не было управляющих символов, а общее количество символов в каждой строке не превышало 70 (лучше всего 60–65). Такое количество символов уместится на экране стандартного монитора в текстовом режиме. Если ваше письмо будет содержать строки указанной длины, то его можно будет прочитать с помощью любого почтового программного обеспечения. Это позволит избежать некрасивого переноса слов при прочтении вашего сообщения адресатом, у которого может быть установлена отличная от вашей почтовая программа;

- старайтесь не указывать в своих сообщениях адреса электронной почты других людей – это неэтично (как и указание чужо-

го телефонного номера) и, кроме того, помните, что указанный адрес может быть использован кем-либо в личных целях;

- при пересылке русскоязычных сообщений в текстовой форме за границу возникает проблема с прочтением русских букв. Часто такие сообщения пишут латинскими буквами, например: *Zdravstvuite, Mihail Alekseevich*. В этом случае следует внимательно следить за соблюдением принятой транскрипции русских слов, чтобы ваш адресат смог прочесть сообщение. Лучше всего русскоязычные документы пересылать за границу по почте как вложения;

- если письмо включает цитаты, правильно их оформляйте, выделяя и указывая автора;

- не создавайте больших писем: в электронной почте краткость более уместна, чем обильные словоизлияния. Кроме того, следуя этому совету, вы увеличите скорость пересылки своего сообщения. Слишком большое письмо может переполнить электронный почтовый ящик, как на вашем почтовом сервере, так и на почтовом сервере адресата. В этом случае либо вам, либо вашему адресату придется иметь дело с системным администратором, и велика вероятность того, что ваше письмо будет уничтожено;

- если адресат не получил вашего письма, обратитесь к администратору, чтобы проверить, было ли письмо отправлено с почтового сервера (иногда письма могут пропадать в результате сбоев в работе сервера). Если письмо ушло, попросите вашего адресата обратиться к своему администратору для проверки того, было ли письмо получено его почтовым сервером. Обычно электронные письма не пропадают! Но если это все же случилось отправьте письмо заново (чтобы это можно было сделать, не спешите уничтожать отправленные письма, почтовые программы обычно сохраняют корреспонденцию на жестком диске до тех пор, пока пользователь сам ее не уничтожит);

- отвечать на электронное письмо принято сразу по его прочтении, если время не позволяет, это можно сделать и позже, но обязательно в тот же день. Старайтесь также регулярно проверять свой почтовый ящик, чтобы «забирать» оттуда адресованные вам письма. Письма в почтовом ящике занимают место на жестком диске сервера, большое их скопление может привести к переполнению почтового ящика;

- чтобы придать тексту большую эмоциональность, существует набор символов, пользуясь которым можно нарисовать рожицу с определенным выражением. Такая рожица называется «смайлик» (от англ. *smile* – улыбка). Ниже приводятся примеры некоторых смайликов: :) – улыбающийся смайлик (добрая улыбка); (: – печальный (грустный) смайлик; D – хохочущий смайлик; O – удивленный смайлик;

- в неофициальных письмах можно для сокращения текста использовать и общепринятые англоязычные акронимы-аббревиатуры, например: SUL (*See you later*) – «До встречи!», «Увидимся позже»; F2F (*Face to face*) – «Лицом к лицу»; TNX (*Thanks*) – «Спасибо»; ASAP (*As soon as possible*) – «Как можно быстрее»; 4U (*For you*) – «Для вас».

Используя данные сокращения, нужно быть уверенным, что получатель письма знаком с ними и сможет их правильно расшифровать.

Особенности делового телефонного этикета и разговоры по сотовому телефону.

По подсчетам специалистов сегодня свыше 50 % всех деловых вопросов решаются по телефону. Это самый быстрый способ связи, который позволяет установить контакты, договориться о встрече, деловой беседе, переговорах, не прибегая к непосредственному общению. Но от того, как звучит ваш голос, от вашей манеры общаться по телефону во многом зависит репутация фирмы и успех ее деловых операций. Поэтому умение правильно и корректно говорить по телефону в настоящее время становится составной частью имиджевой политики фирмы.

Культура делового общения предполагает знание: общих правил телефонного разговора и основных правил телефонного делового этикета.

Общие правила телефонного разговора:

1. Поднимайте трубку до четвертого звонка: первое впечатление о вас или вашей фирме складывается уже и от того, как долго приходится ждать ответа;

2. Беседуя по телефону, следует на время оставить все посторонние разговоры. Ваш собеседник имеет полное право на внимание к себе;

3. Во время телефонного разговора считается неприличным, что-то есть, пить, курить, шуршать бумагой, жевать резинку;

4. Недопустимо, сняв трубку и ответив: «Минуточку», заставлять звонящего ждать, пока вы справитесь со своими делами. Это возможно только в крайнем случае и только в пределах одной минуты. Если в данный момент вы очень заняты и не можете разговаривать, лучше извиниться и предложить перезвонить;

5. Перезванивайте всегда, когда ждут вашего звонка;

6. Если вы «не туда попали», не следует выяснять: «А какой у вас номер?». Можно уточнить: «Это номер такой-то...?», услышав отрицательный ответ, извиниться и положить трубку;

7. Звонок домой является вторжением в личную жизнь, поэтому всегда спрашивайте, в удобное ли время вы звоните: «У вас есть время со мной поговорить?», «Вы сейчас очень заняты?» и т. п. Если ответ положительный, вы можете поговорить в свое удовольствие, но услышав первые признаки желания завершить беседу, следует вежливо попрощаться. На службе время телефонного разговора тоже ограничено;

8. Разговор по телефону должен быть предельно вежлив. Недопустимо кричать и раздражаться во время телефонного разговора, это является грубым нарушением этики межличностного и делового общения. В ответ на оскорбление кладут трубку. Ругань по телефону считается противозаконной;

9. Беседа по телефону должна быть учтиво, но немедленно завершена, если к вам в дом пришел гость или посетитель в офис. Следует извиниться и, кратко назвав причину, договориться о звонке. Дома вы можете сказать: «Прошу меня извинить, ко мне пришли гости, я перезвоню вам завтра вечером (утром)»; на работе: «Простите, ко мне пришел посетитель, я перезвоню вам примерно через час». Обязательно выполните свое обещание.

10. Если во время разговора оборвалась связь, следует положить трубку; вновь набирает номер тот, кто позвонил. Если представитель компании разговаривал с заказчиком или клиентом, то тогда он должен набрать номер;

11. Инициатива завершения телефонного разговора принадлежит тому, кто позвонил. Исключение составляет разговор со старшими по возрасту или социальному положению;

12. Ничто не заменит теплых слов благодарности и прощания в конце любой беседы, разговора. При этом следует помнить, что слова прощания должны содержать возможность будущего контакта: «Давайте созвонимся в следующий вторник», «увидимся завтра» и т. д.

Основные правила делового телефонного этикета.

Необходимо помнить, что деловой телефонный разговор не должен превышать четырех минут.

Вам нужно позвонить

1. Правила этикета требуют, услышав ответ абонента:

Приветствие и представление во время разговора с незнакомым человеком – процедура взаимная и обязательная.

Главное правило делового протокола – телефонный разговор должен быть персонализирован. Если абонент не представился, следует вежливо спросить: «Простите, с кем я разговариваю?», «Позвольте узнать, с кем я разговариваю?» и т. п.

2. Если звонок идет через секретаря и там, куда вы звоните, вас не знают, секретарь имеет право спросить о причине звонка.

3. Независимо от обстоятельств постарайтесь улыбнуться, иначе вы не сможете расположить к себе собеседника.

4. Всегда держите под рукой блокнот и ручку для необходимых записей.

5. Готовясь к телефонному разговору, составьте перечень вопросов, которые необходимо обсудить. Повторный звонок с извинениями по поводу того, что вы что-то упустили, оставляет неблагоприятное впечатление и допустим только в крайнем случае.

6. Если вы не смогли застать нужного вам человека, поинтересуйтесь, когда удобнее перезвонить.

7. Планируйте сообщение заранее, если знаете, что информация будет передана через третье лицо или через автоответчик.

8. Если вы оставляете сообщение на автоответчике, после приветствия и представления назовите дату и время звонка, а затем краткое сообщение и слова прощания.

Когда звонят вам

По правилам этикета, сняв трубку, вам необходимо:

1. Если хотят поговорить не с вами, а с кем-либо другим: «Одну минуточку, я сейчас передам трубку»; тот, кого зовут к те-

лефону, должен поблагодарить: «Спасибо», «Спасибо, я сейчас подойду».

2. Если нужного лица нет в этот момент на месте, то подошедший уточняет, что данное лицо отсутствует. Подобные ответы должны включать просьбу перезвонить через определенное время: «Не могли бы вы перезвонить через час» и т. п.

3. Если звонит телефон, а вы в это время говорите по другому аппарату, следует, сняв трубку, извиниться, по возможности завершить первый разговор, положить трубку, затем приступить к разговору со вторым собеседником или извиниться и попросить перезвонить через определенное время. Недопустимо заставлять ждать звонящего более одной минуты.

4. Лучше воздержаться от ответа на звонки, если вы проводите деловое совещание или деловую встречу. Приоритет всегда принадлежит живому голосу.

5. Если вам звонят по важному делу, когда в кабинете находятся люди, лучше ответить на звонок из соседнего помещения или при отсутствии такой возможности попросить перезвонить через определенное время, или сократить разговор до минимума.

В современной деловой культуре общения особое внимание уделяют телефонному разговору. Несколько аксиом телефонного общения, особенно если Вы звоните в первый раз.

Искусство разговора по мобильному телефону.

Мобильные телефоны прочно вошли в нашу жизнь. Наверное, необходимость и преимущества этого средства коммуникации бесспорны, и мобильную связь следует принимать как плод цивилизации.

Поэтому можно сформулировать некоторые *общие правила этикета при использовании сотового телефона.*

Изучите его характеристики и функции, другими словами, прочитайте руководство.

Помните, когда следует выключить телефон или поставить режим вибрации.

Выключен: собрания, кино, спортивные игры, богослужение, семинары, общение с клиентом.

В режиме вибрации: в общественных местах, где вы можете ответить на звонок, не мешая другим.

Если вокруг вас люди, но вам надо поговорить, не кричите. Сотовый телефон действительно более чувствителен к звуку и голосу, чем обычный телефон. Можно даже говорить чуть тише, чем обычно, и вас услышит ваш абонент (а не другие люди в комнате).

Избегайте разговоров по телефону за столом в ресторане. Если вам необходимо ответить на звонок, попросите звонящего подождать минуту, извинитесь, выйдите из-за стола и переговорите у телефонов-автоматов в ресторане или на улице. Избегайте разговоров там, где вы можете отвлечь внимание людей. Избегайте разговоров на личные темы там, где вас могут услышать. Сознавайте кто вокруг вас. Не перебирайте грязное белье на людях. Уменьшите громкость звонка.

Если вы все же поступили неправильно, лучше избежать ненужных отговорок. Говорить: «Извините, я забыл его выключить» – так же нехорошо, как и оставлять телефон звонить.

Используйте функцию голосовой почты. Помните, что лифт, поднимаясь, может обрывать звонки. Закончите разговор, перед тем как войти в лифт.

Будьте кратки. Если вам позвонили и вы не один, 30 секунд – это максимум.

Если вам звонят в общественном месте или на частной встрече, это неприятно втрое:

- выставляет вас в плохом свете, и вы представляетесь невежливым и глупо выглядите;
- всех приводит в замешательство;
- вы ставите звонящего в неудобное положение, давая ему понять, что «вы на совещании» (большое дело!), а он пристаёт с болтовней.

Реальность показывает: отвечая на звонок во время совещания, вы тем самым говорите вашему будущему клиенту или заказчику: «Я не ценю вас и свое время, проведенное с вами. Вы не так важны, как человек, который может позвонить».

Но имейте в виду: есть ситуации, когда вы должны ответить на звонок – больной ребенок, ожидание большой сделки, важное сообщение. По правилам этикета перед собранием обязательно следует предупредить присутствующих, что вы ждете важного звонка, и получить разрешение.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы особенности делового костюма?
2. Какие требования предъявляются к рубашке в деловом костюме?
3. Каким требованиям должна отвечать женская одежда для официальных приемов?
4. Какие требования предъявляются к визиткам?
5. Охарактеризуйте этикет переговоров.

Тесты

- 1. Одежда для собеседования или деловых переговоров называется**
 - а) повседневно-деловой
 - б) строго деловой
 - в) условно-деловой
 - г) традиционной
- 2. Спортивную обувь можно носить только**
 - а) с весенней одеждой
 - б) со светлым костюмом
 - в) со спортивной одеждой
 - г) с летней одеждой
- 3. Для деловой встречи рекомендуется галстуки**
 - а) с мелким орнаментом
 - б) с графическим рисунком
 - в) авангардным рисунком
 - г) пестрый
- 4. От деловой встречи**
 - а) можно отказаться, но – обязательно указать причину.
 - б) можно отказаться, не указывая причину
 - в) нельзя отказаться
 - г) можно отказаться, но при этом назначить новое время ее проведения
- 5. Путь ведения переговоров, предусматривающий позицию, основанную не на слабости или твердости, а объединяющий и то и другое**
 - а) мягкий метод переговоров
 - б) жесткий метод переговоров
 - в) нейтральный метод переговоров
 - г) метод принципиальных переговоров

6. Электронный почтовый ящик принято проверять

- а) каждый день
- б) несколько раз в день
- в) раз в неделю
- г) несколько раз в неделю

7. Отвечать на электронное письмо принято

- а) в течение недели
- б) в течении двух дней
- в) в день получения
- г) в течении месяца

8. Сокращения в электронном письме можно использовать

- а) в переписке с друзьями
- б) в деловой переписке
- в) с коллегами
- г) в неофициальных письмах

9. Инициатива завершения телефонного разговора должна принадлежать тому

- а) кто позвонил
- б) кому позвонили
- в) любому из собеседников
- г) правилами не оговаривается

10. Согласно правилам телефонного разговора трубку нужно поднимать

- а) после первого звонка
- б) до третьего звонка
- в) до четвертого звонка
- г) ограничений нет

Тема 3 Конфликты в деловом общении и пути их разрешения

1. Понятие конфликта и его виды
2. Пути разрешения конфликтов
3. Искусство спора

Основные понятия и термины

Дебаты, деструктивные деловые конфликты, дискуссия, избегание, компромисс, конструктивные деловые конфликты, конфликт между личностью и группой, личностный конфликт, межгрупповой конфликт, межличностный конфликт, полемика, приспособление, служебная этика, соревнование, сотрудничество, спор.

1 Понятие конфликта

Конфликт – столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями. Деловой конфликт – это специфическое столкновение, которое возникает только в профессиональной сфере. Существует многовариантная типология конфликтов, построенная в зависимости от тех критериев, которые берутся за основу.

Конфликт может быть:

- личностным;
- межличностным;
- между личностью и группой;
- межгрупповым.

Личностный конфликт. Такой конфликт может возникнуть, когда к одному человеку предъявляются противоречивые требования по поводу того, каким должен быть результат его работы.

Личностный конфликт может быть результатом того, что производственные требования не согласуются с личными потребностями или ценностями.

Например, руководитель отдела давно планировал на выходные поехать отдохнуть с женой и детьми, поскольку его чрезмерная занятость на работе стала плохо сказываться на семейных от-

ношениях. Но в последний рабочий день начальник ставит перед ним срочную задачу и настаивает, чтобы он занялся ее решением в выходные дни.

Нередки случаи, когда некоторые руководители возражают против их перевода в другой город, хотя это сулит им солидное повышение в должности и жаловании. Это особенно часто происходит в семьях, где и муж и жена занимают руководящую должность или являются специалистами.

Личностный конфликт может также являться ответом на рабочую перегрузку или недогрузку. Исследования показывают, что такой конфликт связан с низкой степенью удовлетворенности работой, малой уверенностью в себе и организации, а также со стрессом.

Межличностный конфликт. Этот тип конфликта можно назвать самым распространенным. В организациях он проявляется по-разному. В частности, в борьбе партнеров или руководителей за ресурсы, капитал, рабочую силу, время использования оборудования или одобрение проекта.

Так, например, два руководителя среднего звена в организации могут считать, что поскольку ресурсы ограничены, каждый из них должен убедить вышестоящее начальство выделить эти ресурсы именно ему, а не другому руководителю. При этом такое столкновение сопровождается критикой личностных и профессиональных качеств друг друга.

Аналогичным, только более тонким и длительным, может быть конфликт между двумя кандидатами на повышение при наличии одной вакансии.

Межличностный конфликт может проявляться и как столкновение на основе личной неприязни. Люди с различными чертами характера, взглядами и ценностями иногда просто не в состоянии ладить друг с другом.

Конфликт между личностью и группой. Каждый член коллектива должен соблюдать нормы, требования и ценности, чтобы быть принятым и тем самым поспособствовать удовлетворению своих социальных и профессиональных потребностей. Однако если ожидания группы находятся в противоречии с ожиданиями отдельной личности, может возникнуть конфликт.

Например, кто-то захочет заработать побольше, то ли делая сверхурочную работу, то ли перевыполняя нормы, а группа рассмотрит такое «чрезмерное» усердие как негативное поведение.

Между отдельной личностью и группой может возникнуть конфликт, если эта личность займет позицию, отличающуюся от позиции группы. Например, обсуждая на совещании возможности увеличения производительности труда, большинство будет считать, что этого можно добиться путем обновления оборудования. А кто-то один будет твердо убежден, что такой подход не приведет к требуемому результату. По его мнению, прежде всего, актуальными будут меры по укреплению трудовой дисциплины. Хотя мнение этого человека отличается от мнения группы, он может искренне принимать близко к сердцу интересы организации, но его позиция может рассматриваться как источник конфликта, поскольку она противоречит мнению группы.

Аналогичный конфликт может возникнуть на почве должностных обязанностей руководителя. Последний может быть вынужден предпринимать дисциплинарные меры, которые могут оказаться непопулярными в глазах подчиненных. Тогда группа может нанести ответный удар – изменить отношение к руководителю и, возможно, снизить производительность труда.

Межгрупповой конфликт. Организации состоят из множества групп, как формальных, так и неформальных. Даже в самых лучших организациях между такими группами могут возникать конфликты. Неформальные группы в коллективе, которые считают, что руководитель относится к ним несправедливо, могут крепче сплотиться и попытаться «рассчитаться» с ним снижением производительности. Часто из-за различия целей начинают конфликтовать друг с другом функциональные группы внутри организации.

Возможна такая классификация конфликтов:

- по горизонтали (между рядовыми сотрудниками, которые не находятся друг у друга в подчинении);
- по вертикали (между людьми, которые подчинены друг другу);
- смешанные, в которых представлены и те, и другие.

Классификация по характеру причин, приведших к конфликту. Выделяют три группы причин, которые обусловлены:

- трудовым процессом;

- психологическими особенностями человеческих взаимоотношений: их симпатиями, антипатиями; культурными, этническими различиями людей; действиями руководителя, плохой психологической коммуникацией;

- личностным своеобразием членов группы, например, неумением контролировать свое эмоциональное состояние, агрессивностью, некоммуникабельностью, бестактностью.

Конфликты различают и по их значению для организации, а также по способу их разрешения: *конструктивные* и *деструктивные*.

Для первых характерны разногласия, которые затрагивают принципиальные стороны, проблемы жизнедеятельности организации и разрешение которых выводит организацию на новый, более высокий и эффективный уровень развития.

Вторые приводят к негативным, часто разрушительным действиям, которые иногда перерастают в склоку и другие негативные явления, что резко снижает эффективность работы группы или организации.

Причины *конструктивных деловых* конфликтов в организации, фирме или компании могут быть следующими:

- разные представления сотрудников о конечных целях деятельности;

- разный уровень интеллекта и образования;

- недостаток финансовых или человеческих ресурсов;

- неблагоприятные условия труда;

- несоответствие прав и обязанностей или неправильное их распределение в коллективе;

- неумение коллег правильно выстраивать коммуникацию друг с другом.

Эти причины приводят к тому, что деловые конфликты в коллективе именуемые конструктивными, случаются с регулярной стабильностью. Их устранение, прежде всего, означает избавление от причины, приведшей к разногласиям. Кроме того, разрешение деловых конфликтов такого рода позволит улучшить производительность труда, а в дальнейшем приведет к развитию трудового коллектива и компании в целом.

Деструктивные конфликты в деловой среде рождаются благодаря субъективным причинам:

- неверная политика руководства организации в отношении коллектива;
- психологическая несовместимость коллег в одном трудовом коллективе;
- интриги определенных личностей, целью которых является продвижение собственных интересов.

Такие конфликты являются крайне неприятными и последствия для делового общения могут быть весьма плачевными. Отсутствие рабочего настроения, упадок сил и духа, формирование образа врагов в лице других коллег, враждебность в коллективе и нездоровая конкуренция вместо слаженности. Это лишь несколько примеров последствий деструктивного конфликта. Чтобы этого не происходило, лучшим вариантом было бы предупреждение такого столкновения. Однако если инцидент уже произошел, то важно суметь его остановить.

В целом у всех конфликтов в деловом общении есть несколько основных причин. Основными причинами конфликта являются

- ограниченность ресурсов, которые нужно делить;
- взаимозависимость заданий;
- различия в целях;
- различия в представлениях и ценностях;
- различия в манере поведения, в уровне образования;
- плохие коммуникации.

Распределение ресурсов. Поскольку ресурсы всегда ограничены, руководство должно решить, как распределить материалы, людские ресурсы и финансы между различными группами, чтобы наиболее эффективным образом достигнуть целей организации. Выделить большую долю ресурсов какому-то одному руководителю, подчиненному или группе означает, что другие получают меньшую долю от общего количества.

Не имеет значения, какой руководитель получит дополнительные средства для расширения своего производства или какое подразделение получит приоритет в разработке проекта, – люди всегда хотят получать больше, а не меньше. Таким образом, необходимость перераспределять и делить ресурсы является очень частой причиной конфликтов в деловом общении.

Взаимозависимость задач. Возможность конфликта существует везде, где один человек или группа зависят в выполнении задачи от другого человека или группы. Так как все организации являются системами, состоящими из взаимозависимых элементов, при неадекватной работе одного подразделения или человека взаимозависимость задач может стать причиной конфликта.

Например, руководитель отдела сбыта может объяснять низкую реализацию товаров неспособностью производства выпускать продукцию нужного качества.

В свою очередь, руководитель производства может винить службу маркетинга в неверной оценке потребности населения в выпускаемом товаре.

Это может привести к конфликту между руководителями подразделений, поскольку, по их мнению, кто-то другой (но не он сам) не справляется с поставленными задачами.

Различия в целях. Возможность конфликта увеличивается по мере того, как организации становятся более специализированными и разбиваются на подразделения. Это происходит, потому что специализированные подразделения сами формулируют свои цели и могут уделять большее внимание их достижению, чем целей всей организации.

Например, отдел сбыта может настаивать на производстве как можно более разнообразной продукции, потому что это повышает ее конкурентоспособность и увеличивает объемы сбыта. Однако цели производственного подразделения, выраженные в категориях «затраты – эффективность» выполнить легче, если номенклатура продукции менее разнообразна.

Отдел снабжения, в свою очередь, может захотеть закупить большие объемы сырья и материалов, чтобы снизить среднюю себестоимость единицы продукции.

Различия в представлениях и ценностях. Различия в ценностях – весьма распространенная причина конфликта.

Представление о какой-то ситуации зависит от желания достигнуть определенной цели. Вместо того чтобы объективно оценить ситуацию, люди могут рассматривать только те взгляды, альтернативы и аспекты ситуации, которые, по их мнению, благоприятны для их группы и личных потребностей.

Например, научный персонал, связанный с исследованиями и разработками, ценит свободу и независимость, а его начальство жестко регламентирует деятельность сотрудников многочисленными формальными процедурами. Скорее всего, такое различие в ценностях вызовет конфликт.

Другой распространенный пример: подчиненный может считать, что всегда имеет право на выражение своего мнения, в то время как руководитель может полагать, что подчиненный имеет право выражать свое мнение только тогда, когда его спрашивают, и должен беспрекословно подчиняться.

Противоречия в культуре поведения и жизненном опыте. Эти противоречия также могут увеличить риск возникновения конфликта.

В частности, конфликты возникают, если есть необходимость сотрудничать с людьми, которые готовы оспаривать каждое слово, постоянно проявляя при этом агрессивность и враждебность. Очевидно, что такие личности нередко создают вокруг себя атмосферу конфликта. Им в высшей степени свойственны авторитаризм, догматизм, безразличие к личному достоинству и самоуважению другого человека, соответственно вступление в конфликт для них является «обычным делом».

Кроме того, исследования показали, что различия в жизненном опыте, ценностях, образовании, стаже, возрасте и социальных характеристиках также уменьшают степень взаимопонимания и готовность к сотрудничеству между представителями различных подразделений.

Неудовлетворительные коммуникации. Конфликты в организациях зачастую связаны с неудовлетворительными коммуникациями.

Неполная или неточная передача информации или отсутствие информации вообще является не только причиной, но и дисфункциональным следствием конфликта, может действовать как катализатор конфликта, мешая группе понять ситуацию или точки зрения других. Овладение способами получения объективной информации, ее уточнение и восполнение – необходимое условие успешного разрешения конфликтной ситуации.

Причины, вызывающие конфликт, могут носить как объективный, так и субъективный характер.

Среди причин, вызывающих конфликты, выделяют *объективные причины*, лежащие, прежде всего в организации труда, такие как неблагоприятные условия труда и недостатки его организации. Объективные причины, как правило, связаны с несовершенством организации производства и управления, их устранение означает усовершенствование производства.

В деловом общении конфликты нередко порождаются *субъективными причинами*, к которым относятся неправильные действия руководителя и подчиненных, психологическая несовместимость отдельных людей, конфликтогенное поведение в процессе делового общения. Неправомерные действия подчиненных руководитель обычно видит лучше, чем свои собственные ошибочные действия.

Характер отношений во внутренней среде организации и морально-психологический климат коллектива определяются, прежде всего, руководителем. Руководитель является той инстанцией, которая и должна нейтрализовать ошибки подчиненных. Однако действия руководителя могут стать и источником конфликта.

Так, ошибочные действия руководителя проявляются и в нарушениях служебной этики, и в несправедливой оценке подчиненных и результатов их труда.

К нарушениям служебной этики относятся:

- всевозможные проявления грубости, высокомерия, неуважительного отношения к подчиненным;
- обман подчиненных (явный и неявный), невыполнение обещаний;
- ущемление прав подчиненных;
- злоупотребление положением начальника (например, использование зависимости подчиненного для навязывания ему поручений неслужебного характера);
- дача поручений исполнителю «через голову» его непосредственного руководителя (и вообще работа с исполнителем без ведома его непосредственного руководителя);
- утаивание информации (в том числе неосознанное), ставящее подчиненного в положение неопределенности (особенно в условиях сокращения штатов и реорганизаций);
- критика, принижающая достоинства человека.

Проявления несправедливой оценки руководителем подчиненных довольно разнообразны, сюда относятся:

- ошибки в применении поощрений и наказаний, наиболее вероятные при отсутствии продуманной системы поощрений и наказаний;

- установление оклада, нарушающего баланс «вклад – оклад»;

- приглашение работника «со стороны», когда кандидаты на эту должность есть в самом коллективе. Такое приглашение уменьшает у работающих в организации сотрудников уверенность в шансах на продвижение, поэтому оно должно иметь веские основания;

- болезненное отношение руководителя к авторитету подчиненного, нежелание отметить хорошего работника, попытки навредить ему, снизить его авторитет;

- огульная критика группы подчиненных. Такая критика неконкретна (каждый может посчитать, что уж к нему-то она не относится) и воспринимается как несправедливая. В то же время она противопоставляет руководителя подчиненным и сплачивает группу обвиняемых против обвинителя;

- нечеткая формулировка руководителем поручаемых заданий, которая может привести к несправедливой оценке работы подчиненного, так как независимо от его старания отрицательная оценка predetermined. Такая ситуация вызывает взаимное раздражение. Именно из-за нечеткости заданий получили широкое распространение утверждения подчиненных о руководителях, которые «не знают, чего хотят», и встречные претензии руководителей по поводу «бестолковости» подчиненных;

- недооценка руководителем разъяснительной работы. Недостаток разъяснений, неинформированность нередко приводят к тому, что совершенно объективная оценка руководителем подчиненного воспринимается последним как несправедливая, субъективная.

2 Пути разрешения конфликтов

В психологических исследованиях сформулированы методы, которыми не стоит пренебрегать при разрешении конфликта:

Решение конфликта с учетом сущности и содержания противоречия. В этом случае следует:

- распознать повод от истинной причины столкновения, которая зачастую скрывается его участниками;
- установить его деловую основу;
- понять истинные аргументы вступления людей в конфликт.

Решение конфликта с учетом его целей. Очень важно своевременно определить цели конфликтующих сторон, произвести четкую грань между отличительными чертами межличностного и делового взаимодействия. В случае если индивидуальные цели считаются преобладающими, в таком случае целесообразно к оппоненту применить сначала меры воспитательного воздействия, выдвинуть определенные жесткие требования. Если один из участников имеет значительно высокий ранг по отношению к другому, в таком случае ему необходимо указать на необходимость соблюдать установленные нормы поведения.

Решение конфликта с учетом эмоционального состояния. В случае если, столкновение приняло эмоциональный окрас и сопровождается бурными реакциями, в таком случае целесообразно указать на данных примерах, как сильная напряжённость взаимосвязана с результатами работоспособности, как участники утрачивают свою объективность, как у них ухудшается критичность. Другими словами, нужна разъяснительная беседа в спокойной и доверительной обстановке.

Решение конфликта с учетом отличительных черт его участников. В такой ситуации, перед тем как приступить к разрешению столкновения, нужно выяснить, в чем особенности каждого: различаются ли они уравновешенностью, предрасположены ли к аффективному состоянию, какие имеют доминирующие особенности характера, выраженность темперамента и т.д. Это поможет не только правильно разобраться в мотивах поведения, но и выбрать верный тон в общении при разрешении конфликта.

Разрешение конфликта с учетом его динамики. Столкновения формируются по конкретным стадиям. Безусловно, для каждой из них имеются конкретные формы его решения. В случае если, на первых стадиях целесообразны дискуссии, то на этапе бескомпромиссных столкновений необходимо применить все возможные меры, вплоть до административных. Здесь также нужно определить выбор действий, учитывая личностные особенности личностей, которые вступили в конфликт.

Одним из результативных методов устранения конфликтов считается образование в коллективе конкретного социального представления о конфликтующих сторонах. Общественное мнение – очень эффективный стабилизатор поведения людей. Большинство людей взаимозависимы от мнения находящихся вокруг, имеют необходимость в одобрении, поддержании. Конфликтую, они могут оказаться в изоляции, что проходит очень болезненно, причем настолько болезненно, что готовы даже прекратить конфронтацию.

В психологических советах можно найти весьма интересный способ разрешения конфликтов – обращение к «третьей стороне». Он может быть весьма результативным, в случае если, участники договорятся при взаимных обязательствах целиком подчиниться его решению. В свойстве «третьей стороны» нужно выбрать более авторитетную личность в коллективе

Правила поведения в конфликтной ситуации, обеспечивающие лучший выход из острой ситуации.

- Сохранять самоконтроль и сдержанность.
- Предоставлять партнеру «выпустить пар».
- Не «подливать масла в огонь»: не вступать в конфликтный диалог, не увязать в критических замечаниях, не переходить «на личности».
- Попросить партнера сформулировать суть его претензий и конечный результат, к которому он стремится.
- Четко и объективно высказать свою позицию по отношению к ожиданиям партнера.
- Стараться держаться на равных.
- Извиниться или признать свою ошибку, но без самоунижения, спокойно и с достоинством.
- Оформить принятую договоренность и оговорить взаимоотношения на будущее. Четко определить границы: что конкретно не следует дальше делать, чтобы не вызвать повторения конфликта.
- Стараться поддерживать баланс деловых отношений в тех границах, которые являются конструктивными и способствуют достижению общего успеха. Выходить за пределы этих границ только в тех случаях, когда это требуется в соответствии с объективными обстоятельствами совместной работы. Обозначим основные способы поведения в деловой конфликтной ситуации:

- Не смотреть на партнера враждебно или излишне критично.
- Не приписывать ему отрицательные черты характера и низменные намерения.
- Не демонстрировать свое превосходство.
- Не обвинять.
- Не игнорировать интересы участвующих в коллективной деятельности деловых партнеров.
- Не позволять себе видеть ситуацию только со своей стороны.
- Не уменьшать имеющиеся заслуги партнеров и не преувеличивать свои собственные заслуги.
- Не задевать «болевые» точки коллег в работающей команде, их слабые и уязвимые места.
- Не обрушивать на своих сотрудников слишком много претензий.
- Не ставить ультиматумы такого типа: «Если вы не сделаете это, отношения с вами у меня будут разорваны».

Психолог К. Томас классифицировал все способы поведения в конфликте по двум критериям:

- стремление человека отстаивать собственные интересы (напористость)
- стремление человека учитывать интересы другого человека (кооперация).

На основании этих критериев К. Томас выделил *пять основных способов поведения в конфликтной ситуации*. Для удобства их можно представить и в виде образов животных:

- соревнование (конкуренция) – «акула»;
- приспособление (улаживание) – «плюшевый мишка»;
- избегание (уклонение) – «черепаха»;
- компромисс – «лиса»;
- сотрудничество – «сова».

Каждый из этих способов поведения имеет свои плюсы и минусы, может соответствовать одной жизненной ситуации, но быть абсолютно неподходящим для других.

Соревнование – такой вид поведения в конфликте, в котором человек стремится добиться удовлетворения своих интересов в ущерб интересам другого.

Плюсы и минусы данной стратегии: упорное отстаивание своих интересов в ущерб интересам другого человека может помочь

человеку временно удержать вверх в конфликтной ситуации. Однако к длительным отношениям такой подход не применим.

В длительных отношениях возможны лишь элементы соревнования, при условии, что оно проводится честно и по заранее определенным правилам и его результаты не окажут сильного влияния на отношения между его участниками. В этом случае соревнование, может помочь оживить обстановку и заставить людей более активно добиваться своих целей.

В виде образа соревнование – это конкуренция – «акула».

Для такой стратегии характерен тип поведения, который образно можно представить поведением акулы в момент нападения. Этот тип поведения жестко ориентирован на победу.

Эта стратегия оказывается необходимой в том случае, если определенное лицо, облеченное властью, должно навести порядок ради всеобщего благополучия. Она, несомненно, оправдана, если кто-то берет контроль в свои руки, для того чтобы оградить людей от насилия или опрометчивых поступков. Тактические действия «акулы»:

- жестко контролирует действия противника и его источники информации;
- постоянно и преднамеренно давит на противника всеми доступными средствами;
- использует обман, хитрость, пытаясь завладеть положением;
- провоцирует противника на непродуманные шаги и ошибки;
- выражает нежелание вступать в диалог, так как уверен в своей правоте, и эта уверенность переходит в самоуверенность.

При столкновении с таким типом поведения в конфликте нужно помнить, что «акула» боится, когда о ней собирается информация, и старается перекрыть все информационные источники о себе, а также не хочет и боится открытого обсуждения проблемы конфликта, так как она ее не интересуется, для нее важна лишь своя позиция. Вступая в конфликтный процесс, она предпочитает, чтобы другие избегали или улаживали конфликты.

Качества личности:

- властность, авторитарность;
- нетерпение к разногласиям и инакомыслию;
- ориентировка на сохранение того, что есть;
- боязнь нововведений, неоднозначных решений;

- боязнь критики своего стиля поведения;
- использование своего положения с целью достижения власти;
- игнорирование коллективных мнений и оценок в принятии решений в критических ситуациях.

Приспособление – это такой способ поведения участника конфликта, при котором он готов поступиться своими интересами и уступить другому человеку ради того, чтобы избежать противостояния. Такую позицию могут занимать люди с низкой самооценкой, которые считают, что их цели и интересы не должны приниматься во внимание.

Плюсы и минусы данной стратегии: если предмет спора не так уж важен, а важнее сохранить хорошие взаимоотношения с другим человеком, то уступить, дать ему таким образом самоутвердиться может быть наиболее подходящим вариантом поведения. Но если конфликт касается важных вопросов, которые затрагивают чувства участников спора, то такую стратегию нельзя назвать продуктивной.

Приспособление в виде образа – улаживание – «плюшевый мишка». Стратегия улаживания в конфликте направлена на максимум во взаимоотношениях и минимум в постижении личных целей.

Основной принцип поведения: «Все, что Вы хотите – только давайте жить дружно». Это установка на доброжелательность за счет собственных потерь, так называемая «игра в прятки», но, конечно, до определенного предела, так как инстинкт самосохранения сильно развит у всех людей.

Стратегия улаживания может быть разумным шагом, если конфронтация по поводу незначительных разногласий может вносить чрезмерный стресс во взаимоотношения на данном этапе или в том случае, если другая сторона не готова к диалогу. Бывают и такие случаи, когда нужно сохранить добрые отношения. Конфликты иногда сами разрешаются только за счет того, что мы продолжаем поддерживать дружеские отношения. В случае же серьезного конфликта стратегия поведения «плюшевого мишки» приводит к тому, что не затрагиваются главные спорные вопросы и конфликт остается неразрешенным.

Тактические действия «плюшевого мишки»:

- постоянное соглашательство с требованиями противника, т.е. делает максимальные уступки;

- постоянная демонстрация неприязни на победу или серьезное сопротивление;
- потакает противнику, льстит.

Качества личности:

- бесхребетность – отсутствие собственного мнения в сложных ситуациях;
- желание всем угодить, никого не обидеть, чтобы не было раздоров и столкновений;
- идет на поводу у лидеров неформальных групп, его поведением часто манипулируют;
- преобладает тенденция отвлекаться при участии в беседе.

Избегание. Часто люди стараются избежать обсуждения конфликтных вопросов и отложить принятие сложного решения «на потом». В этом случае человек не отстаивает собственные интересы, но при этом не учитывает и интересы других.

Плюсы и минусы данной стратегии: такая стратегия может быть полезна либо, когда предмет конфликта не очень важен, либо когда с другой стороной конфликта не обязательно поддерживать длительные отношения. Но в долгосрочных отношениях важно открыто обсуждать все спорные вопросы, а избегание существующих трудностей приводит только к накоплению неудовлетворенности и напряжения.

В виде образа избегание можно представить как уклонение – «черепаха».

Эту стратегию поведения можно сравнить с поведением черепахи, которая в момент опасности прячется в свой панцирь. Тактический девиз «черепахи» – «Оставьте мне немножко и не трогайте меня». Это пассивно-страдательная установка жертвы, втянутой в конфликт обстоятельствами. Позиция жертвы привлекательна в силу определенных компенсационных факторов: жертва получает значительную поддержку со стороны; ей обильно сочувствуют; ей не нужно пытаться самой разрешить проблему.

Стратегия поведения «черепахи» может быть, тем не менее, вполне разумным шагом, если конфликт не затрагивает прямых интересов человека или вовлеченность в него не отражается на его развитии. Такой шаг может быть также полезен, если он привлекает внимание к запущенной проблеме.

Нередко уклонение от конфликта сознательно или бессознательно применяется в качестве наказания, чтобы заставить другую сторону изменить свое отношение к конфликту.

Стратегия поведения «черепахи» приводит к тому, что загоняются внутрь истинные причины и конфликт остается, он как бы смещается в другую плоскость, становится глубже и сложнее.

Тактические действия «черепахи»:

- отказывается вступать в диалог, применяя тактику демонстративного ухода;
- избегает применения силовых приемов;
- игнорирует всю информацию от противника, не доверяет фактам и не собирает их;
- отрицает серьезность и остроту конфликта;
- систематически медлит в принятии решений, всегда опаздывает, так как боится делать ответный ход. Это ситуация упущенных возможностей.

Качества личности:

- застенчивость в общении с людьми;
- нетерпение к критике – принятие ее как атаки на себя лично;
- нерешительность в критических ситуациях, действует по принципу: «Авось обойдется»;
- неумение предотвратить хаос и беспредметность в беседе.

Компромисс – это частичное удовлетворение интересов обеих сторон конфликта.

Плюсы и минусы данной стратегии: хотя при компромиссе учитываются интересы всех конфликтующих сторон, и этот исход можно назвать справедливым, необходимо помнить, что в большинстве случаев – компромисс можно рассматривать только как промежуточный этап разрешения конфликта перед поиском такого решения, в котором обе стороны были бы удовлетворены полностью.

В виде образа компромисс – это «лиса».

Для этой стратегии характерен тип поведения лисы, в котором сочетаются осторожность и хитрость. «Лиса» действует по принципу: «Я уступлю немного, если вы тоже готовы уступить». Взвешенность, сбалансированность и осторожность – основная установка этого типа поведения. Для данной стратегии одинаково значимы и личные цели и взаимоотношения. Стремление в любом

случае идти на нормализацию отношений является слабым местом этой стратегии в конфликте с «акулой».

Стратегия компромисса не предполагает анализа объема информации, «лиса» терпит обмен мнениями, но чувствует себя неловко, т.к. у нее нет своей позиции, ее поведение зависит от уступок с другой стороны.

Тактические действия «лисы»:

- торгуется, любит людей, которые умеют торговаться;
- использует обман, лезть для подчеркивания не очень выраженных качеств у противника;
- ориентирована на равенство в дележе, действует по принципу: «Всем сестрам – по серьгам».

Качества личности:

- предельная осторожность в оценке, критике, обвинениях в сочетании с открытостью. Такие качества являются, несомненно, элементом высокой культуры личности;
- настороженное отношение к критическим оценкам других людей;
- ожидание мягких формулировок, красивых слов;
- желание убедить людей не выражать свои мысли слишком резко и открыто.

Сотрудничество. При выборе этой стратегии участник стремится разрешить конфликт таким образом, чтобы в выигрыше оказались все. Он не просто учитывает позицию другого участника, но и стремится добиться, чтобы другая сторона тоже была бы удовлетворена.

Плюсы и минусы данной стратегии: стремление выслушать другого человека, понять его точку зрения, учесть его интересы и найти в спорной ситуации решение, устраивающее все стороны – необходимо в любых долгосрочных отношениях.

Такой подход способствует развитию взаимного уважения, понимания, доверия, и, тем самым, делает отношения более прочными и стабильными. Если предмет спора важен для обоих участников, этот способ разрешения конфликта можно воспринимать как наиболее конструктивный.

В виде образа сотрудничество – это «сова».

Этой стратегии поведения в конфликте можно условно дать название птицы, которой люди издавна приписывали такие каче-

ства, как мудрость и здравый смысл. «Сова» открыто признает конфликт, предъявляет свои интересы, выражает свою позицию и предлагает пути выхода из конфликта. От противника ожидает ответного сотрудничества. Основной принцип данной стратегии: «Давайте оставим взаимные обиды, я предпочитаю... А Вы?».

Стратегия сотрудничества направлена на конструктивное разрешение конфликта. Тактические действия «совы»:

- собирает информацию о конфликте, о сути проблемы, о противнике;
- ведет подсчет своих ресурсов и ресурсов противника для выработки альтернативных предложений;
- обсуждает конфликт открыто, не боится разногласий, старается определить конфликт;
- если противник предлагает что-то здоровое, разумное, то это принимается.

Качества личности:

- в любом конфликте направлен на решение проблемы, а не на обвинение личности;
- положительно относится к новациям, переменам;
- умеет критиковать, не оскорбляя личности, как говорят, «по делу», опираясь на факты;
- использует свои способности для достижения влияния на людей.

3 Искусство спора

Спор является древнейшей формой диалога, в ходе которого каждая из сторон стремится убедить другую в обоснованности и истинности своей позиции, точки зрения или мнения по обсуждаемому вопросу, когда не существует единого мнения по его решению.

Видами спора являются: дискуссия, полемика, дебаты.

Дискуссия – это вид спора, в рамках которого рассматривается, исследуется, обсуждается какая-либо проблема. Цель любой дискуссии – достижение максимально возможной в данных условиях степени согласия ее участников по обсуждаемой проблеме.

Полемика – вид спора, в рамках которого основные усилия сторон направлены на утверждение (победу) своей позиции относительно обсуждаемого предмета.

Дебаты – четко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Эта разновидность публичной дискуссии направлена на то, чтобы участники дебатов убедили в своей правоте третью сторону, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью формирование у аудитории определенного мнения по поставленной проблеме.

Стратегия спора – это общий план его ведения.

Тактика спора – это подбор и использование в споре определенной совокупности логических и психологических приемов.

Пропонент – тот, кто выдвигает и отстаивает некоторый тезис – должен позаботиться о том, чтобы обеспечить максимально возможную степень его обоснованности.

Оппонент – это тот, кто оспаривает тезис.

В процессе ведения спора в явном или скрытом виде проявляется некоторое противоречие, которое позволяет сформулировать проблему. В ходе коллективного обсуждения либо происходит разрешение проблемы, либо каждая из противоборствующих сторон остается при своем мнении.

Спор может быть конструктивным (товарищеским) или деструктивным (враждебным), устным или письменным, организованным или стихийным, основательным или поверхностным, содержательным или формальным.

На сегодняшний день логикой выделяется несколько видов споров по следующим критериям.

По преследуемой цели: спор из-за истины, для убеждения кого-либо, для победы, спор ради спора.

Если цель собеседника – поиск истины, то он ведет аподиктический (достоверный, основанный на формальных законах мышления и правилах вывода) спор.

Если цель оппонента убедить, склонить к своему мнению, то он ведет эристический (или, как его называют, диалектический, т.е. основанный на всех законах диалектики) спор.

Если цель соперника победить любым путем, то происходит софистический (основанный на словесных ухищрениях, вводящих в заблуждение) спор.

2. *По количеству участников.*

Простой спор – это спор двух человек. Один говорит, другой возражает. Сложный спор – в нем участвуют несколько человек.

Простой вариант сложного спора мы имеем в том случае, когда его участники разбиты на две команды, представители которых поочередно берут слово. Так спорят между собой сторонники соперничающих политических партий, представители разных отделов на предприятии, кредиторы с должниками и т.д.

Наиболее сложный спор – это спор нескольких человек, каждый из которых отстаивает свою, особую, точку зрения, играет, так сказать, только за себя. Такой спор требует от участников высокой культуры общения, и если он возникает стихийно, то очень быстро превращается в беспорядочную перебранку.

3. По наличию или отсутствию слушателей.

Спор наедине, при котором присутствуете только вы и ваш оппонент. Такой спор имеет свои особенности: наедине можно сказать собеседнику такое, чего не скажешь при людях; наедине гораздо легче признать свою ошибку и правоту собеседника. И как трудно порой бывает сделать это при свидетелях. Наедине легче думать, можно сделать паузу, попросив оппонента подождать, можно изредка отвлечься от спора и поговорить о чем-то постороннем. Легко спорить, когда вас только двое.

Публичный спор. Опытный полемист умеет использовать аудиторию для психологического давления на оппонента. Публичный спор чрезвычайно труден, к нему нужно быть готовым не только логически, но и психологически.

Спор для слушателей. Когда симпатии аудитории для спорящих оказываются важнее, нежели убеждение оппонента, спор становится средством воздействия на слушателей: оппонент вас уже не интересует, вы стремитесь убедить аудиторию. Это весьма специфическая разновидность спора: спор ведется не ради победы над оппонентом, не ради выяснения истины или достижения согласия, а ради привлечения публики на свою сторону. По сути дела, спор здесь используется как средство пропаганды собственных воззрений и внушения их публике.

При ведении публичного спора полезно иметь в виду следующее.

Во-первых, публика, как правило, не очень внимательно слушает то, что говорят. Обыкновенный человек редко способен

внимательно слушать чьи-то рассуждения более 5-7 минут, затем он утомляется, внимание его рассеивается, и он выхватывает из речей лишь отдельные фразы. Поэтому длинные рассуждения в публичных спорах должны быть исключены.

Во-вторых, публика в массе своей не думает. Конечно, каждый отдельный человек из числа присутствующих может быть умен, и образован, однако, собравшись вместе, люди чаще всего превращаются в толпу и начинают жить ее эмоциями и страстями ими легко овладевает стадное чувство. Поэтому перед толпой следует говорить как можно более кратко, ярко, образно, обращаясь не к разуму, а к эмоциям и чувствам.

Логический скелет любого спора – доказательство и опровержение. *Доказательство* – это основа убедительности рассуждений и выступления. Любое доказательство как логический прием, складывается из трех взаимосвязанных элементов: тезиса, доводов (аргументов) и способа доказывания (демонстрация).

Доказывать означает устанавливать истинность тезиса.

Тезис – мысль или положение, истинность которого требуется доказать. Тезис всегда должен быть истинным, иначе никаким доказательствам не удастся его обосновать. При выдвижении тезиса руководствуются тремя правилами:

- тезис должен быть четко сформулирован;
- тезис должен оставаться одним и тем же в ходе всего доказательства;
- тезис не должен содержать в себе логического противоречия.

Доводы (аргументы) – это различные формы доказательности истинности тезиса. В качестве доводов различают факт и мнение.

Факт – это действительное, невымышленное явление, событие, то, что произошло на самом деле. Факты существуют сами по себе, независимо от того, как их оценивают и используют в своих целях.

Мнение – это суждение, выражающее оценку, отношение, взгляд на что либо. Мнения могут быть предвзятыми, необъективными, ошибочными, на них влияют социальные установки, личностные ориентиры, особенности характера, психическое состояние, уровень подготовки, степень осведомленности и многое другое.

Различают *доводы* слабые и сильные.

Довод, против которого легко найти возражения называют слабым.

А если оппонент вынужден согласиться с доводом без каких-либо уточнений, значит, был использован сильный довод.

Конечно, применение доводов во многом определяется теми целями, которые ставит перед собой спорящий.

Подбирая те или иные доводы, участник спора должен позаботиться о том, чтобы они воздействовали не только на разум слушателей, но и на их чувства. Психологи доказали, что на процесс убеждения сильное влияние оказывает эмоциональное состояние слушателя, его субъективное отношение к предмету спора.

Чтобы аргументация была надежной и убедительной, необходимо в процессе доказательства следовать ряду правил:

- аргументы должны быть истинными (ложными доводами нельзя доказать ни одного тезиса, даже если сам тезис и истинен);
- они должны быть достаточными для данного тезиса;
- их истинность должна быть доказана независимо от тезиса.

Итак, спор выстраивается его участниками с обязательным взаимным учетом тезиса, аргументов и демонстрации. Различают два вида доказательств: прямое и косвенное.

1. При прямом доказательстве тезис обосновывается аргументами без помощи дополнительных логических построений. Для достижения победы в споре наиболее грамотно применять в качестве доказательства критику несостоятельных аргументов, которая заключается в следующем:

- выявление источника информации;
- изобличение сомнительных авторитетов;
- апелляция к фактам;
- контрастное сопоставление, ведущее к противопоставлению мнений;
- приведение контраргументов.

Косвенное доказательство предполагает обоснование истинности тезиса посредством опровержения противоречащего положения – антитезиса. Из ложности антитезиса выводится заключение об истинности тезиса.

Такой способ косвенного доказательства античные логики называли апогогическим, что в переводе с древнегреческого означает отход или отклонение от непосредственного разбора аргумен-

тов. В математике этот вид доказательства называют доказательством от противного, поскольку при этом приходится доказывать утверждение, противоречащее тезису.

Разделительно-категорическое доказательство основывается на разделительно-категорической демонстрации аргументов. Такой вид доказательства предполагает одновременное использование прямого и косвенного доказательства. Это имеет особую актуальность, например, в доказательстве виновности подсудимого.

Специфической разновидностью доказательства является опровержение.

Опровержение – есть доказательство неистинности, ложности тезиса или аргумента. Иными словами, опровержение – это как бы доказательство с обратной целью. В структуре спора опровержение противостоит доказательству и связано с ним. Доказательство первого участника спора превращается в опровержение доказательства второго участника спора и наоборот. Поскольку опровержение – это разновидность доказательства, для него действительны все логические правила доказательства. Нарушение любого из них ставит под угрозу успех опровержения.

Различают три основных способа опровержения.

Первый способ относится к опровержению аргументов, служащих основой рассуждения.

Второй способ опровержения связан с анализом необходимой логической связи между аргументами и тезисом, которые служат соответственно посылками и заключением дедуктивного вывода.

Третий способ относится к опровержению самого тезиса. В принципе такое опровержение может быть применено к любому утверждению.

Убедительность – психологическое понятие, в основе которого вера в правдивость излагаемого, связанная с определенными эмоциями слушателя.

Убеждать – это создавать впечатление, вселять уверенность, что истинность тезиса доказана, делать слушателей единомышленниками, соучастниками своих замыслов и действий.

Если представить механизм убеждения в соответствии с современными психофизиологическими взглядами, то он состоит из активизации всей коры головного мозга под воздействием речи, причем возникшее состояние мозга сохраняется в течение доволь-

но длительного времени. Аргументация воспринимается критически, входит в систему взглядов человека и укрепляется в его сознании. Убедить участников спора – значит заставить их согласиться со спорящим, принять его взгляды как свои собственные.

Одной из форм убеждения является такой вид воздействия на участников спора, как внушение. Стремясь внушить определенную мысль, участник спора апеллирует, прежде всего, к чувствам, эмоциям, традициям. Определенной силой внушения обладают яркие впечатляющие факты, цитаты, иллюстрации, а также авторитет оратора.

Психологические уловки разнообразны по своей сущности, многие основаны на хорошем знании особенностей психологии людей, слабостей человеческой натуры. В них проявляется грубое, неуважительное отношение к оппоненту. В частности к ним относят:

1. *выведение противника из равновесия*. Полемист использует грубые выходки, оскорбления, явно несправедливые, издевательские обвинения и т. п. Если противник «вскипел» – дело выиграно, потому что он потерял шанс на успех в споре;

2. *ставка на ложный стыд*. Психологически люди часто хотят казаться лучше, чем они есть на самом деле, боятся «уронить себя» в глазах окружающих. Вот на этом-то желании выглядеть чуть лучше, и играют некоторые опытные полемисты. Например, приводя недоказанный или даже ложный вывод, противник сопровождает его фразами: «Неужели вы до сих пор не знаете?»; «Общеизвестным является факт» и т. п. Так он делает ставку на ложный стыд. Если человек не признается, что это ему неизвестно, он «на крючке» у противника и вынужден соглашаться с его аргументами;

3. *«подмазывание аргумента»* – это тоже уловка, основанная на самолюбии. Слабый довод, который может быть легко опростован, сопровождается комплиментом противнику. Например: «Вы как человек умный не станете отрицать»; «Всем хорошо известна ваша честность и принципиальность, поэтому вы...». Иногда противнику тонко дают понять, что к нему лично относятся с особым уважением, высоко ценят его ум, признают его достоинства;

4. *внушение*. Человек, говорящий с апломбом, внушительным голосом, психологически давит на присутствующих. В подобной ситуации требуется внутренняя собранность, выдержка, деловой

тон, умение перевести разговор от общих фраз к рассмотрению существа дела;

5. кроме соответствующего тона, есть много и других разнообразных уловок, рассчитанных на внушение и психологическое воздействие на участников спора. Это и насмешка, и стремление оборвать противника, вызвать недоверие к его словам, резко отрицательная оценка высказанных суждений, обидная реплика и т. п.;

6. нередко в спорах в качестве аргументов используют *ссылки на свой возраст*, образование и положение.

7. «двойная бухгалтерия» – это уловка, основанная на склонности людей к двойственности оценок.

Психологические правила ведения спора:

- Не допускать, чтобы спор превращался в перебранку.
- Максимально щадить самолюбие оппонента, давая ему возможность собраться с мыслями.
- При невозможности возразить логическим доводам оппонента не пытаться сбивать его с толку повторением фраз «не понимаю», «опять не понимаю».
- Не использовать прием «гипноз апломба» – демонстрировать абсолютную психологическую и интеллектуальную самоуверенность.
- Прятаться за ширму «ссылка на авторитеты» без полной уверенности в их состоятельности.
- Не играть на чувстве болезненной боязни оппонента уронить себя в глазах собеседников незнанием не самого дела, а мнением о нем известных людей.
- Не допускать тезисов в сопровождении слов «всякому умному человеку это известно...», «вы, как более-менее образованный человек, должны знать, что...».
- Не бояться усомниться в правоте собственной точки зрения.
- Для лучшего понимания оппонента хотя бы временно встать на его точку зрения, проанализировать проблему и способы ее решения с его стороны (принцип сочувствия).
- Споря, избегать монолога и поучений, постоянно отвечая самому себе на вопросы «с кем я спорю?», «ради чего я спорю?».
- Задавать вопросы своему оппоненту таким образом, чтобы ответ на них высветил его слабые стороны.
- Избегать слов «лично я убежден», «как считает большинство».

- При необходимости разбить обсуждаемую проблему на «подпроблемы», ряд обязательно взаимосвязанных между собой вопросов.

- Зачинщик спора всегда менее компетентен и образован.

- Лучший способ борьбы с отчаянным спорщиком – дать ему выговориться.

- Аргументированное отстаивание своей позиции обязательно должно сочетаться с чувством юмора.

- В процессе спора желательно обратить внимание не только на разъединяющие противников убеждения, но и на объединяющие.

Логические уловки иначе называют софизмами. Это намеренные ошибки в доказательстве. Следует помнить, что софизм и ошибка различаются только тем, что софизм – намерен, а ошибка – не намеренна. Поэтому сколько есть логических ошибок, столько и софизмов.

Увод разговора в сторону. Бывают ситуации, когда участники обсуждения спорной проблемы затрудняются подобрать необходимые аргументы. Чтобы уйти от поражения, сделать его не столь заметным, они всячески уводят разговор в сторону, отвлекают внимание оппонентов второстепенными вопросами, рассказами на отвлеченные темы. *Перевод спора на противоречия* между словом и делом. Уйти от предмета обсуждения, оставить в стороне выдвинутый тезис можно и с помощью такой уловки – перевести спор на противоречия между словом и делом, взглядами противника и его поступками, образом жизни. Показав несоответствие выдвинутого тезиса действиям оппонента, ставят противника в неловкое положение, сводят фактически спор на нет.

Перевод вопроса на точку зрения пользы или вреда. Здесь вместо доказательства истины того или иного положения выясняется, имеет ли оно пользу для оппонента или нет.

Логические правила ведения спора:

1. Прежде чем спорить, следует подумать, о чем спорить (предмет спора, степень его важности и т.д.).

2. Обращаться к участнику спора только с его согласия.

3. Не заменять разумные, логичные доводы эмоциями и выяснением сугубо личных отношений.

4. Не перебивать собеседника. В крайнем случае, это можно сделать для уточнений положения или просьбы повторить что-либо важное (тезис, аргумент).

5. Спорить честно и искренне, по возможности не искажать слов оппонента (исключением являются методологические уловки).

6. Положения, которые готовишься отстаивать, должны быть четко и ясно сформулированы. Тезисы должны оставаться неизменными на протяжении всего спора.

Корректные приемы спора.

Решили вступить в драку – бейте первым! Во всякой борьбе очень ценна *инициатива*. В споре важно, кто задает его тему, как конкретно она определяется. Нужно уметь повести ход спора по своему сценарию.

И в споре следует помнить старое правило: нападение – лучшая защита. Даже оборону лучше вести с помощью наступления. Вместо того чтобы отвечать на возражения противника, надо заставить его защищаться и отвечать на выдвигаемые против него возражения. Предвидя его доводы, можно заранее, не дожидаясь, пока он их выскажет, выдвинуть их самому и опровергнуть.

Концентрация действий, направленных на центральное звено системы аргументов противника или на наиболее слабое ее звено.

Можно применять в споре прием опровержения противника его же собственным оружием. Из принятых им посылок надо всегда пытаться вывести следствия, подкрепляющие защищаемый вами тезис. Особый интерес в этом случае представляют неожиданные для противника следствия, о которых он даже не подозревал.

Эффект *внезапности* можно использовать и многими другими способами. Например, придержать самые неожиданные и важные сведения к концу спора.

Нередко, особенно когда предмет спора не является в достаточной мере определенным, может оказаться полезным не занимать с самого начала жесткую позицию, не спешить твердо и недвусмысленно определить ее. Иначе в переменчивых обстоятельствах спора трудно будет ее модифицировать и тем более от чего-то отказаться.

Обращение аргументов противника против него самого.

Чрезвычайно эффективным приемом является обращение аргумента, который противник приводит в подкрепление своей или в

опровержение вашей позиции, против него самого. Во многих случаях этот прием почти сразу же приносит победу.

Манера держаться и вообще внешний облик имеют большое значение в споре. Уверенный тон, четкая аргументация, размеренная речь – все это дает вам дополнительные преимущества по сравнению с тем, кто запинаящейся скороговоркой выпаливает невнятные слова.

И еще один прием: брать *последнее слово* в конце дискуссии. Подводя итоги столкновения, можно представить их в выгодном для себя свете, и даже если они оказались плачевными, последнее слово дает возможность хоть как-то «сохранить лицо».

Некорректные приемы спора. Частый, но явно некорректный прием в споре – так называемая *подмена тезиса*. Вместо того чтобы обосновать выдвигаемое положение, приводятся аргументы в пользу другого утверждения, выдвигаемого вместо того, которое требовалось доказать.

Подмена тезиса может быть *полной* или *частичной*. Чувствуя невозможность доказать или оправдать выдвинутое положение, спорщик может попытаться переключить внимание на обсуждение другого, может быть, и важного утверждения, но не имеющего прямой связи с исходным положением. Иногда вместо тезиса доказывается некоторое более слабое утверждение, вытекающее из него.

Еще один некорректный прием – *использование ложных и недоказанных аргументов* в надежде на то, что противная сторона этого не заметит.

Употребление ложных, недосказанных или непроверенных аргументов нередко сопровождается оборотами: «всем известно», «давно установлено», «совершенно очевидно», «никто не станет отрицать» и т.п. Слушателю как бы оставляется одно: упрекать себя за незнание того, что давно и всем известно.

К одной из форм лжи иногда относится *намеренное запутывание* или *сбивание с толку*. В выступлении того, кто прибегает к такому приему, возможно, и содержится какая-то информация, но ее чрезвычайно трудно уловить.

Некоторые некорректные приемы ведения спора, применяемые довольно часто, получили собственные имена.

Аргумент к публике – вместо обоснования истинности или ложности тезиса объективными доводами пытаются опереться на

мнения, чувства и настроения слушателей. Воспользовавшийся этим аргументом человек обращается не к своему партнеру в споре, а к другим участникам или даже случайным слушателям и стремится привлечь их на свою сторону, апеллируя преимущественно к их чувствам, а не к разуму.

Аргумент к личности – противнику приписываются такие недостатки, реальные или только мнимые, которые представляют его в смешном свете, бросают тень на его умственные способности, подрывают доверие к его рассуждениям.

Особенно обидным аргумент к личности оказывается тогда, когда один из спорящих приписывает другому свои собственные отрицательные черты или порочающие мотивы.

К числу аргументов к личности можно отнести и случай, когда с целью опровержения какого-то обвинения выпячиваются достоинства подзащитного.

Аргумент к человеку – в поддержку своей позиции приводятся основания, выдвигаемые противной стороной в споре или вытекающие из принимаемых ею положений.

Аргумент к тщеславию – расточение неумеренных похвал противнику в споре в надежде, что, тронутый комплиментами, он станет мягче и покладистей.

Аргумент к авторитету, – обращение в поддержку своих взглядов к идеям и именам тех, с кем противник не посмеет спорить, даже если они, по его мнению, не правы.

Аргумент к физической силе («к палке») – угроза неприятными последствиями, в частности угроза применения насилия или прямое употребление каких-то средств принуждения.

Аргумент к невежеству – ссылка на неосведомленность, а то и невежество противника в вопросах, относящихся к существу спора; упоминание таких фактов или положений, которых никто из спорящих не знает и не в состоянии проверить.

Аргумент к жалости – возбуждение в другой стороне жалости и сочувствия.

Все эти аргументы являются, конечно, некорректными способами защиты своей позиции. Но нетрудно заметить, что применение одних легче понять и извинить, чем употребление других. Некоторые же ничем нельзя оправдать.

Уловки в споре

Позволительными уловками в спорах могут считаться:

- Приостановление спора одной или обеими сторонами по уважительным причинам.

При обострении спора и выходе спора в непозволительную фазу (нарушения), спор может быть остановлен одной (даже и неправой) стороной к своей выгоде.

Обращение к независимому лицу или источнику с просьбой разъяснения неточностей и др.

Грубейшими уловками в споре являются:

- Не давать оппоненту говорить, перебивать, занимать все время спора монологом.

- Игнорировать высказывания оппонента, продолжая свой монолог.

- Отход «в сторону» от темы происходящего спора с переходом на «личности» – указания на: профессию, национальность, занимаемую должность, физические пороки, психические расстройства.

- Крик и нецензурные выражения, взаимные оскорбления и оскорбления третьих лиц.

- Угрозы и хулиганские выходки.

- Рукоприкладство и драка как крайняя мера так называемого «доказательства» правоты или неправоты.

- Вмешательство в спор иных, не вовлеченных в спор, людей.

- «Палочный довод» – угроза обеспечить неприятности оппоненту.

- Притворное непонимание оппонента.

- Изображение себя «запуганной жертвой», с тем чтобы получить сочувствие публики.

- Объявление самых сильных доводов не относящимися к делу.

Вопросы для самоконтроля

1. Охарактеризуйте типологии делового конфликта.
2. Каковы пути разрешения конфликтов?
3. Дайте характеристику правилам поведения в конфликтной ситуации.
4. Раскройте особенности основных способов поведения в конфликтной ситуации по К. Томасу.
5. Какие виды спора существуют?

Тесты

1. Конфликт, связанный с низкой степенью удовлетворенности работой, малой уверенностью в себе и организации, а также со стрессом

- а) личностный
- б) межличностный
- в) между личностью и группой
- г) межгрупповой

2. Конфликты различают и по их значению для организации, а также по способу их разрешения:

- а) межличностные и межгрупповые
- б) межличностные и конструктивные
- в) конструктивные и деструктивные
- г) межгрупповые и конструктивные

3. Деструктивные конфликты порождаются

- а) разными представлениями сотрудников о конечных целях деятельности;
- б) психологической несовместимостью коллег в одном трудовом коллективе
- в) разным уровнем интеллекта и образования коллег
- г) недостатком финансовых или человеческих ресурсов

4. Тактические действия «акулы»

- а) постоянное соглашательство с требованиями противника, т.е. делает максимальные уступки
- б) провоцирует противника на непродуманные шаги и ошибки
- в) систематически медлит в принятии решений, всегда опаздывает, так как боится делать ответный ход
- г) торгуется, любит людей, которые умеют торговаться

5. Тактические действия «плюшевого мишки»

- а) систематически медлит в принятии решений, всегда опаздывает, так как боится делать ответный ход
- б) торгуется, любит людей, которые умеют торговаться
- в) постоянное соглашательство с требованиями противника, т.е. делает максимальные уступки
- г) провоцирует противника на непродуманные шаги и ошибки

6. Тактические действия «черепахи»

- а) систематически медлит в принятии решений, всегда опаздывает, так как боится делать ответный ход
- б) торгуется, любит людей, которые умеют торговаться
- в) постоянное соглашательство с требованиями противника, т.е. делает максимальные уступки
- г) провоцирует противника на непродуманные шаги и ошибки

7. Тактические действия «лисы»

- а) постоянное соглашательство с требованиями противника, т.е. делает максимальные уступки
- б) провоцирует противника на непродуманные шаги и ошибки
- в) систематически медлит в принятии решений, всегда опаздывает, так как боится делать ответный ход
- г) торгуется, любит людей, которые умеют торговаться

8. Четко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам

- а) дебаты
- б) полемика
- в) дискуссия
- г) спор

9. Логический скелет любого спора

- а) аргументирование и демонстрация
- б) доказательство и опровержение.
- в) презентация и опровержение
- г) доказательство и демонстрация

10. Изобличение сомнительных авторитетов – доказательство

- а) косвенное
- б) явное
- в) прямое
- г) непосредственное

Тема 4 Речевой этикет в деловом общении

1. Основные требования к деловой речи
2. Риторический инструментарий
3. Речевой этикет

Основные понятия и термины

Грамматика, деловая речь, доступность речи, канцеляризмы, краткость речи, лексика, ораторское искусство, паронимы, плеоназм, правильность речи, профессионализмы, речевой этикет, точность речи, тропы.

1 Основные требования к деловой речи

Деловая речь – это понимаемый в самом широком смысле устный речевой контакт между людьми, связанными интересами дела, которые имеют необходимые полномочия для установления деловых отношений и решения деловых проблем.

Деловая речь имеет свою лексико-грамматическую и стилистическую специфику. Прежде всего, деловой разговор представляет собой непосредственное общение, которое предполагает конкретного собеседника (или собеседников), что дает возможность непосредственно воздействовать на него (или на них). Наличие собеседника позволяет использовать мимику, жесты, интонацию и другую технику общения, что существенно отличает устную деловую речь от ее письменной формы.

К деловому разговору предъявляются следующие требования: правильность, точность, краткость и доступность речи.

Правильность речи. Хотя нормы устной деловой речи не так строги, как у ее письменной формы, говорящие обязаны стремиться к правильности своего языка.

Необходимо соблюдать это требование, поскольку большинство участников деловой беседы, которые сами допускают речевые погрешности, не упустят случая отметить (если не вслух, то про себя) наиболее очевидные ошибки в речи беседующего с ними партнера.

Чтобы речь была правильной, слова следует употреблять в строгом соответствии с их значением. Между тем ошибки в слово-

употреблении – наиболее распространенный речевой недостаток участников деловых разговоров. Возьмем такой пример: «Погода сопровождала разгрузку платформ» (вместо «благоприятствовала»).

Употребление слов без учета их семантики часто меняет значение высказывания. Например: «Возведение основного корпуса завода совпало с резким ухудшением климатических условий». Говорящий имел в виду, конечно, погодные условия (плохую погоду), климат не может измениться за несколько месяцев, в течение которых велось строительство упомянутого заводского корпуса.

Употребление слов без учета их семантики может стать причиной нелогичности и даже абсурдности высказывания. Так, во фразе «декада технической книги будет проходить пять дней» говорящий забыл или не знал, что слово «декада» означает «десять дней». Но чаще неправильное словоупотребление приводит к логическим ошибкам, которые обычно выражаются в подмене понятия.

Не стоит приносить смысл высказывания в жертву лаконичности речи. Небрежное отношение к языку может стать причиной речевой недостаточности – пропуска слов, необходимых для точного выражения мысли: «Кафедра начинается ровно в 12 часов» (пропущено слово «заседание»). Речевая недостаточность обычно возникает, когда говорящий торопится и не следит за правильностью высказывания, что наносит серьезный ущерб смысловой стороне речи.

В отдельных случаях пропуск слов может совершенно исказить мысль: «Для ускорения погрузки товара нужно объединить все портовые службы» (надо: объединить усилия всех портовых служб).

Причиной стилистических погрешностей очень часто становится неудачный выбор синонима. Например, во фразе «необходимо оградить товар от усушки» следовало бы употребить его синоним «уберечь».

Если говорящий затрудняется дать точное определение того или иного понятия, может возникнуть неоправданное нанизывание *синонимов*, которые выражают мысль приблизительно, порождая речевую избыточность, например: «У наших сотрудников в последнее время много пропусков и прогулов. Нам следует обеспечить ритмичную и бесперебойную работу».

Очень часто в деловом разговоре наблюдается смешение *паронимов* (т.е. слов, имеющих сходство в морфологическом составе и, следовательно, в звучании, но различающихся по значению), что приводит к грубым лексическим ошибкам. Чаще всего это вызывает нарушение лексической сочетаемости, например: преклонить голову (надо: склонить); красивая и практическая одежда (надо: практичная).

К смешению паронимов близка лексическая ошибка, состоящая в замене нужного слова его искаженным вариантом. Так, вместо прилагательного «внеочередной» говорят «неочередной», вместо «заимобразно» – «взаимобразно».

Грубые лексические ошибки в речи могут быть вызваны ложными ассоциациями, которые часто возникают под влиянием неправильного выбора паронима. Нередко путают слова «статут» (правовой акт) и «статус» (положение индивида или группы в социальной системе), «апробировать» (т.е. дать официальное одобрение на основании проверки) и «опробировать» (т.е. подвергнуть испытанию, пробе до применения).

Для правильного употребления слов в речи недостаточно знать их точное значение, необходимо еще учитывать лексическую сочетаемость слов, т.е. их способность соединяться друг с другом. Непроизвольное нарушение лексической сочетаемости – весьма распространенный недостаток устной речи.

Так, часто говорят: встреча созвана, беседа прочитана, завершить обязательства, усилить внимание, повесить кругозор. Нередко можно услышать фразу «удовлетворять современным потребностям, в которой смешаны сочетания удовлетворять требования и отвечать потребностям. Или еще пример: «С поставщика взыскали материальный ущерб в пользу заказчика» (материальный ущерб может быть возмещен, взысканы могут быть деньги).

Нельзя просторечные слова соединять с книжными или сочетать высокие, торжественные обороты с обычными, нейтральными, например: «После этого он стал поборником экономии на каждой операции» (можно было бы сказать проще: «Он предложил экономить на каждой операции»).

Очень важно не только правильно выбирать слова, но и строить из них предложения. Между тем в деловых разговорах очень часто не обращают внимания на правильность построения

высказывании. Ошибки возникают тогда, когда говорящие вместо беспредложных конструкций неоправданно употребляют предложные сочетания, например: показатели по использованию (вместо: показатели использования), оперировать с этими данными (вместо: оперировать этими данными).

В других случаях, наоборот, вместо предложной конструкции употребляют беспредложную, например: «При подготовке машины учитывалась также потребность ее дозаправки (вместо: в ее дозаправке).

Нередко встречается неправильный выбор предлога или неуместное его использование, например: «Дирекция указала о том, что...» (надо: указала на то, что...), «Фирма-поставщик настаивает о том, чтобы...» (надо: настаивает на том, чтобы...).

Особенно часто в деловом разговоре используется без должных оснований предлог «по». Например: «Инструктаж проведен по той же теме» (вместо: на ту же тему). «Составлен график по проведению дополнительной доставки товаров» (вместо: график проведения). «Предприятие добилось большого успеха по снижению себестоимости своей продукции» (вместо: успеха в снижении).

При пользовании причастными оборотами следует учитывать присущие им грамматические особенности, чтобы предупредить возможные нарушения литературной нормы.

Ошибки, часто встречающиеся в деловых разговорах:

- смешиваются временные значения причастий, например: «Председатель собрания, выступающий с заключительным словом, ответил на все заданные ему вопросы» (вместо: выступавший);

- неудачно используются возвратные формы (на -ся), которые могут иметь различные значения (страдательное, возвратное и др.), например: «Куры, отправляющиеся на дополнительный откорм» (вместо: отправляемые).

Обычны в деловом разговоре следующие недостатки при использовании конструкции с отглагольными существительными:

- усложнение речи, например: произвести повертывание рукоятки (вместо: повернуть рукоятку);

- использование слов, имеющих искусственный характер словообразования, например: разбитие тары, непредоставление складских помещений, невхождение в структуру фирмы и т.п.

В деловом разговоре используются (хотя и не так часто, как в письменной речи) различные типы сложных предложений. Но при этом говорящие не всегда соблюдают нормы их построения.

К нарушениям норм построения предложений относятся:

- неправильный выбор союза, например: «Расходимость товара повышается лишь тогда, если активно ведется его реклама» (вместо «если» нужен союз «когда», соотносительный со словом «тоща» в главном предложении);

- постановка рядом двух однозначных союзов (но однако, что будто бы и т.п.);

- повторение частицы «бы» в придаточном предложении, в котором сказуемое выражено условно-сослагательным наклонением, например: «если бы эти рекомендации были бы использованы, фирма сохранила бы свое финансовое положение на прежнем уровне» (второе «бы» здесь лишнее);

- повторение одних и тех же союзов или союзных слов при последовательном подчинении придаточных предложений: «Развитие дочерних фирм идет так быстро, что можно надеяться, что они скоро станут конкурентоспособными».

Точность и ясность речи – важнейшее требование к любому деловому разговору. Под точностью деловой речи понимается соответствие высказываний мыслям говорящего. Чтобы речь делового человека была точной, нужно употреблять слова в соответствии с теми значениями, которые за ними закреплены. Точность и ясность высказываний взаимосвязаны. Точность придает им ясность, а ясность высказываний вытекает из их точности.

Между тем в деловом разговоре не всегда добиваются точности словоупотребления. Дурная привычка щеголять мудреной книжной лексикой мешает говорить просто и понятно. Особенно вредит ясности и точности высказываний злоупотребление иностранными словами. Часто этому сопутствует и элементарное незнание смысла слова.

Очень часто в устной деловой речи ее точность нарушается в результате синонимии терминов.

Плохо, когда говорящий говорит то «разряжение», то «вакуум», то «водяная турбина», то «гидротурбина», или когда в одном случае он использует слово «томаты», а в другом – «помидоры».

В разговорной деловой речи для обозначения новых понятий нередко создаются новые слова от иностранных, но словообразовательным моделям русского языка. В результате появляются такие неуклюжие термины, как «шлюзовать» (от «шлюз»), «штабелировать» (от «штабель»), «кабелизировать» или «каблировать» (от «кабель»).

В деловой речи часто встречаются слова, не ставшие общеупотребительными, но активно используемые в деловой сфере. Это так называемые профессионализмы, которые служат для обозначения различных производственных процессов, орудий производства, сырья, получаемой продукции и т.д.

Преимущество профессионализмов перед их общеупотребительными эквивалентами в том, что они служат для разграничения близких понятий, которые для неспециалиста имеют одно общее название. Благодаря этому специальная лексика для людей одной профессии является средством точного и лаконичного выражения мысли.

К явным недостаткам деловой речи относится использование в ней *слов-паразитов*: «так», «так сказать», «понимаете», «значит», «вот», «это самое» и др. Такие слова не украшают деловую речь, а только вызывают раздражение слушателей. Практически они бесполезны.

Использование штампов и канцеляризмов в деловой речи вполне закономерно, однако это совершенно не означает, что ими можно злоупотреблять.

Снижает точность сообщаемой информации проникновение в речь деловых людей просторечных и жаргонных слов цехового обихода, которые употребляются вместо соответствующих терминов.

Краткость – важнейшее требование к любой форме деловой речи, поскольку такая речь характеризуется сугубо прикладным характером в подаче сообщаемых сведений. Это означает, что говорящий не злоупотребляет временем и терпением слушателя, избегая ненужных повторов, излишней детализации и словесного мусора.

Каждое слово и выражение служит здесь цели, которую можно сформулировать следующим образом: по возможности точнее и короче изложить слушателям суть дела. Поэтому слова и

словосочетания, не несущие никакой смысловой нагрузки, должны быть полностью исключены из деловой речи.

Многословие проявляется в различных формах. Так, очень часто участники деловых бесед навязчиво объясняют всем известные истины или неоднократно повторяют одни и те же мысли, тем самым непреднамеренно затягивая деловой разговор.

Речевая избыточность может принимать форму *плеоназма*, под которым понимается одновременное употребление близких по смыслу и потому лишних слов (предчувствовать заранее, темный мрак, главная суть, повседневная обыденность, ценное сокровище и т.п.). Часто плеоназмы рождаются при соединении синонимов (долгий и продолжительный; смелый и мужественный; только лишь; однако тем не менее).

Разновидностью плеоназма является *тавтология*, т.е. повторение того же самого другими словами. Повседневные разговоры деловых людей буквально переполнены повторениями одинаковых или близких по значению слов, например: «в августе месяце», «схематический план», «пять человек шахтеров», «семь штук трансформаторов» и т.п.

Тавтология может возникать при повторении однокоренных слов (рассказывать рассказ), а также при соединении русского слова и иноязычного, дублирующего его значение (впервые дебютировал, памятный сувенир). Последнее обычно свидетельствует о том, что говорящий не понимает точного смысла заимствованного иноязычного слова. Так появляются сочетания «внутренний интерьер», «интервал перерыва», «юный вундеркинд», «мизерные мелочи», «ведущий лидер» и т.п.

К речевой избыточности деловой речи следует отнести и употребление без надобности иностранных слов, которые дублируют русские слова и тем самым неоправданно усложняют высказывание.

Зачем, например, говорить «ничего экстраординарного», когда можно сказать «ничего особенного», вместо «ординарный» — «обыкновенный», вместо «индифферентно» — «равнодушно», вместо «игнорировать» — «не замечать», вместо «лимитировать» — «ограничивать», вместо «ориентировочно» — «примерно», вместо «функционировать» — «действовать», вместо «диверсификация» —

«разнообразии», вместо «детерминировать» – «определять», вместо «апробировать» – «проверить» и т.д.

Неправильное или параллельное употребление иноязычной лексики ведет, как правило, к неявным повторениям, например: «промышленная индустрия» (в слове «индустрия» уж заключено понятие «промышленная»), «форсировать строительство ускоренными темпами» («форсировать» и означает «вести ускоренными темпами»), «потерпеть полное фиаско» («фиаско» и есть полное поражение).

К стилистическим формам многословия следует отнести прежде всего злоупотребление *канцеляризмами*, засоряющими язык деловых людей, придающим и ему казенный оттенок.

Примером могут служить следующие фразы: «Эти товары допустимы к продаже только после специальной обработки», «Переходные кольца в этом узле служат в качестве изоляции», «Подача напряжения осуществляется здесь через посредство двухполюсного контактора», «Разгрузку товаров производят на базе использования ленточного конвейера».

Особенно часто канцеляризмы проникают в речь деловых людей в результате неуместного использования так называемых отыменных предлогов (в деле, по линии, за счет, в части), которые лишают такую речь эмоциональности и краткости. Например, «в деле повышения экономичности работы двигателя», «за счет снижения налогообложения», «выступая по линии критики».

Известно, что «каждый слышит то, что понимает». Поэтому следует максимально заботиться о доступности речи, особенно в процессе делового разговора, когда требуется излагать свои мысли как можно проще и доходчивее.

Для того чтобы добиться этой цели, известный американский ученый П. Сопер в своей книге «Основы искусства речи» рекомендует использовать вспомогательный материал речи: определения, сравнения, примеры. Начнем с определений.

Определения нужны для слов, значения которых собеседники не знают, и для терминов, употребляемых говорящим в особом смысле. Обычно самый выразительный способ дать определение какого-нибудь понятия заключается в том, что вы скажете: «Приведу пример, поясняющий, что я имею в виду» – и затем изложите конкретный случай, который типичен для этого понятия.

Очень важны в речи *сравнения*. Умственный процесс сравнения – существенный фактор познания. Пока мы не знаем, на что вещь похожа и чем она отличается от остальных вещей, мы не можем понять ее. Сравнения служат одной цели – сделать более ясными и убедительными те высказанные мысли, к которым они имеют непосредственное отношение.

Пример – наиболее эффективный и доходчивый прием речи. При его помощи удастся, как бы приблизить предмет к слушателю. Существенное качество примера – конкретность. Примеры могут быть краткими или более подробными, фактическими или предположительными, шуточными или серьезными.

Краткие примеры незаменимы, когда приходится в условиях ограниченного времени пояснять многочисленные подробности.

Предположительные примеры не содержат утверждений о подлинных фактах, но они могут оказаться полезными, когда отвлеченные или общие идеи нужно сделать наглядными. При прочих равных условиях фактический пример производит большее впечатление, чем предположительный. У слушателя обычно возникает интерес уже при словах: «А теперь позвольте рассказать вам об одном случае, действительно имевшем место...». Кроме того, только примеры-факты могут найти применение как доказательства или обоснования.

2 Риторический инструментарий

Чтобы общение было успешным, недостаточно знать специфику деловой речи, ее лексику, грамматику и стилистику. Надо научиться пользоваться своей речью так, чтобы заинтересовать собеседника, повлиять на него, привлечь его на свою сторону, успешно говорить с теми, кто симпатизирует вам, и с теми, кто против вас, участвовать в беседе в узком кругу и выступать перед широкой публикой. Наука о красноречии – риторика. Она излагает законы подготовки и произнесения публичных речей с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию.

Факторы, влияющие на действенность сообщения:

- Состав аудитории, ее культурно-образовательные, национальные, возрастные и профессиональные особенности.

- Содержание и характер самого выступления. Здесь недопустим авторитарный тон, безапелляционность высказываний. Необходимо проявлять доверие к людям, советоваться с ними в процессе выступления.

- Объективная самооценка докладчиком своих личностно-деловых качеств, компетенции в тех вопросах, с которыми он выступает перед людьми. Важно не переоценивать и не занижать свою подготовленность.

Принципы речевого воздействия, используемые в риторике:

- *доступность* – необходимо учитывать культурно-образовательный уровень слушателей, их жизненный и производственный опыт. Никогда не следует забывать, что многие люди слышат то, что хотят слышать. Отсюда необходимость принимать во внимание эмоционально-психологические расслоения каждой аудитории.

Для повышения доступности весьма эффективен прием, заключающийся в сообщении малоизвестной информации (новизна и оригинальность), а также в сочетании разнохарактерных сведений и их достоверности;

- *ассоциативность* – связана с вызовом сопереживаний и размышлений у слушателей путем обращения к их эмоциональной и рациональной памяти. Для вызова соответствующих ассоциаций используются такие приемы, как аналогия, ссылки на прецеденты, образность высказываний;

- *экспрессивность* – выражается в эмоционально напряженной речи выступающего, его мимике, жестах и позе, свидетельствующих о полной самоотдаче. Страстность, неподдельная радость или грусть, сострадание – все это конкретные формы экспрессивности;

- *интенсивность* – характеризуется темпом подачи информации. Различная информация и разные люди нуждаются в дифференцированном темпе изложения и усвоения речи. Надо учитывать темперамент людей, их подготовленность к восприятию конкретного вида информации. В связи с этим важны: умение выступающего ориентироваться в настроении аудитории; способность аудитории работать в определенном информационном клише; умение выступающего предлагать аудитории необходимый скоростной режим усвоения информации.

Коммуникационные эффекты ораторского инструментария.

Эффект визуального воздействия. Как правило, вначале человека воспринимают по его внешнему облику, и это первоначальное впечатление накладывает отпечаток на дальнейшие взаимоотношения. Поэтому деловой человек должен взять на вооружение эстетику одежды, поставленную мимику, обостренное чувство такта, чтобы излучать обаяние, расположить к себе собеседника элегантными манерами и т.д.

Не следует допускать эксцентричности в одежде. Ничто в ней не должно связывать свободу движений. Не надевайте плотно обтягивающих костюмов, стесняющих движения плеч и рук. Мужчины должны быть чисто выбритыми, освободиться от ненужных вещей, оттопыривающих карманы. Женщинам рекомендуется оставлять дома кричащие украшения. Скромность в одежде предпочтительнее назойливого шика. Не вызывайте удивления и зависти – это помешает слушать то, что вы говорите.

Сопровождающие речь *жесты* являются одним из средств передачи информации, которые призваны ее усиливать и помогать убеждать слушателей. В сочетании со словами жесты тоже говорят, усиливая их эмоциональное звучание.

Очень вредят оратору искусственные, театральные жесты. Говорящий не должен специально придумывать жесты, но контролировать их он обязан:

- жесты должны быть естественными. Прибегайте к жесту только по мере ощущения потребности в нем;
- жестикуляция не должна быть непрерывной. Не жестикулируйте на протяжении всей речи. Не каждая фраза нуждается в подчеркивании жестом;
- управляйте жестами. Жест не должен отставать от подкрепляемого им слова;
- вносите разнообразие в жестикуляцию. Не пользуйтесь без разбора одним и тем же жестом во всех случаях, когда нужно придать словам выразительность;
- жесты должны отвечать своему назначению. Их количество и интенсивность должны соответствовать характеру речи и аудитории.

Эффект первых фраз закрепляет или корректирует первоначальное впечатление у людей. В первых фразах должна быть сосредоточена интересная информация, с элементами оригинальности, сразу приковывающая к себе внимание.

Эффект аргументации. Речь должна быть обоснованной, убедительной, логичной, вызывающей осмысление информации.

Эффект порционного выброса информации является одним из действенных риторических приемов поддержания внимания аудитории. Этот эффект основан на заранее продуманном распределении по всему пространству речи новых мыслей и аргументов, периодической интерпретации ранее сказанного. Таким образом, выступающий активизирует внимание слушателей, выбрасывая через определенные временные интервалы порции «свежей» информации.

Эффект художественной выразительности – это грамотное построение предложений, правильные словоударения, использование метафор, гипербол и т.п. Как утверждал Вольтер, прекрасная мысль теряет свою цену, если она дурно выражена.

Эффект релаксации (расслабления). Тому, кто умеет вовремя пошутить, вставить остроумное замечание, повезет значительно больше, чем не умеющему это делать. Юмор создает естественную паузу для отдыха людей, сближает и настраивает на благожелательный лад.

Когда оратор говорит перед аудиторией, им, как правило, движут два желания: поделиться своей мыслью и передать чувства, им испытываемые. Сочетание мысли и чувства, рационального и эмоционального элементов речи составляют суть ораторского искусства. Противоречия здесь нет. Оба этих элемента в ораторской речи правомерны.

Лексические средства выразительности речи (тропы):

- гипербола (образное преувеличение), олицетворение (одушевление неодушевленного);
- эпитет (определение при слове, влияющее на его выразительность);
- сравнение (сопоставление двух предметов или явлений с целью более яркой характеристики одного из них через свойства другого);
- метафора (перенос на один предмет свойства другого предмета, сближение двух явлений по сходству или контрасту);
- метонимия (замена одного слова другим на основании близости выражаемых ими понятий);
- синекдоха (употребление названия большего в значении меньшего, целого в значении части, и наоборот);

- фразеологизм – устойчивые сочетания слов с полным или частично переосмысленным значением, которые отражают национальную специфику языка, его самобытность.

Синтаксические средства выразительности речи (фигуры речи):

- риторический вопрос (утверждение или отрицание, облеченное в форму вопроса, которое в себе самом содержит ответ и предназначается для активизации внимания и привлечения интереса слушателей);

- повтор – многократное повторение одного и того же слова или словосочетания с целью выделить или подчеркнуть наиболее существенные места высказывания;

- анафора – разновидность повтора, т.е. повтор начальных слов, и эпифора, т.е. повтор заключительных слов, антитеза (оборот, в котором для усиления выразительности речи резко противопоставляются противоположные понятия), инверсия (намеренное нарушение обычного порядка слов), градация (расположение слов, при котором каждое последующее превосходит предыдущее по интенсивности);

- риторическое восклицание (особо эмоциональное утверждение или отрицание, цель которого привлечь внимание аудитории или побудить ее разделить мнение оратора).

Общие советы по ораторскому искусству

1. Выступайте только тогда, когда вам есть что сказать, и когда вы уверены в важности или полезности вашей речи.

2. Не начинайте свою речь сразу, как только вам дали слово. Немного подождите. Дайте слушателям на вас посмотреть секунд 15-20. Затем посмотрите на аудиторию, улыбнитесь и скажите: «Здравствуйте».

3. Если вы решили прочесть свою речь, делайте это так, словно вы говорите с собеседником. Если вы говорите «без бумажки», все равно время от времени зачитывайте короткие справки и цифры, пусть даже вы их помните. Это снимет сомнения слушателей в достоверности вашей информации.

4. Речь должна быть ограничена предметом обсуждения и опираться на строго проверенные и отобранные факты.

5. Не останавливайте взгляд на отдельных лицах. Помните, что долгий пристальный взгляд оставляет неприятное чувство. По-

этому скользите взглядом по отдельным слушателям. Это привлекает внимание слушающих и вызывает их расположение.

6. Говорите выразительно, ибо выразительная речь способна передать огромную массу оттенков мысли.

7. Используйте весь запас слов своего лексикона. Старайтесь исключить из своей речи канцеляризмы и вульгаризмы. Избегайте также книжного стиля.

8. Возбуждайте внимание слушателей. Ожидание вызывает интерес и эмоции сильнее, чем что-то неожиданное. В начале речи намекните, что главное будет впереди и несколько раз напомните об этом. Надо с первых же слов посадить слушателя на «крючок» интереса, на ожидание «сюрприза».

9. Научитесь держать паузу. Это поможет сосредоточить внимание на важных мыслях, подчеркнуть неожиданность выводов, обобщить изложенное.

10. Соединяйте слово с жестом. Часто выразительный жест понятен без слов. Жесты должны быть скупыми, точными и выразительными. Мимика должна быть умеренной и доброжелательной.

11. Меняйте темп речи. Это придает ей выразительность. Смена темпа речи меняет и скорость восприятия, не давая слушателю отвлечься. Меняйте также и тон голоса – он должен то повышаться, то понижаться. Внезапное повышение или понижение тона голоса выделяют слово или фразу на общем фоне.

12. Говорите громко, внятно, отчетливо, выразительно, но не повышайте голоса без особой необходимости.

13. Стремитесь избегать менторского тона, поучительно назидательных ноток в голосе.

14. Имейте в запасе юмористические истории, шутки, байки и анекдоты, которые в трудных случаях могут вас выручить.

15. Всегда старайтесь начать выступление с чего-то необычного, а конец его сделать ярким и насыщенным, поскольку лучше всего запоминается то, что находится с краю, т.е. начало и конец выступления. Если все же главные тезисы по логике изложения попадают на середину, то следует в конце выступления резюмировать их.

Для делового разговора большое значение имеет *техника речи*, составными частями которой являются постановка речевого

дыхания, дикция и орфоэпия (т.е. правильное литературное произношение).

Суть техники речи – в координации дыхания, голоса, артикуляции при соблюдении норм произношения. Такая организация обеспечивает такие качества голоса, как звучность, темп, тембр, высота, четкость дикции.

Голос оратора имеет очень большое значение для аудитории. Если он говорит чрезмерно громко да еще имеет крикливый голос, то это вызывает раздражение у слушающих его людей, и эффект выступления существенно снижается. Если оратор говорит тихо, его могут слышать только находящиеся рядом, а до остальных суть его речи не доходит, что также вызывает неудовольствие аудитории. Поэтому говорить надо так, чтобы была полная уверенность, что речь не утомляет слушающих и всем им хорошо слышно. Как тихая, так и громкая речь может быть монотонной, что быстро утомляет аудиторию, и она перестает слушать оратора. Чтобы избежать этого, во время выступления постепенно и плавно то повышайте, то понижайте голос, делайте его то громким, то тихим.

Техника говорения включает в себя и понятие темпа речи, который характеризуется такими показателями, как быстрота речи, длительность звучания отдельных слов, интервалы и длительность пауз.

Скорость речи весьма разнообразна и зависит от особенностей самого оратора и характера содержания его речи. Большинство ораторов произносят от 120 до 150 слов в минуту.

Торопливость речи, вызываемая робостью, – один из наиболее распространенных и серьезных недостатков. Слишком быстрая речь является следствием полного безразличия оратора к аудитории. Хорошие ораторы никогда не говорят скороговоркой. Они дают слушателям время, чтобы вникнуть в наиболее содержательные мысли речи.

Вялая речь – порок флегматичных и ленивых людей. Такие ораторы долго раскачиваются, прежде чем вымолвят слово, а когда, наконец, добираются до конца высказывания, слушатель уже теряет способность следить за нитью их мысли.

Наши чувства в речи передаются не только при помощи слов, но и посредством разнообразных интонаций. Иногда именно в интонации кроется истинный смысл сказанного. Психологи

насчитали больше 20 интонаций, выражающих различные чувства: радости, удивления, страха, сомнения, негодования, восхищения, злобы и т.п. Оратор должен стремиться выразить голосом то чувство, которое соответствует содержанию его речи. О грустном надо говорить печальным голосом, о веселом – радостным.

Настроение оратора не всегда соответствует содержанию речи. Это, естественно, находит проявление и в его голосе. Экспериментально доказано, что слушатели не усваивают до 30% интересующей их информации, если интонация говорящего не соответствует содержанию его речи.

Поэтому выступающий должен научиться сдерживать себя, овладеть своими чувствами, думать в момент выступления только о нем и своих слушателях, а не о чем-либо другом. Если оратор погружается в содержание речи и забывает обо всем, кроме того, что он говорит, голос его будет звучать хорошо и верно, отражая те чувства, которые он хотел бы передать своим слушателям.

В технике речи большое значение придается работе *над дикцией*. Многие ораторы говорят небрежно, неотчетливо, не разжимая зубов, неправильно артикулируя звуки, и в результате аудитория теряет интерес к выступлению, не в силах разобраться в нечленораздельном бормотании выступающего. Слова должны произноситься четко и ясно, поскольку любое отклонение от норм произношения и ударения переключает внимание аудитории с существа речи на ее форму, тем самым отвлекая от восприятия смысла.

Особенно распространенным недостатком среди деловых людей являются ошибки в произношении и ударении, которые отвлекают их собеседников от существа сказанного и создают негативный психологический фон. Поэтому надо постоянно следить за правильным произношением и ударением.

Хорошая дикция предполагает умение «держат паузу». Пауза облегчает дыхание, дает возможность сообразить, к какой мысли следует перейти дальше. Она позволяет важным соображениям глубже проникнуть в сознание слушателя. Короткая пауза перед кульминационным моментом речи и после – один из способов выделить его. Пауза применяется между отдельными элементами мысли (фразами, придаточными предложениями, законченными суждениями). Она также оттеняет наиболее существенные слова.

3 Речевой этикет

Соблюдение норм речевого этикета – необходимое условие ведения любого делового разговора. Основу речевого этикета составляет вежливость.

Приветствие с древних времен является знаком почтения, которое люди оказывают друг другу.

Хотя общепринятым этикетом предусмотрено, что первым здоровается мужчина с женщиной, младший по возрасту со старшим, нижестоящий по должности с вышестоящим, деловому человеку не следует дожидаться, пока с ним поздоровается младший по возрасту или занимаемому положению партнер. Надо поприветствовать своего собеседника первым.

Мужчина должен рассматривать как знак особого уважения к нему, если женщина первой поприветствована его. Приветствуя женщину на улице, мужчина снимает шляпу и перчатку. Когда он приветствует кого-либо на расстоянии, то делает легкий поклон и прикасается рукой к шляпе или слегка ее приподнимает. На иные головные уборы – зимнюю шапку, лыжную шапочку, кепку или берет – это правило не распространяется. Во всех случаях для женщин это необязательно. Если женщина все-таки снимает перчатку – это знак особого уважения.

В любом случае в момент приветствия во рту не должно быть сигареты, нельзя также держать руку в кармане. Женщины слегка наклоняют голову и отвечают на приветствие улыбкой, они могут не вынимать руки из карманов пальто, жакета.

Обмениваться рукопожатиями при встрече мужчинам рекомендуется всегда, женщинам – по обоюдному согласию. Символично, что еще в древности рукопожатие означало акт дружбы и мира. Когда мужчину представляют женщине, руку первой предлагает женщина. Тот же приоритет принадлежит и более пожилым людям, и старшим по иерархии: старшая по возрасту женщина протягивает первой руку младшей, женщина – мужчине, руководитель – подчиненному.

Женщине в знак приветствия никогда не целуют руку на улице, это делают только в помещении. У нас принято целовать руку лишь замужней женщине. Целуя руку женщине, не следует поднимать ее слишком высоко, старайтесь сами наклониться.

Мужчины, здороваясь друг с другом, могут не снимать перчатки. Но если один снял, должен снять и другой. На улице первым кланяется проходящий мужчина стоящему.

При рукопожатиях не нужно слишком крепко жать руку приветствуемого лица. Это правило особенно надо помнить мужчинам, когда они пожимают руку женщине.

Рукопожатия не всегда обязательны, когда встречаются знакомые на улице или сотрудники в помещении учреждения или предприятия. Когда посетитель входит к руководителю, достаточно ограничиться приветствием: «Доброе утро», «Здравствуйте» и т.п., при этом слегка наклонить голову и улыбнуться.

Инициатором рукопожатия почти всегда должна быть женщина.

Но в некоторых случаях женщина, а также мужчина первыми не протягивают руку лицу намного старше себя по возрасту и выше по служебному положению. Есть общее положение: старший является инициатором рукопожатия, женщина подает руку мужчине, замужняя женщина – незамужней; молодой человек не должен спешить первым пожать руку старшему или замужней женщине.

Пожимая руку, мужчины обычно произносят краткое приветствие «Мое почтение...», «Рад встретиться с вами (видеть вас)», «Добрый день...» Приветствуя мужчину, по правилам вежливости следует спросить: «Как здоровье супруги?», «Как дела у ваших детей», «Как поживает ваша мама?» и т.п.

Если, войдя в комнату, где находятся несколько человек, вы хотите обменяться рукопожатием с одним из них, по этикету следует обязательно протянуть руку и всем остальным.

Обращения к собеседнику. Обращение «вы» свидетельствует о культуре того, кто обращается, подчеркивает уважение к партнеру или коллеге. Хорошо воспитанный и корректный деловой человек всегда пользуется этой вежливой формой обращения, независимо от того, с кем он беседует: будь то его непосредственный начальник или подчиненный, человек значительно старше его или моложе. Обращение на «ты» в деловой обстановке нежелательно.

К деловым партнерам, которые хорошо знакомы, а также к своим коллегам предпочтительно обращаться по имени и отчеству или по фамилии с добавлением слов «господин» (раньше «товарищ»).

Не следует злоупотреблять обращением только по имени, да еще на американский манер в сокращенном варианте. В нашей стране испокон веков принято уважительно называть людей по имени и отчеству, такова наша традиция. По имени можно обращаться к ближайшим коллегам, если они молоды и не возражают против такого обращения.

К незнакомому человеку можно обратиться со словами: «гражданин», «господин», «сударь» или «сударыня», «девушка», «молодой человек». В сегодняшней России нет устоявшейся формы такого обращения. И надо признать, что некоторые из названных слов в конкретных случаях не совсем удачны. Потому мы часто обращаемся к незнакомому человеку безлично: «Извините...», «Позвольте...» или «Будьте так добры...».

Во время ведения делового разговора очень важно учитывать расстояние между собеседниками и объем пространства общения. Здесь существует следующий неписаный закон: расстояние до одного метра считается интимным (общение на таком расстоянии обычно происходит между друзьями или близкими людьми).

Расстояние от одного до двух с половиной метров считается официальным. В тех случаях, когда люди нарушают эти «инстинктивные» границы, вам становится не по себе, у вас остается неприятное ощущение от контакта с ними (вспомните, как обычно напряженно молчат незнакомые люди в лифте).

Расстояние от трех метров и более – это расстояние безразличия. Этой дистанцией достаточно умело пользуются начальники, которые собираются сделать выговор своим подчиненным. На расстоянии восьми метров можно только отдавать приказания.

Поэтому если вы хотите наладить контакт с собеседником и вести конструктивный диалог, придерживайтесь дистанции приблизительно в 1,5 м и постарайтесь, чтобы между вами и собеседником не стояла преграда в виде огромного письменного стола.

Представление является важным элементом вежливости в деловой жизни, с помощью которого можно установить нужные и полезные связи.

Прежде всего, принято представлять младшего по возрасту старшему, холостого – женатому, низшего по иерархии – высшему, мужчину – женщине, более молодую женщину – старшей и т.д.

Момент представления имеет важное значение. При этом следует избегать вольностей, лучше употреблять простые фразы типа: «Это Иван, мой коллега», «Представляю вам Анну» и т.п.

Когда мужчину представляют женщине, он встает и слегка кланяется, сидящая женщина в таких случаях не встает. Представляя ближайшего родственника, говорят: «Мой отец», «Мой брат Петр», опуская фамилию. Только что прибывшие на встречу или прием не представляются лицам, которые уже покидают его.

Если возникла необходимость быть представленным, а вокруг нет никого, кто мог бы вам в этом помочь, то следует просто подать руку и четко назвать себя.

Служебная субординация в деловых разговорах руководителя с подчиненными должна соблюдаться, однако при этом всем участникам таких разговоров необходимо соблюдать вежливость. Так, в случае, когда нужно поручить подчиненному что-либо сделать, суть распоряжения лучше всего изложить в форме не приказа, а просьбы.

Распоряжение, высказанное в форме просьбы, сближает людей, способствуя более уважительному отношению друг к другу. Например, вместо того, чтобы сказать: «Иван Иванович! Я требую...» (или несколько мягче: «Иван Иванович! Я прошу...»), лучше сказать: «Иван Иванович! Не смогли бы вы...»

На практике часто случается, что руководитель, чтобы подчеркнуть свою занятость, упирает взгляд в бумаги и не поднимает головы при появлении посетителя. Тот уже вошел и поздоровался, а начальник все еще не отрывается от бумаг. Это – демонстрация неуважения к человеку.

Вошедший – будь он руководитель рангом ниже или рядовой работник – должен с первого мгновения, как только он переступил порог, почувствовать, что он воспринят не в качестве неодушевленного предмета, к которому обращают взор, лишь, когда нужно его использовать, а в качестве человека, заслуживающего уважения. Как бы руководитель ни был занят, он, во всяком случае, должен извиниться за задержку разговора и как можно быстрее закончить дело, отвлекающее его от беседы с вошедшим.

Разговаривая с подчиненным, естественно, необходимо быть предельно внимательным к нему и не отвлекаться от обсуждения вопроса на какие-либо посторонние дела. Так, нужно до минимума

свести телефонную беседу, которая неожиданно может состояться, или диалог с третьим лицом, вторгшимся во время встречи. Особенно это относится к телефонным разговорам неслужебного характера.

Всегда необходимо серьезное, внимательное отношение к содержанию того, что говорит подчиненный. Опыт показывает, как важно не торопиться с окончательными суждениями по поводу того или иного предложения, высказанного подчиненным. В любом предложении может быть то, чего нельзя сразу понять.

Поэтому мгновенно высказанное безапелляционное суждение никак не свидетельствует о глубине ума, мудрости, основанной на большом жизненном опыте. Обладающий же этими качествами руководитель хорошо знает о существовании скрытых трудностей познания истины и будет стараться всесторонне продумать свою реакцию на любое предложение, высказанное подчиненным.

Однако у многих руководителей старой советской закваски бытует до сих пор ложное представление о том, что он должен «с ходу» высказаться, причем в самой категоричной форме, по любому служебному вопросу. А некоторые практикуют такой подход и в вопросах, лежащих далеко за пределами их профессиональной компетенции.

Такие руководители ошибочно полагают, что категоричность и безапелляционность суждений – главный фактор, способствующий авторитету. В действительности тот руководитель, который допускает ошибки, явившиеся следствием непродуманных оценок, решений, теряет свой авторитет.

Совершенно очевидно, что любое проявление категоричности суждений, раздражительность в разговоре с подчиненным противопоказаны этике деловых взаимоотношений. Перебивать подчиненного, устраивать, например, разнос «с порога», еще не выслушав его объяснений по тому или иному вопросу, прерывать репликами, в которых в той или иной степени проявляется высокомерие, – значит делать то, что исключает атмосферу доверия и уважительности в деловом разговоре.

Не следует при третьих лицах давать отрицательные оценки действиям подчиненного в его отсутствие. Ведь здесь вполне реальна опасность дополнения того, что сказал руководитель, различного рода «подробностями», которые настолько исказят его

слова, что подчиненный вместо того, чтобы задуматься над своими недостатками, будет стремиться «выяснить отношения» с руководителем или затаит на него обиду, которая всегда мешает интересам дела.

Речевой служебный этикет требует, чтобы ко всем членам коллектива применялись одинаковые критерии при оценке их работы. Начальник, который использует разные критерии в оценке, в зависимости от личных симпатий и антипатий или каких-либо иных, не относящихся к деловым отношениям признаков, обнаруживает качество, считающееся едва ли не самым отрицательным для него, – несправедливость.

В подходе к подчиненным наиболее целесообразен принцип эмоциональной нейтральности, требующий ко всем сотрудникам относиться равно и выдержанно вне зависимости от личных симпатий и антипатий.

Положительные оценки деятельности подчиненных, выраженные в самых разных формах, – одно из наиболее важных средств морального стимулирования труда. Даже простое «спасибо» или «благодарю», сказанное руководителем, и притом не обязательно в присутствии других людей (что, конечно, желательно), а с «глазу на глаз» подчиненному, – уже есть та положительная оценка, которая становится важным моральным стимулом труда для работника. Важно при этом знать, что поощрение в любой форме не должно откладываться в «долгий ящик», а следовать непосредственно за тем, что явилось поводом для него.

Вопросы для самоконтроля

1. Перечислите недостатки деловой речи.
2. Каковы принципы речевого воздействия, используемые в риторике?
3. Перечислите синтаксические средства выразительности речи.
4. Каковы особенности приветствия делового человека?
5. Охарактеризуйте советы по ораторскому искусству.

Тесты

1. К деловому разговору предъявляются требования:

- а) правильности, точности, краткости и доступности речи.
- б) правильности, точности, краткости и выразительности речи.
- в) яркости, точности, краткости и выразительности речи.
- г) живости, краткости и выразительности речи.

2. Неоправданное нанизывание синонимов – признак нарушения

- а) правильности речи
- б) точности речи
- в) краткости речи
- г) доступности речи

3. Плеоназм –

- а) немотивированное включение в речь иноязычных слов
- б) языковые штампы, слова и обороты
- в) одновременное употребление слов близких по смыслу
- г) слова, свойственные местным говорам

4. К лексическим средствам выразительности речи относятся:

- а) эффект первых фраз
- б) синонимы
- в) тропы
- г) паронимы

5. В основе речевого этикета лежит

- а) рукопожатие
- б) вежливость
- в) обращение по имени и отчеству
- г) представление

6. Координация дыхания, голоса, артикуляции при соблюдении норм произношения –

- а) эффект релаксации
- б) техника речи
- в) синтаксические средства выразительности речи
- г) лексические средства выразительности речи

7. Начинать речь, после предоставления слова можно через

- а) 5-10 секунд
- б) 10-15 секунд
- в) 15-20 секунд
- г) 20-25 секунд

8. Какое расстояние между участниками деловой встречи считается официальным?

- а) в пределах метра
- б) от одного до двух метров
- в) от одного до двух с половиной метров
- г) от двух с половиной до трех метров

9. Слова и выражения, грубо и примитивно обозначающие предметы и события, унижительные и оскорбительные для человека

- а) варваризмы
- б) диалектизмы
- в) жаргонизмы
- г) вульгаризмы

10. Слова и обороты, типичные для делового стиля, но неуместные в других языковых стилях

- а) канцеляризмы
- б) диалектизмы
- в) жаргонизмы
- г) вульгаризмы

Тема 5 Национальные особенности делового общения

1. Российская деловая этика
2. Общие принципы международного этикета
3. Национальный деловой этикет западных стран.
4. Национальный деловой этикет восточных стран

Основные понятия и термины

Благотворительность, восточные страны, духовные ценности, западные страны, кодекс чести, коррупция, криминализация, международный этикет, меценатство, патриотизм, переходный характер экономики, предприниматели, российская деловая этика, экономическая нестабильность.

1 Российская деловая этика

Предпринимательская деятельность в России имеет многовековые традиции. Начинаясь она с торгового бизнеса, первые упоминания о котором уже встречаются в летописях X в.

К XII в. торговые люди уже выделяются в особую группу горожан, отличающихся своим имущественным положением и пользующихся поддержкой княжеской власти.

Основы российских норм делового поведения складываются в период становления Московского царства (XV-XVI вв.), когда русские князья реально осознали роль предпринимательства для развития государства. Предприниматели того периода были весьма разнородны. Это и русские купцы, и иностранцы, а также монастырские люди, участвовавшие в торговле. При такой разнородности трудно было бы требовать какой-то единой деловой этики. Можно сказать, что такая необходимость была осознана позднее, по мере развития рыночных отношений, типизации деловых связей.

Более менее единые нормы деловой коммуникации, этические требования в России были известны и распространены в сфере деятельности купцов к середине XVII в. В этот период начинается быстрое расширение торговых связей Москвы. По мере включения в мировую торговлю происходит постепенное усвоение общих традиций, касающихся частной собственности, договоров, обмена, торговли, конкуренции, прибыли.

Первый толчок к правому оформлению западных традиций дали реформы Петра I, а именно, попытки осуществления государственного контроля за качеством ввозимых и вывозимых товаров, предоставление льгот и покровительства торговым людям.

Формирование этики делового общения в России определяется спецификой ее исторического пути и социально-экономического развития, а также влиянием национальных, религиозных, территориальных факторов.

Существенное влияние на развитие деловой этики оказало и геополитическое положение Руси. В течение многих веков Россия находилась на перекрестке торговых путей, идущих с севера на юг (от Балтийского моря к берегам Средиземноморья) и с запада на восток (из Европы в Китай и Индию). В результате русская культура уже по одному тому, что она включает в свой состав культуры десятков других народов, – культура универсальная и терпимая культурам других народов. Применительно к этике деловых коммуникаций, это означает способность достаточно легко вести дела с представителями различных национальностей, умение чувствовать партнера, быть открытым к его деловому стилю.

Суровый климат в аграрной стране вырабатывал силу и стойкость у русских людей, и одновременно делал их осторожными. Кроме того, он способствовал формированию зависимости от капризов погоды, а не от собственной деятельности. Характерной стала и сезонная аритмия: семь месяцев вынужденного бездействия зимой и пять месяцев бурной активности летом способствовали развитию неравномерных темпов работы.

Огромная территория способствовала развитию коллективизма. Протяженность границ порождала чувство уязвимости и уверенность в том, что можно выжить только «всем миром».

Подозрительность к иностранцам была вызвана частыми нападениями со стороны соседей, которые отличались как другой верой, так и иными культурными традициями.

Кроме того, протяженность территории не позволяла государственным структурам быстро оказать помощь отдаленным регионам страны.

Значительное влияние на поведение граждан оказала государственная идеология. Она отличалась деталями в различные исторические периоды, но ключевые элементы переходили из века в век.

В первую очередь здесь следует отметить имперское мышление, которое формировало представление об определенной зависимости: сильный центр – сильные регионы. Только при сильной центральной власти государство добивалось положительных результатов в развитии.

Склонность к авторитарным методам управления определяла пассивность населения, конформизм, поскольку принимаемые решения не подлежали обсуждению. В стране в целом слабо была развита демократическая традиция. Чиновники пользовались большими привилегиями и властью, с которой нельзя было спорить, что способствовало развитию коррупции. Законы защищали прежде всего интересы государства, а не граждан, поэтому люди не испытывали уважения к законодательству и стремились обойти его нормы.

Традиционно государство опиралось на поддержку тайной полиции, и, находясь в обществе, люди скрывали свои истинные взгляды, а откровенные разговоры вели только «с глазу на глаз».

Определенное недоверие вызывала и официальная информация, так как государственная идеология поддерживалась с помощью СМИ.

Российские предприниматели испытывали постоянную зависимость от государства, поскольку оно всегда оказывало поддержку тем отраслям производства, в развитии которых было само заинтересованно.

Следует отметить, что большинство русских предпринимателей имели корни в крестьянской среде, что сказывалось на их поведении. Многим русским предпринимателям была свойственна скромность в быту, им достаточно было обеспечения основных жизненных потребностей. Часто они стремились вести натуральное хозяйство и не зависеть от внешних факторов.

Принятие христианства на Руси сильно повлияло на образ мышления русского человека, на предпринимателей в том числе. Идея христианской помощи ближнему привела к широкому развитию благотворительности и меценатству. К 1900 г. только в Москве производилось больше пожертвований, чем в Париже, Берлине и Вене. В 1910 г. в России было зафиксировано 4762 благотворительных общества и 6278 благотворительных заведений различных типов. Лишь 25% их общего бюджета финансировалось за

счет средств казны и местных органов власти, остальное – за счет частных пожертвований, по большей части купечества. Только по Москве они ежегодно составляли от 1 до 4 млн рублей.

Купечество воспринимало ответственность в служении обществу, народу, как патриотический долг, своей благотворительностью и меценатством оно явило образец высочайшей нравственной культуры.

Купеческие семьи образовывали целые династии, которые в течение столетий создавали и приумножали не только экономический капитал, но и национальные духовные ценности. Широко известны династии коммерсантов Абрикосовых, Алексеевых, Бахрушиных, Демидовых, Боткиных, Мамонтовых, Морозовых, Третьяковых, Строгановых и др. Они строили школы, музеи, театры, парки, церкви, больницы, дома призрения и др.

Основными чертами деловой этики XIX в. являлись честность, верность данному слову, надежность. Купцов уважали за соблюдение кодекса чести, честную конкуренцию. В каждом городе действовало купеческое общество, имевшее право рекомендовать или не рекомендовать предпринимателя в купеческую гильдию.

Существовал Совестьный суд, который навсегда мог лишить купца фактического права заниматься предпринимательской деятельностью. Благодаря этому вырабатывались, прочно входили в обиход такие понятия и правила, как «слово-вексель», «не оскудеет рука дающего», «торгую правдою, больше барыша будет». Создавались «товарищества на вере», которые объединяли людей без всяких учредительских договоров, одним только купеческим словом.

В экономической модернизации страны активно участвовали представители различных национальных и религиозных групп, традиции этики российской деловой коммуникации переплетались с западноевропейской, старообрядческой, мусульманской и еврейской этикой предпринимательства.

Деловая культура представляла собой сложное переплетение новых образцов делового поведения и старых стереотипов. Ощущалась потребность в самоорганизации предпринимателей, стали создаваться ассоциации, союзы и клубы деловых людей.

В 1912 г. Российское деловое сообщество (Российский Союз промышленников и предпринимателей) на национальном уровне приняло свой первый этический кодекс – «Семь принципов веде-

ния дел в России». Перечень основополагающих этических принципов предпринимательства в России:

1. Уважай власть. Власть – необходимое условие для эффективного ведения дела. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в узаконенных эшелонах власти.

2. Будь честен и правдив. Честность и правдивость – фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетелей честности и правдивости.

3. Уважай право частной собственности. Свободное предпринимательство – основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

4. Люби и уважай человека. Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себе во всем блеске.

5. Будь верен своему слову. Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единожды солгавши – кто тебе поверит?» Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.

6. Живи по средствам. Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.

7. Будь целеустремленным. Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противостоит природе. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

К началу XX в. Россия смогла стать крупнейшей мировой державой. Историки и эксперты в сфере деловой культуры утверждают, что Россия смогла догнать и превзойти экономически развитые страны во многом благодаря ускоренной эволюции деловой этики – принципов, на основе которых строятся деловые отношения.

С началом первой мировой войны, Октябрьской революции и гражданской войны было прервано поступательное развитие России. Были ликвидированы частная собственность и класс предпринимателей. Этика предпринимательства, будучи поставлена вне закона, оказалась утраченной.

Поэтому, применительно к советскому периоду говорят не столько об этике предпринимателей, сколько о партийной этике, для которой было характерно:

- подчинение общим идеалам социализма;
- превалирование партийных методов руководства над экономическими;
- ориентация на оценку со стороны партийных лидеров, а не на экономическую выгоду, поэтому высоко ценилось умение подчиняться и в точности выполнять поставленные задачи;
- обязательная партийная принадлежность для успешного построения карьеры.

«Моральный кодекс строителей коммунизма», принятый КПСС, включал в себя следующие положения:

1. Преданность делу коммунизма, любовь к социалистической Родине, к странам социализма.
2. Добросовестный труд на благо общества: кто не работает, тот не ест.
3. Забота каждого о сохранении и умножении общественного достояния.
4. Высокое сознание общественного долга, нетерпимость к нарушениям общественных интересов.
5. Коллективизм и товарищеская взаимопомощь: каждый за всех, все за одного.
6. Гуманные отношения и взаимное уважение между людьми: человек человеку друг, товарищ и брат.
7. Честность и правдивость, нравственная чистота, простота и скромность в общественной и личной жизни.
8. Взаимное уважение в семье, забота о воспитании детей.
9. Непримируемость к несправедливости, тунеядству, нечестности, карьеризму, стяжательству.
10. Дружба и братство всех народов СССР, нетерпимость к национальной и расовой неприязни.

11. Нетерпимость к врагам коммунизма, дела мира и свободы народов.

12. Братская солидарность с трудящимися всех стран, со всеми народами.

Постановления и решения партии рассматривались как руководство к действию. На первом месте всегда были интересы коллектива, общества, а не личности. Распространены были товарищеские суды, так называемые Суды чести.

На собраниях при всем коллективе обсуждались неблагоприятные с точки зрения общественной морали поступки: тунеядство, пьянство, прогулы, семейные скандалы и т.п.

Несмотря на то, что моральные представления советского времени за точку отсчета брали интересы дела коммунизма, они включали в себя общечеловеческие нормы. Не случайно многие современники сравнивали «Моральный кодекс строителей коммунизма» с десятью заповедями Моисея.

В советском обществе приветствовались такие личностные качества как патриотизм, альтруизм, преданность делу – они были характерны для многих руководителей.

Несомненно, положительным моментом советской системы хозяйствования была забота о социальных нуждах своих работников. Каждое предприятие имело свою столовую, больницу, профилакторий, клуб, библиотеку, детский сад, лагеря отдыха.

После распада Советского Союза Россия оказалась в сложных экономических и социальных условиях. Переход к рынку был связан со значительными социальными потрясениями.

Все это отразилось на поведении первых российских бизнесменов – «новых русских». Ситуация, в которой они оказались, во многом напоминала положение второй половины XIX в.

России вновь пришлось ускоренными темпами проходить этап первоначального накопления капитала. Дореволюционные традиции ведения дел были утрачены, а советские не соответствовали условиям рынка. В результате, у российских предпринимателей отсутствовали элементарные нормы ведения дел.

Если в советские времена на неотесанность партнеров закрывали глаза, так как они выступали как представители государства, гарантировавшего выполнение даже невыгодных контрактов, то по-

сле распада СССР, когда никаких гарантий нельзя было получить, такое поведение российских бизнесменов вызывало недоверие.

Нестабильность политической системы, недостаточность законодательной базы, дезорганизация системы управления, задержка платежей также негативно сказались на отношении к «новым русским» со стороны иностранных партнеров.

Для отечественного бизнеса 90-х годов было характерно:

- связь с бывшей партийно-комсомольской номенклатурой (что не новый товарищ по бизнесу, то старый товарищ по партии);
- близость к криминальной среде. В советское время именно теневая экономика развивалась по законам рынка, поэтому в 90-е годы она оказалась наиболее жизнеспособной;
- непрофессионализм российских бизнесменов. Большинство экономистов в стране изучали «плановую» экономику. С другой стороны, в бизнес пришли люди, не имеющие экономического образования, но отличающиеся деловой активностью;
- предпочтение отдавалось торговле и посредничеству, а не производственным сферам, так как именно спекулятивные операции гарантировали возможность быстрого роста капитала;
- практиковалось криминальное поведение на рынке финансовых инвестиций: мошенничества, аферы, финансовые пирамиды;
- высокий уровень коррупции. Россия, по оценкам экспертов, на протяжении многих постперестроечных лет занимает 80-е места из списка 100 стран;
- стремление скрыть значительную часть доходов («черная бухгалтерия»), что обусловлено несовершенством налогового законодательства и уже сложившейся привычкой – не делиться прибылью с государством.

Более десяти лет деятельности российских предпринимателей в условиях рыночной экономики сформировали определенные стандарты поведения, на которых сказались особенности, как национального менталитета, так и экономического и политического развития страны.

Р. Дж. Льюис, специалист по кросс-культурному взаимодействию, отмечает следующие особенности поведения российских бизнесменов:

- часто действуют командой: на переговоры приходят самые опытные, решения принимаются сообща после некоторых совещаний;

- важное значение имеют личные неформальные отношения между сторонами, они нередко вершат чудеса в ситуациях, кажущихся безнадежными;

- консервативны и нелегко принимают изменения, поэтому предлагать новые идеи нужно не спеша, без нажима;

- российская история никогда не знала демократии, поэтому русскому человеку трудно идти на открытую и прямую дискуссию, вследствие этого преобладают авторитарные методы ведения дел;

- с недоверием относятся к законам, официальным директивам, поэтому легче воспринимают то, что подается как личная рекомендация;

- присутствует надежда на почти мгновенное, сказочное обогащение («халява»), расчет на собственные силы делается редко;

- контракт для отечественных бизнесменов не имеет такой обязательной силы как на Западе.

Современный этап в развитии российской деловой этики. По свидетельству, как самих российских предпринимателей, так и их зарубежных партнеров, весьма часто нормы делового поведения, бытующие ныне в России, расходятся с общепринятыми в мире.

Несовпадение стандартов современной российской деловой культуры с общемировыми наносит ощутимый ущерб репутации российского бизнесмена. В будущем это может привести к созданию негативного стереотипа, опровергнуть который весьма трудно, если не приложить во время усилия по созданию позитивного облика российского предпринимателя. Остановить развитие отрицательных тенденций возможно при условии совершенствования экономического законодательства, улучшения социально-политической обстановки, а также целенаправленной разработки системы практических мероприятий по формированию надлежащей деловой культуры отечественных предпринимателей.

Российский союз промышленников и предпринимателей разработал Хартию корпоративной и деловой этики (2002 г.), приняты Декларация ведения добросовестной деловой практики в Санкт-Петербурге, Национальная Программа «Российская деловая культура».

В Хартии корпоративной и деловой этики (РСПП) изложены следующие нормы корпоративной этики:

1. Вести предпринимательскую деятельность, основываясь на принципах добропорядочности и справедливости, честности во взаимоотношениях со своими партнерами и конкурентами.

2. Способствовать укреплению основ института собственности, не предпринимать действий, направленных на подрыв его принципов.

3. Руководствоваться реальным смыслом законов, избегать применения различных толкований, не соответствующих духу законодательных актов, не использовать формальные процедуры для достижения целей, не совместимых с нормами корпоративной этики.

4. Отказываться от совершения действий, направленных на усиление социальной напряженности в обществе.

5. Не оказывать незаконного влияния на решения судебных, правоохранительных или иных официальных органов для достижения своих корпоративных целей.

6. С уважением относиться к своим конкурентам, не прибегать к незаконным формам борьбы, использовать только корректные методы, соответствующие корпоративной этике.

7. Заботиться о поддержании, как собственной деловой репутации, так и репутации российского бизнеса в целом, избегать участия в распространении напрямую либо через третьих лиц заведомо ложной и непроверенной информации.

8. В ситуации конфликта интересов добиваться разрешения споров путем переговоров, использовать механизмы внесудебного разрешения споров, предоставляемые Объединённой комиссией по корпоративной этике при РСПП. Уважать решения Объединённой комиссии по корпоративной этике при РСПП

Проект Декларация ведения добросовестной деловой практики в Санкт-Петербурге был разработан в 1999 г. специалистами компании Sovereign Ventures Inc. при поддержке фонда Евразия.

В основу проекта легла идея Президента компании Мэттью Мюррея о создании механизма, который бы позволил компаниям Петербурга публично заявить о поддержке высоких стандартов этики делового поведения и способствовал бы признанию деловым сообществом Петербурга принципов добросовестной деловой практики.

Проект состоит из двух уровней, что делает его наиболее эффективным. Первый уровень – это непосредственно Декларация

ведения добросовестной деловой практики, документ, занимающий всего одну страницу и излагающий общие принципы добросовестного делового поведения. Подписывая Декларацию, компании публично заявляют о намерении вести свою деятельность исходя из следующих принципов:

- открытого доступа к информации,
- честной конкуренции,
- разрешения споров правовыми путями,
- уважения договора и отказа от подкупа в деловой практике.

Оформляя идеи декларации, разработчики исходили из того, что будущие участники движения в поддержку высоких стандартов этики делового поведения уже разделяют подобные принципы, проект лишь способствует созданию некоего клуба единомышленников, позволяет компаниям, работающим в различных сегментах рынка, почувствовать поддержку своих коллег, создать позитивный настрой в преодолении трудностей, порождаемых коррупцией.

Вторым уровнем развития проекта является внедрение практики разработки, принятия и следования Кодексам компании. Кодекс компании – это внутренний документ, излагающий ценности компании, цели ее деятельности в самом широком понимании, положения, обращенные к сотрудникам компании, и излагающие основы внутренней и внешней политики компании, а также основы профессиональной этики сотрудников. Принятие внутреннего кодекса и ознакомление с ним всех сотрудников способствует улучшению рабочей атмосферы и созданию позитивного имиджа компании.

21 мая 1999 г. Совет по инвестициям при Губернаторе Санкт-Петербурга, состоящий из Губернатора и его заместителей по вопросам экономики, а также из представителей деловых ассоциаций города, одобрил настоящую Декларацию, выступил с заявлением о принятии на себя функций Депозитария по данному проекту и рекомендовал Декларацию для подписания компаниям города.

Проект получил широкую поддержку и одобрение со стороны предпринимателей города: проект поддержали ведущие деловые ассоциации города, в том числе Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата и Союзпетрострой, к Декларации присоединились более 100 компаний, многие из них разрабатывают внутренние кодексы. Проект стал предметом широкого общественного

обсуждения, освещался в прессе, был представлен на целом ряде конференций.

В 1998 г. при поддержке фонда «Евразия» была сформирована Национальная программа «Российская деловая культура».

Научный руководитель разработки Программы – директор Центра социальных и психологических исследований Высшей школы международного бизнеса АНХ при Правительстве РФ, кандидат философских и доктор психологических наук, профессор П.Н. Шихирев.

В настоящее время она дополняется и развивается членами экспертной группы Национального фонда «Российская деловая культура» и Комитета ТПП РФ по деловой этике.

Цель Программы состоит в том, чтобы, опираясь на собственный исторический опыт и опыт других стран, помочь отечественным предпринимателям быстрее овладеть современной деловой культурой, поставить её вровень с повсеместно признаваемым интеллектуальным и образовательным потенциалом России.

Задачи Программы:

- систематическое научное изучение состояния российской деловой культуры и тенденций её развития, как общих, так и региональных;
- обеспечение российских предпринимателей необходимой информацией о нормах делового поведения, принятых в международном деловом сообществе;
- обучение предпринимателей навыкам групповой работы, ведения переговоров, разрешения конфликтов;
- организация коллективных обсуждений ключевых проблем российской деловой культуры на национальном и международном уровне;
- целенаправленное формирование позитивного образа российского предпринимателя у российской и международной общественности.

Основные научные мероприятия программы. Систематическое научное изучение состояния российской деловой культуры и тенденций её развития предполагает:

- анализ российской деловой культуры и соотнесение российского опыта с международным;

- систематизацию и теоретическое обобщение результатов научных исследований;

- разработку и проверку на практике методов и методик исследования явлений деловой культуры;

- разработку программы комплексного систематического наблюдения за тенденциями развития российской деловой культуры.

Информационное обеспечение. Создание банка данных, содержащего:

- документы, включающие сведения о стандартах делового поведения;

- этические кодексы предпринимательской деятельности;

- библиографию основных научных работ;

- адреса исследовательских и научно-прикладных центров и учреждений;

- сведения о ведущих российских и зарубежных специалистах.

Деловое образование. Создание системы обучения деловой культуре:

- обоснование и разработка методик и программ, рассчитанных на различные группы потребителей;

- проведение курсов, семинаров по обучению преподавателей;

- создание и реализация плана издательской деятельности по выпуску популярной литературы по наиболее актуальным проблемам предпринимательства и деловой культуры, предназначенной для широкого круга читателей.

Формирование общественного мнения. Разработка совместно со средствами массовой коммуникации плана совместной деятельности по созданию публикаций и телевизионных передач, задачами которых должна быть популяризация идеи национальной программы.

Механизм реализации программы. Для выполнения намеченных задач предполагается использовать систему Торгово-промышленной палаты Российской Федерации и объединений предпринимателей.

Базу составят Центры российской деловой культуры – главные элементы национальной системы развития деловой культуры, функционирующие при региональных торгово-промышленных палатах.

Создан Национальный Фонд «Российская деловая культура», который

- осуществляет общую координацию деятельности региональных ТПП и других потенциальных участников программы;

- устанавливает рабочие контакты с отечественными и зарубежными фондами, центрами, учреждениями, частными лицами, заинтересованными в оказании материальной, моральной и информационной помощи в реализации Программы:

- проводит встречи и конференции;

- осуществляет координацию плана мероприятий Программы с другими федеральными программами в области развития предпринимательства.

Ресурсное обеспечение программы. Основные источники финансирования программы:

- средства Федеральных программ по развитию предпринимательства;

- взносы и поддержка учредителей Национального Фонда «Российская деловая культура»;

- издательская и педагогическая деятельность Фонда:

- средства, привлеченные из международных фондов и организаций:

- помощь предпринимателей и коммерческих организаций.

Оценка ожидаемой эффективности.

Программа относится к тому классу социальных программ, эффективность которых не может быть достаточно точно и надежно рассчитана в финансовых показателях. Последствия ее реализации неизбежно отсрочены во времени и действуют в совокупности с другими, социально-экономическими, политическими и т.п. факторами.

Однако, как свидетельствует исторический опыт России и опыт таких стран как США и Япония, средства, вложенные в развитие деловой культуры, несомненно, благотворно влияют на улучшение общей социально-экономической атмосферы и тем самым – на развитие экономики как конкретной страны, так и мировой экономики в целом.

Вместе с тем, можно достаточно уверенно прогнозировать рост числа предпринимателей, информированных о тенденциях

развития деловой культуры, принятых нормах цивилизованного бизнеса и готовых им следовать.

Мероприятия, проводимые в рамках Программы, будут также способствовать повышению уровня самосознания предпринимателей, укреплению у них чувства гражданской ответственности, улучшению их взаимопонимания с обществом. Кроме того, по ходу реализации Программы в отдельных случаях будет возможно подсчитать материальный положительный эффект в результате проведения того или иного мероприятия, или отрицательный – в случае отказа от него.

Этический кодекс российского предпринимательства. Говоря о морально-этических проблемах, возникающих в процессе экономической деятельности ведущих стран, можно выделить шесть крупных областей, где эти проблемы возникают. Это:

- отношение к природе;
- отношение к качеству продукции;
- отношение к персоналу (рабочим и сотрудникам);
- отношение к социальным проблемам;
- отношение к глобальным проблемам
- отношение к своим партнёрам по деловому общению (клиентам, поставщикам и т.п.).

В последнее время на первый план выходят интересы и ценностные ориентации основных инвесторов и ключевых партнеров.

Исследование этических кодексов 116 ведущих корпораций США показывает, что первые три позиции (по объёму текста и вниманию, уделяемому проблеме) в кодексах заняли:

- а) отношения с правительством (чиновниками и законами);
- б) отношения с поставщиками и клиентами;
- в) отношения внутри организации (между сотрудниками, как одного уровня), так и взаимоотношения между вышестоящими и нижестоящими.

Оптимизация этического регулирования сферы деловых коммуникаций России является насущной потребностью делового общения, реализации которой будет способствовать проведение наряду с традиционными новых форм деловой коммуникации: пресс-конференций, презентаций, круглых столов, принятие таких мер, как введение государственного регулирования в сфере формирования этических деловых отношений, стимулирование руко-

водителей, которые этично ведут дела; совершенствование законодательства, введение более жестких санкций за нарушение норм деловой этики, результативная борьба с криминалом, коррупцией как формами антиэтических отношений.

Эффективное влияние на этику деловых взаимоотношений может оказать развитие в России этики образования, мониторинга, аудита, тренинга, комитетов по этике, создание единого методического центра по разработке этических кодексов; проведение практических семинаров-тренингов по вопросам их применения, внедрение этического комплаенс, задачей которого является контроль за исполнением сотрудниками компании установленных этических правил и норм поведения: внутрикорпоративного кодекса.

Важно также, чтобы в обществе действовали какие-то независимые экспертные организации, способные оценивать результаты бизнес активности разных структур и привлекать общественное внимание к выявленным угрозам. Такой опыт уже имеет место в мировой практике.

В постсоветской России деловая этика складывается в обстановке высоких политических и экономических рисков. Негативно влияют на формирование этики деловой коммуникации несовершенное законодательство, экономическая нестабильность, переходный характер экономики, криминализация, коррупция.

Процесс перемен заставляет возрождать лучшие традиции прошлого и, хотя в современной России благотворительность и меценатство еще не в полной мере стали составной частью деятельности корпораций в отличие от дореволюционной России, но как положительное явление можно отметить тенденцию роста социальной ответственности предпринимательства перед всеми людьми и организациями, с которыми контактирует в процессе деятельности, и перед обществом в целом.

2 Общие принципы международного этикета

В различных странах основные правила вежливости, тактичности, корректности поведения, как бы они ни различались в частностях, едины и общеобязательны.

1. Следует уважать национальные традиции в еде, праздники, религию и руководство страны, в которой Вы находитесь.

2. Необходимо воздержаться от критики и каких-либо сравнений со своей страной.

3. Следует всегда быть пунктуальным, учитывать движение на дорогах и скопление людей на улицах.

4. Не стоит хвастаться своим материальным положением.

5. Полезным будет ознакомиться с денежной системой страны, в которой Вы находитесь.

6. В любой стране очень важны титулы, поэтому ими следует пользоваться.

7. Корреспонденция должна иметь сугубо официальный характер.

8. Приезжая не в первый раз в страну, следует позаботиться, чтобы на обороте Вашей визитной карточки была информация на языке этой страны.

9. Следует обязательно вставать, когда звучит национальный гимн страны; стоит также наблюдать и повторять действия Ваших хозяев.

10. Не стоит надевать специфические национальные костюмы вроде тоги или сари (возможно, это имеет религиозный характер).

11. Невозможно требовать, чтобы все было, как у Вас дома: еда, обслуживание и т.п. Общий совет при принятии незнакомой пищи – ешьте то, что Вам предлагают, и не спрашивайте, что это такое. Следует порезать свою порцию на мелкие кусочки, так она без труда попадет Вам в желудок.

12. Имена следует запоминать. Если имя трудное, следует потренироваться в его произношении. Нужно иметь в виду, что имена могут указывать на социальный статус и семейное положение. По именам звать людей не следует, если они сами об этом не попросят.

13. В любой стране ценится вежливость, особенно в государствах Азии.

14. Если Вы не знаете языка страны, в которой пребываете, необходимо иметь переводчика на переговорах. Знание же нескольких основных фраз совершенно необходимо. При беседе через переводчика весьма желательно присутствие человека, хорошо владеющего обоими языками, с тем, чтобы он контролировал перевод и исправлял ошибки.

Если деловые партнеры говорят слишком быстро для Вас, можете вежливо попросить их говорить медленнее, мотивируя это своим слабым знанием языка. Но не следует обвинять их никогда в том, что они быстро говорят. Точно так же, если переговоры ведутся на Вашем родном языке, недопустимо винить собеседников за акцент, также следует говорить медленно, четко проговаривая слова. Не стоит рассказывать анекдотов в силу особой специфики национального юмора, также следует избегать сленга.

15. Существенным элементом делового имиджа является одежда как часть внешности. Она должна быть неброской, хорошо сшитой и высокого качества. Как правило, полагается носить белые рубашки и темные костюмы. Женщинам в деловые поездки лучше брюки не надевать, как и слишком короткие юбки или платья без рукавов.

16. Следует помнить, что в буддийских храмах, мусульманских мечетях, японских домах и ресторанах, индийских и индонезийских домах запрещено находиться в обуви. Обувь ставится у входа, носками к двери.

17. Что касается расходов, то не следует тратить сверх необходимого воду, тепло и свет, находясь в чужой стране. В отдельных странах к телефонам подключены счетчики. Поэтому сначала необходимо предложить хозяину оплатить свой звонок, а затем звонить.

18. Всегда следует помнить, что приветствия в ряде стран имеют национальную окраску. Основной формой являются рукопожатия. Но в некоторых странах не принято пожимать руку женщинам, а потому необходимо подождать, пока женщина сама протянет руку. Во Франции и странах Средиземноморья распространены поцелуи в щеку, в Латинской Америке – объятия. Две прижатые друг к другу перед грудью ладони – индийское национальное приветствие.

19. В любой стране необходимо проявлять уважение к старшим. Именно они должны первыми начать разговор. Когда старшие по возрасту люди входят в помещение, следует встать.

20. Во многих странах на бизнес оказывает влияние религия – на распорядок дня и рабочие месяцы и дни. Лучше узнать подробнее о религии данной страны, но не стоит вступать в дискуссии на такие темы. Необходимо знать и помнить, что буддийские

образы священны: нельзя наступать на порог в Таиланде – под ним обитают добрые духи; нельзя отвлекать человека, обращенного лицом к Мекке; без разрешения не стоит фотографировать или трогать руками религиозные атрибуты.

21. Везде нужно иметь при себе визитную карточку, на которой указывается: название Вашей организации, должность, титулы. Не следует использовать аббревиатуры. В Юго-Восточной Азии, Африке и на Среднем Востоке визитку всегда протягивайте правой рукой. В Японии ее подают двумя руками, нужной стороной к партнеру.

22. Следует остерегаться использования привычных жестов (например, «V» как знак победы). В других странах они могут иметь совсем иное значение.

23. Визитная карточка уже давно стала важным инструментом налаживания деловых контактов, поддержания отношений. В Европе можно оскорбить своего партнера по переговорам, не дав ему свою визитную карточку. Особенно сильны эти традиции в южных странах Европы – во Франции, Италии, Испании, Португалии. Любое знакомство с бизнесменами в этих странах начинается с обязательного обмена визитными карточками, поэтому при деловом общении всегда необходимо иметь с собой достаточное их количество. Если в ответ на протянутую визитную карточку вы не дадите свою, то следует извиниться, объяснив причину и пообещав послать ее при первой возможности.

3 Национальный деловой этикет западных стран

Германия. Отличительными чертами немецкого национального характера являются трудолюбие, прилежание, пунктуальность, рациональность, бережливость, организованность, педантичность, серьезность, расчетливость, стремление к упорядоченности.

В Германии является вполне естественным закрывать на ключ телефонный аппарат или ксерокс, но это не следует воспринимать как проявление недоверия или неуважения.

Процедура личного представления и знакомства находится в соответствии с международными нормами: рукопожатие и обмен визитками. Первым следует назвать того, кто находится на более высокой ступени. В очень официальной обстановке используется

слово «представлять». В более свободной обстановке принято говорить «познакомить». Лицо менее значительное положено представлять лицу более значительному. Немцы чрезвычайно привержены титулам. Необходимо называть титул каждого, с кем придется вести деловую беседу. Если титул неизвестен, то можно практически к каждому обращаться «Herr Doctor».

За столом немцы постоянно держат вилку в левой руке, а нож в правой. Руки со стола не убираются, оба запястья должны касаться стола.

Переговоры обычно ведутся с участием одного или нескольких партнеров. Все встречи назначаются заблаговременно. Немцы очень сдержанны и официальны, и потому многим кажутся недружелюбными. Очень тщательно прорабатывают свою позицию. Вопросы любят обсуждать последовательно, один за другим.

Заключая сделки, немцы настаивают на жестком выполнении принятых обязательств и на условии уплаты высоких штрафов в случае их невыполнения. Характерно требование предоставления гарантийного периода на поставленный товар и залога на случай поставок недоброкачественного товара.

Немецкие деловые люди и служащие весьма строги и к выбору одежды; основной тип одежды – строгий деловой костюм, чаще всего двубортный. Строго в тон костюму должна быть обувь.

Домой к себе деловых партнеров приглашают редко. Если такое произойдет, непременно следует подарить хозяйке дома цветы. Могут пригласить в ресторан, но счета в ресторане часто оплачиваются приглашающими и гостями отдельно; бокалы поднимают после того, как хозяева произнесут приветствия.

Дополнительными рекомендациями при деловом общении в Германии являются следующие:

- если на совещании Вам надо что-то записать, попросите разрешения;
- когда ведете беседу с немцем или пожимаете руку, никогда не оставляйте руку в кармане – это считается верхом неуважения;
- во время ведения деловых переговоров не следует чересчур отвлекаться на светские темы;
- не стоит спрашивать у немцев, где они были во время войны, а также есть ли у них семья и дети.

Франция. Деловые переговоры во Франции, как правило, начинаются в 11.00. В 12.30 участникам переговоров могут предложить традиционный завтрак с аперитивом. Широко практикуется обсуждение дел за едой. Деловой обед может длиться полтора-два часа, деловой ужин – весь вечер.

За трапезой пьют почти всегда вино, а крепкие напитки – редко. Поднимая бокал, говорят: «За ваше здоровье», длинные замысловатые тосты не приняты. Нельзя оставлять пищу на тарелках. Счет в ресторанах, как правило, оплачивает приглашающий. Быть приглашенным на ужин деловым партнером – большая честь. На ужин надо прибыть на пятнадцать минут позднее назначенного времени, т.к. пунктуальность – не самая характерная черта этой нации. Существует также географическая и административная зависимость этого качества (пунктуальности): чем южнее местность, тем менее пунктуальны французы; чем выше ранг приглашенного, тем позже он приходит на прием. Кстати, если вы приглашены на ужин, прихватите в качестве подарка цветы, коробку конфет или шампанское.

При первой встрече деловому партнеру подарки не дарятся. Допустимы сувениры вроде художественных альбомов, кассет с классической музыкой и т.п.

Знакомит людей обычно тот, кто знает человека, собирающегося вступить с вами в деловые отношения, например приятель, поверенный или банкир. В приветствии весьма важны рукопожатия. Французское рукопожатие разнообразно и имеет множество оттенков – оно может быть холодным, небрежным, снисходительным, дружеским, горячим и т.д.

Во Франции люди любят блеснуть словом, молчаливость здесь не ценится. Разговор у французов имеет непринужденный характер и происходит с огромной быстротой. Во время деловых приемов к обсуждению дел переходят только после того, как подано кофе. До этого момента французы традиционно говорят о культуре и искусстве. Вполне допустимо касаться проблем личной жизни. Переход к разговору по существу происходит постепенно. Такой стиль общения в значительной степени обусловлен системой образования, ориентированной на воспитание независимых, свободно мыслящих и высококультурных людей. Большое внимание в

высших слоях общества уделяют философии, искусству, французской истории и культуре.

Стиль подготовки французских деловых людей к предстоящим переговорам – основательность и тщательное, доскональное изучение всех аспектов и последствий поступающих предложений.

При ведении дел характерная черта французов – осторожность. Они весьма искусно, с изяществом отстаивают свои интересы и позиции, не любят торговаться, переговоры ведут весьма жестко.

Французы – мастера использовать разнообразные средства и приемы. Не любят, когда в ходе переговоров другая сторона внезапно меняет позицию. Не выносят давления с чужой стороны. Совместные контракты исключительно корректны и точны в формулировках, не допускающих разночтений.

Французы – великие патриоты своей родины, с любовью относящиеся к ее истории, культуре, языку.

Поэтому на переговорах с ними весьма желательно использование в качестве официального французского языка. Материалы, используемые на переговорах, также лучше готовить на этом языке. Договоренность о встрече необходимо всякий раз подтверждать в письменном виде на безупречном французском языке.

Англия. Во второй половине XVIII в. в Англии начался промышленный переворот. Это привело к развитию предпринимательства и развитию буржуазии. Именно тогда, чтобы обозначить свою принадлежность к новому классу, новые торговцы, банкиры и владельцы мануфактур стали вводить нормы поведения, одежды, впоследствии составившие современный американско-европейский деловой стиль. В XIX и XX вв. европейские и американские бизнесмены играли доминирующую роль на мировой арене. Вместе со своим капиталом, товарами и технологиями они принесли всему миру и правила поведения в деловой среде. С тех пор этих правил придерживаются бизнесмены не только Европы и Америки, но и Японии, Азии, Африки. Во всех странах атрибутом делового человека чаще всего является английский пиджак, смокинг или фрак.

Деловой мир Великобритании неоднороден не только в социальном плане, но и по своей цеховой специализации, что в принципе отличает его от деловых кругов других стран. Для английского бизнеса характерна кастовость, которая, с одной стороны, определяет его высокий профессиональный уровень, а с другой – препятствует

притоку «свежей крови». Финансовый сектор британского бизнеса является идеологом проведения тех или иных нововведений.

Основными чертами английского характера являются сдержанность, склонность к недосказанности, немногословие, порой граничащее с молчаливостью. Последнее приводит к замкнутости и необщительности как проявлениям английского стремления к независимости. Склонность и умение выжидать, поиск удобного, осуществимого, примиряющего, что неизбежно обуславливает порой пренебрежение логикой и принципами, учитывая или придерживаясь противоположных позиций, – все это также английский национальный характер. Сильнейшая черта характера англичан – чувство справедливости. При ведении дел англичане полагаются на веру в честность партнера, не терпят коварства и хитрости. Общеизвестно их уважение к мнению собеседника. По этой причине они избегают категорических утверждений либо несогласий. Кроме того, в разговорах они всячески избегают личностных тем, что считают вторжением в личную жизнь.

Английский бизнесмен очень наблюдателен, является хорошим психологом, и не приемлет как фальши, так и сокрытия слабой профессиональной подготовки. В связи с этим лучше выдвинуть тезис о том, что у англичан есть чему поучиться, и что Вы с радостью попросите своего английского коллегу о практической помощи. Тем более, что делятся они своими знаниями и опытом весьма охотно, часто раскрывают секреты своего ремесла и умело вводят Вас в тонкости того или иного рынка.

Еще одна яркая национальная английская черта – абсолютное соблюдение установленных правил и законов. Имея дело с английскими партнерами, следует всегда помнить господствующее Англии правило: «Соблюдай формальности». Ни в коем случае нельзя обращаться к кому бы то ни было по имени, если этот человек не дал такого разрешения. Важно разбираться в званиях и титулах, однако нельзя награждать титулами себя. Процедура знакомства соблюдается очень строго. Большое значение имеет, чье имя будет названо первым. Англичанин наблюдает, кого первым представляют. Так, в служебной обстановке приоритет при знакомстве отдается клиенту, поскольку именно он более важное лицо. Если приходится представлять своего коллегу лицу, занимающему

более высокий пост, первым полагается назвать имя высокопоставленного лица.

Переговоры с английскими организациями надо начинать с тщательной подготовки и согласования. Если сроки и программа Вашего пребывания согласованы, нет никакой необходимости сообщать английским партнерам о своем прибытии и месте остановки, т.к. англичане исключительно пунктуальны.

Рукопожатие употребляется в Англии лишь при первом представлении. При дальнейших встречах достаточно будет устного приветствия. Женщинам рук не целуют, да и комплиментов лучше не делать, так как это может быть расценено как бестактность.

В Англии всегда уместно показать, что Вы цените время вашего партнера, поэтому перед началом встречи следует обязательно поинтересоваться, каким временем он располагает.

Разговор начинается с посторонних тем – погода, спорт и т.д. Решение англичане принимают достаточно медленно. На их честное слово можно положиться. В переговорах весьма гибки и внимательны к инициативам другой стороны. В крови британцев – прагматизм и умение избегать острых углов в переговорах. Их отличает умение терпеливо выслушать собеседника, не возражая ему, однако далеко не всегда это означает согласие, а часто является проявлением важной черты их характера – самообладания. Она, в частности, находит свое выражение в умении молчать и не проявлять открыто своих эмоций. Общаясь с англичанами, следует делать паузы в разговорах, поскольку грубым поведением считается болтливость.

В перерыве деловых переговоров партнерам часто предлагают стандартный английский завтрак или обед. Тосты и чоканье не приняты. Общаясь с англичанами, не следует задавать личных вопросов и тем более устраивать дискуссий на подобные темы, а также надо избегать разговоров о жизни королевской семьи и обстановке в Северной Ирландии.

По окончании рабочего дня не принято говорить о делах. Для англичанина все разговоры о работе должны заканчиваться с концом рабочего дня, даже если он ужинает со своим деловым партнером. И тем более, проявлением невоспитанности станет попытка заговорить о делах, пока не заказаны блюда. Это считается невежливым по отношению к официанту.

Если Вы приглашены на обед, то, не колеблясь, надевайте смокинг, а на официальный вечер – фрак.

В английских деловых кругах очень строго относятся к подаркам. Только очень немногие вещи модно считать подарками, а не взяткой. Это календари, записные книжки, зажигалки, фирменные авторучки, а на Рождество – алкогольные напитки. Все остальное рассматривается как средство давления на делового партнера. Если в знак особого расположения Вас пригласили в дом, то в день визита следует послать с посыльным цветы, шоколад и вино хозяевам дома.

Италия. Деловые итальянцы отличаются определенной сдержанностью, т.е. в известной мере они чопорны. И это несмотря на свои национальные черты: экспансивность, порывистость, общительность.

Представляясь, следует называть только свою фамилию, а затем пожать руку. В Италии рукопожатием обмениваются даже женщины. Целовать руку женщине можно в нерабочей обстановке, в деловой – не принято.

Деловые люди более энергичны и активны на первых этапах переговоров, стараются не затягивать решения организационных и формальных вопросов, весьма охотно соглашаются на альтернативные варианты решений. Часто для установления деловых связей прибегают к услугам посредников.

И еще следует учитывать, что итальянские предприниматели придают большое значение тому, чтобы переговоры происходили между людьми, занимающими примерно равное положение на своих предприятиях, в деловом мире или обществе.

Отнюдь не все, даже в бизнесе, знают английский язык.

Поэтому при отсутствии знаний итальянского понадобятся услуги переводчика.

Деловые развлекательные встречи итальянцы устраивают в ресторане, а не дома. Таким неформальным отношениям они придают большое значение, полагая, что более свободная атмосфера таких мероприятий способствует устранению противоречий. За трапезами итальянцы чаще всего пьют местное вино, без которого не обходится ни одно застолье. Перед тем как выпить, в Италии говорят «чин-чин».

Длинные тосты не приняты.

Собираясь в эту страну, стоит узнать больше об ее истории и культуре. Итальянцы высоко ценят проявление со стороны иностранцев уважения и интереса к их родине, что может создать благоприятную атмосферу на деловых переговорах.

Испания. Испанский бизнес очень официален. Так, собираясь в Испанию, непременно нужно сообщить испанским партнерам о своем прибытии в страну. Церемония приветствия обычна: рукопожатие и обмен визитными карточками. Но в самой Испании при встрече мужчины крепко обнимаются, что следует иметь в виду.

Большое значение придается тому, чтобы переговоры велись между людьми одного служебного либо общественного ранга, как и в Италии. Переговоры обычно проходят с участием одного или нескольких партнеров и по традиции начинаются с общих тем – погоды, спорта, местных достопримечательностей и т.п. Говорить испанцы любят много, а потому регламент встреч часто не соблюдается. Точно так же пунктуальность и соблюдение сроков – не самая распространенная черта испанцев. Стиль ведения переговоров с ними существенно менее динамичен, чем, например, с американцами. Характерные черты испанцев – серьезность, открытость, человечность, галантность, чувство юмора.

Деловых партнеров не принято приглашать домой, а деловые трапезы проходят в ресторанах. За едой не принято обсуждать такие темы, как личная жизнь, коррида, гражданская война, времена Франко.

Швеция. Достоинствами шведов, как и других скандинавских народов, являются серьезность, порядочность, аккуратность, пунктуальность, надежность.

Шведы высоко ценят в деловых партнерах профессионализм. Владеют несколькими языками, в первую очередь английским и немецким. Пунктуальность на переговорах проявляется в том, что они появляются в точно назначенное время, отклонение от которого не превышает 3-5 минут. Они планируют дела и договариваются о встречах заранее.

Для шведских предпринимателей желательно заранее знать состав участников переговоров и программу пребывания партнеров в их стране. Предпочитают предварительно всесторонне изучать полученные предложения. При рассмотрении деловых вопросов обращают внимание даже на мельчайшие детали, поэтому их партне-

рам следует тщательнейшим образом готовиться, а также не вести себя слишком самоуверенно и избегать хвастовства.

Переговоры шведы традиционно начинают с общих тем – погода, впечатления гостей, спорт и т.д. Высказаться предоставят возможность каждому. Деловое общение нередко продолжается в ресторане или в гостях, но домой шведы приглашают только самых важных или самых близких деловых партнеров. Получив такое предложение, предусмотрительно следует купить цветы для хозяйки дома. Своеобразен ритуал питья. Согласно обычаю, хозяин дома в знак приветствия поднимает бокал и, обращаясь к каждому, говорит по-шведски: «За ваше здоровье». Пьют, обмениваясь взглядами, а выпив, вновь смотрят друг другу в глаза и лишь затем ставят бокалы на стол.

Швейцария. Отличительной чертой швейцарцев является очень замкнутая личная жизнь. Иностранцев могут пригласить в гости только через очень длительное время знакомства. Деловые или званые вечера швейцарцы устраивают в ресторанах или отелях. На таких мероприятиях знание этикета и хороших манер необходимо, поскольку швейцарцы высоко чтят это.

У них существуют две формы обращения: вежливая («господин», «госпожа») и фамильярная (по имени). Если, знакомясь с человеком, Вы называете его «господин» или «госпожа», то, скорее всего, Вам придется обращаться к нему так всегда.

С одной стороны, швейцарцы по характеру очень консервативны, с другой – очень любопытны и легко приспосабливаются. В Швейцарии четыре языка, но с приезжими они общаются на английском. Он же является языком бизнеса.

В Швейцарии следует быть очень пунктуальным, ибо эта черта – особенность швейцарцев. Они твердо держат данное слово. Грубостью и проявлением бестактности по отношению к швейцарцам является сравнение их с немцами.

Особенности делового поведения и общения в США, Канаде, Австралии. Особенности поведения деловых американцев обусловлены чертами собственно национального характера, системой образования, лидерством США в мире. С раннего детства в них воспитывают независимость, самостоятельность, умение соревноваться и выигрывать. Последнее присуще любому виду деятельности – работе, спорту, отдыху и т.д. Мерилом успеха являются зара-

ботанные деньги. Этим обусловлены их энергичность, напористость, властность, не всегда приветствуемая представителями других наций. Указанные черты четко проявляется во время переговоров с американцами: они настойчиво гнут свою линию, жестко отстаивая свои позиции и интересы. Впрочем, могут и любят поторговаться.

В стиле делового общения преобладают профессионализм и компетентность. Имея обычно большую свободу в принятии окончательных решений, чем представители других стран, американские партнеры нередко пытаются навязать свои правила игры, проявляя известную агрессивность и даже грубость. На переговорах придерживаются трех правил: анализируй, разделяй обязанности, проверяй исполнение.

Переговоры, как правило, идут один на один. Предложения начинают обсуждать с общего вопроса, постепенно переходя к деталям. Детали, т.е. «мелочи», для них очень важны, т.к. нет никаких мелочей при организации любого дела – будь то подготовка к переговорам или практическая реализация договора.

На формальности американцы времени не тратят, сразу переходят к сути дела, проявляя при этом здоровый прагматизм. Не любят пауз в разговоре, задают много вопросов, многие из которых весьма прямолинейны.

В США принято обращаться друг к другу по имени независимо от возраста и положения, что они переносят и на гостей; это придает общению или переговорам с американцами дружеский характер и неформальную атмосферу. Вместе с тем, не следует американцев втягивать в религиозные или политические дискуссии. Получив приглашение в дом американца (что он сделает, если деловой партнер важен для него), стоит принести подарок – какой-либо сувенир или бутылку вина.

Американцы предпочитают заключать крупные сделки и преувеличивать значимость своей компании, однако сами предпочитают иметь достоверные сведения о тех, с кем вступают в контакт (в частности, они настаивают на предоставлении сведений об участниках переговоров: кто, где и кем работает), сведения об образовании, печатных трудах, изобретениях, ученой степени и т.д.

Американцы живут по расписанию, которое составляют на каждый день, а потому очень пунктуальны, на деловые встречи ни-

когда не опаздывают. Время таких встреч и переговоров строго ограничено – не более часа.

Канада более склонна к церемониям, нежели США. Деловые люди здесь, в отличие от своих американских коллег, не склонны переходить на «ты». Отличительная черта поведения канадцев в делах – консерватизм.

Приветствие в деловой обстановке – рукопожатие. Официальных языков – два: английский и французский. На английском говорят почти везде, кроме провинции Квебек и некоторых районов. Канадцы очень не любят, когда их принимают за американцев. Поэтому тот факт, что они говорят по-английски, вовсе не означает, что они считают себя американцами.

Деловые развлечения, как правило, устраивают в ресторанах, а не дома. На официальных мероприятиях обычно подают что-либо сугубо национальное, например, арктического гольца, тихоокеанскую нерку или семгу из Новой Шотландии.

В Австралии деловые люди одеваются, практически так же, как и в США или Канаде: костюм и галстук для мужчин, костюм или платье для женщин. В более жарких районах или летом в любом районе одежда бизнесменов имеет неофициальный характер: длинные шорты с длинными носками, без пиджака и галстука.

Австралийцы дружелюбны, лишены чопорности. Знакомясь, следует называть свое имя полностью, затем крепко пожать руку.

Деловые отношения в Австралии носят очень демократичный характер. Однако бизнесом занимаются, главным образом, мужчины.

Не бойтесь признаться, что чего-то не знаете – австралиец из-за этого никогда о Вас не будет думать хуже. Скорее, наоборот, он будет еще больше доверять, видя, что Вы не собираетесь пускать пыль в глаза.

Деловые трапезы устраивают в ресторанах, а не в частных домах. Обмен подарками не имеет повсеместного распространения. Но, приехав в Австралию на деловую встречу, вполне уместно будет вручить маленький сувенир из тех мест, откуда Вы прибыли (галстук, кепку, значок).

4 Национальный деловой этикет восточных стран

На Востоке существуют своя культура и обычаи. Восточный этикет значительно более церемонен, чем европейский, и глубже уходит корнями в прошлое. Так, в арабских странах во время беседы часто спрашивают «как здоровье», «как дела», но подробно отвечать на эти вопросы не нужно.

Во время деловых встреч Вас обязательно угостят кофе. Если выпив его, Вы отдадите чашку хозяину, то он наполнит ее снова. Но если Вы не захотите больше пить, то достаточно покачать чашечкой из стороны в сторону или перевернуть ее вверх дном.

Китай. Представления китайцев о правилах хорошего тона сильно отличаются от европейских. Так, при общении недопустимыми считаются физические контакты – объятия, поцелуи и даже касания.

Вступая в деловые связи, китайские деловые люди особое внимание уделяют двум моментам:

- сбору информации о предмете обсуждения и партнерах по переговорам;
- формированию «духа дружбы» по отношению к представителям другой стороны.

Дух дружбы на переговорах имеет для китайцев очень большое значение, причем, обычно они его отождествляют с обычными личными отношениями партнеров.

Обращаясь к китайцу, необходимо помнить, что фамилии в Китае принято ставить впереди имени. Если Вы познакомились с китайцем, следует называть его по фамилии. Во время приветствия, обмениваясь рукопожатиями, сначала следует пожать руку самому высокопоставленному лицу. При знакомстве следует обмениваться визитными карточками.

Китайские делегации обычно весьма многочисленны, поскольку в них традиционно включается множество экспертов по разным вопросам. На переговорах китайцы придерживаются разграничения процесса обсуждения на отдельные этапы: первоначальное уточнение позиций, их обсуждение, заключительный этап. Начальный этап – это оценка китайцами статуса каждого из участников переговоров. Большое внимание в этой связи уделяется внешнему виду партнеров, манере их поведения, отношениям

внутри делегации. Проведя такой анализ, китайцы в дальнейшем ориентируются, главным образом, на партнеров с более высоким статусом – как официальным, так и неофициальным. Проводя переговоры на своей территории, китайцы, ссылаясь на свои традиции, нередко предлагают гостям говорить первыми с тем, чтобы выяснить позицию партнера. От самих китайцев, в начале переговоров этого добиться трудно, даже невозможно – они отделиваются общими фразами. Не следует в таком случае показывать своего недовольства или использовать давление.

Допущенные в ходе обсуждения другой стороной ошибки умело используются. На уступки китайцы идут обычно под конец переговоров, когда ими уже сделана оценка возможностей партнеров. Окончательные решения китайцами принимаются не за столом переговоров с партнерами, а дома. Они должны быть затем одобрены руководством китайской фирмы.

Налаживание неформальных отношений с зарубежными партнерами – важная составная часть китайского бизнеса. Это проявляется в задаваемых гостю вопросах о семейном положении, интересах и т.п., приглашениях в ресторан, где подается множество национальных блюд. Тосты произносятся, но чокаться необязательно. Если же чокаются, то делают это так: младший должен чокнуться верхней частью своего бокала о ножку бокала старшего, показывая таким образом, что он ставит себя ниже. Чокаясь, произносят по-китайски что-то похожее в переводе на «пей до дна».

В деловой жизни Китая практикуется вручение подарков. Но любое такое подношение должно происходить исключительно после заключения всех сделок. При этом подарки лучше делать не конкретному лицу, а всей фирме, т.к. местные обычаи могут запрещать принятие личных подарков. Китайцы с благодарностью принимают небольшие сувениры. Не следует дарить часы, т.к. на китайском языке слова «часы» и «похороны» близки по звучанию.

Япония. Японская культура исторически связана с китайской. Общность прослеживается в строгой иерархии отношений старших и младших, использовании посредников в сложных и спорных вопросах, дарении подарков в знак благодарности за услугу и помощь. Последнее даже может несколько шокировать европейца.

Основные достоинства японского национального характера столь же общеизвестны, как и трудно постижимы во всей их совокупности для людей иных национальностей: трудолюбие, дисциплинированность, приверженность традициям, преданность авторитету, чувство долга, самообладание, аккуратность, глубокое понимание красоты, вежливость, любознательность. Согласно японской морали, основа взаимоотношений людей – взаимная зависимость. Поэтому принадлежность к той или иной группе – основа мироощущения японца.

Отсюда вытекает еще одна знаменитая черта японца – верность группе, фирме, государству, нации и сопутствующие этому патриотизм и самоотверженность при отстаивании их интересов, а также высокая организованность. Японцы судят о человеке, прежде всего, по его принадлежности к той или иной группе.

С японскими фирмами очень сложно наладить контакты путем переписки и телефонного общения. Причины этого заключены в следующем:

- большинство работающих на национальном рынке мелких и средних фирм ведут свои дела на японском языке и для контакта с ними нужен переводчик;
- не зная партнера, японские бизнесмены не любят вступать с ним в деловые отношения;
- в японских фирмах существует довольно сложная процедура принятия решений;
- японцы предпочитают личные беседы и не обсуждают важные вопросы с помощью переписки или телефона.

При налаживании дел с японцами важное значение имеет процедура обмена визитными карточками, поскольку они очень соблюдают субординацию. Знакомясь, японцы стремятся сразу же выяснить, какое положение относительно другого человека они занимают, что естественнее всего сделать с помощью визитки.

В деталях это происходит так. Сначала японец, поглядев на вашу визитку, выяснит, какую фирму вы представляете и каков ее статус по отношению к его собственной фирме. Если из двух знакомящихся один из крупной и солидной компании, а второй из более мелкой, то первый оказывается выше, чем второй. Следующая ступень установления взаимного «расположения» – сопоставление положений в своих компаниях.

Обращение с визитными карточками требует большой аккуратности. Считается невежливым держать их в кармане брюк, тем более заднем; лучше завести для визиток специальный альбомчик и носить его в нагрудном кармане или во внутреннем кармане пиджака. Женщины могут положить такой альбомчик в сумочку.

Всегда почтительно надо обходиться с визитной карточкой, которая получена от японца. Вы подчеркнете свое уважение к японцу, если будете вручать ему или принимать от него предметы двумя руками. Важность этого особенно возрастает при встрече с лицом, занимающим гораздо более высокое положение. Если Вы будете делать так же с лицом более низкого статуса, то этим только собьете его с толку. Но в этой стране не страшно ошибиться в сторону большей вежливости. Поэтому поступать следует так. Подавайте лицу, стоящему на более низкой ступени, и принимайте от него визитную карточку одной рукой. Вполне уместно будет при этом взять его карточку двумя руками или правой рукой и придерживать ее левой – до тех пор, пока не прочтете внимательно все, что там написано. Если пробежать по карточке поверхностным взглядом, то этим самым Вы унижите человека, потому что он подумает, что его сочли незначительным лицом. Нелишне будет сказать что-нибудь вроде: «О, так вы начальник отдела...».

Отправляясь в Японию, стоит заказать визитные карточки с японским текстом на одной из сторон, однако нужно быть уверенным, что перевод безупречен, иначе можно попасть в неловкое положение.

Японцы в большинстве своем очень вежливы и качество это высоко ценят в других. В деловом общении с японским партнером не рекомендуется горячиться и терять самообладание. В общении с европейцами японцы ценят доброжелательность, искренность, общительность; если Вы научились произносить на японском хотя бы несколько слов – Ваше усердие будет оценено по заслугам. Европейец должен учитывать, что когда его деловой партнер на переговорах кивает, это вовсе не значит, что он согласен собеседником, просто он понял, что Вы хотите ему сказать. Если в деловой беседе японцы употребляют выражения типа «сейчас это затруднительно», следует иметь в виду, что это означает отказ.

При встрече с деловыми партнерами из Японии не следует протягивать руку для рукопожатия, лучше ограничиться вежливым

поклоном. Японцы кланяются особо – встретив знакомого, они замирают на месте, а затем как бы переламываются в пояснице. Статистики посчитали, что в среднем служащий таким образом 36 раз в день. Правда эта учтивость ограничивается лишь областью личных отношений, совсем не затрагивая общественного поведения. На улице японец будет без зазрения совести толкать прохожих, прокладывая себе дорогу в толпе.

Не в обычаях японцев принимать гостей дома или ходить в гости. Скорее всего, делового партнера пригласят в традиционный ресторан японской кухни, где принято разуваться. Если Вы не можете съесть все предложенное вам блюдо, следует попробовать хотя бы кусочек. Если Вас все же пригласили в дом, необходимо помнить, что правила в жилище очень сложны. Главное – ни на что не наступать, ни через что не перешагивать и садиться, где укажут. Причем, садясь, вначале надо встать на колени, затем опуститься на пятки. Сидеть каким-либо другим образом, тем более вытягивать ноги вперед является верхом неприличия.

Южная Корея. Традиционная мораль этого народа высоко ценит личное общение, без которого в Южной Корее невозможно решить ни одной проблемы. Для установления деловых отношений необходима личная встреча, о которой принято договариваться через посредника. Последний хорошо знаком с обеими стремящимися к контакту сторонами, поэтому он в состоянии правильно информировать корейскую сторону о вашей фирме и ваших предложениях.

Даже в тех случаях, когда вроде бы достаточно телефонного разговора для решения какого-либо вопроса, корейцы стремятся к личной встрече. Неопределенный ответ на предложение о такой встрече они могут истолковать как согласие.

При встрече мужчинам принято обмениваться рукопожатиями. Женщины руки нежимают. Прямо в глаза смотреть не стоит.

Корейцы общительный и хорошо воспитанный народ, отличаются необычайным гостеприимством и устраивают своим гостям необыкновенно теплый прием, что, тем не менее, является проявлением простой вежливости. Больше будет шансов на успех, если Вы проявите уважение к ним и такт. Например, грубостью считается открытый рот, поэтому, смеясь, следует прикрывать рот плат-

ком. Также нужно проявлять скромность, терпение и уважение к старшим.

На переговорах важное значение имеет статус партнеров и их соотношение. Принимая визитные карточки, стоит помнить, что в корейских именах первый слог – это фамилия, а два последующих – личное имя.

Протокольная часть переговоров, особенно первоначальных, достаточно длинная, но корейцы не имеют привычки долго обсуждать второстепенные детали с тем, чтобы плавно перейти к главной теме. Корейские предприниматели ясно и четко формулируют вопросы и предлагают пути их решения. Переговоры ведут напористо и порой даже агрессивно. При этом несогласие с партнером открыто не выражают, не стремятся доказать ошибочность его точки зрения; точно так же нужно вести себя и по отношению к ним. Дальние перспективы их не очень волнуют, им более интересен непосредственный результат прилагаемых усилий. Неконкретные ответы будут ими интерпретированы как невозможность реализации идеи или соглашения, обсуждаемых на данных переговорах.

Существенным моментом делового этикета является одежда. Корейцы щепетильны в этом вопросе. Мужчина должен носить всегда строгий деловой костюм, обычно с белой рубашкой и неярким галстуком, женщина в деловой жизни не носит брюк. В присутствии старших по возрасту и «званию» не принято курить.

На первой встрече следует обмениваться сувенирами, назначение которых – реклама и оказание внимания потенциальным клиентам.

Индия. Находясь в Индии, нужно стараться соблюдать обычаи тех людей, с которыми предстоит вступать в деловые отношения.

Практически все индийцы говорят по-английски. При приветствии мужчины обмениваются рукопожатиями. Можно употреблять и местное приветствие, особенно, встречаясь с женщиной – сложенные вместе ладони перед грудью и легкий поклон.

Одеваться рекомендуется так, как принято в этой стране или регионе, где Вы пребываете. Деловые женщины в Индии совсем не обязаны носить сари. Оно если и надевается, то лишь на приемы. Вместо сари женщины носят костюм с прямой юбкой до колен или с брюками. Индийские женщины нередко ходят в брючных костюмах.

Следует постоянно иметь в виду, что в Индии существует строгая система каст. Обязательно нужно знать, к какой касте принадлежат люди, с которыми Вы вступили в деловые связи, а также учитывать соответствующие ограничения (например, запрет на контакт с представителями низших каст) с тем, чтобы не вынуждать индийских партнеров делать то, что противоречит их принципам.

Дополнительными моментами, которые следует учитывать при деловом общении, являются:

- высокая степень уважения старших;
- пунктуальность;
- следует передавать или принимать все съестное только правой рукой;
- в разговоре не стоит касаться личных тем, проблемы бедности, военных расходов и крупных объемов зарубежной помощи.
- мужчины не могут заговаривать в общественных местах с женщиной, если она идет одна, и прикасаться к ней.

Особенности делового этикета в Странах Ближнего Востока. Существует ряд общих принципов, которыми следует руководствоваться при деловом общении в мусульманских странах:

1. Все дела пять раз в день прерываются для совершения намаза (молитвы).
2. Необходимо уважать право делового партнера преклонить колени и обратить лицо к Мекке.
3. Вне помещения приветствия в форме рукопожатия широко распространены. В частном доме, вполне вероятно, хозяин может поприветствовать Вас поцелуем в обе щеки – и Вы обязаны ответить тем же.
4. Визитные карточки печатаются на двух языках – местном и английском.
5. На деловую встречу следует надевать легкий темный костюм, рубашку и галстук. Ноги и руки женщин должны быть закрыты, а также недопустимы брюки.
6. Во время разговора арабы стоят очень близко друг к другу. Не стоит отступать назад.
7. У арабских народов не принято обсуждать личную жизнь.
8. Следует держать ступни на полу – подошвы показывать неприлично.
9. Не стоит подшучивать над собеседником или спорить с ним.

В Саудовской Аравии не курите, пока не закурит хозяин; женщины не присутствуют на трапезах (даже деловых) вместе с мужчинами.

Перед деловыми переговорами в арабских странах часто подают напитки и еду. Отказываться нельзя, даже если Вы не голодны. Во время еды следует пользоваться только правой рукой. Левая рука служит только для гигиенических целей. Если Вы левша, стоит извиниться.

В деловых отношениях арабы любят предварительную проработку деталей проблем, которые будут предметом обсуждения на предстоящих переговорах. Очень важной является атмосфера доверия между деловыми партнерами.

Арабское приветствие, в отличие от формального и короткого европейского, являет собой ритуал, во время которого задаются вопросы о здоровье и личных делах. Они могут повторяться в ходе беседы. Всегда надо терпеливо выслушать араба-собеседника и его длинные пожелания благополучия. Часто в речи арабы обращаются к Аллаху, уповая на его милость и помощь в предстоящих делах.

Арабский деловой этикет запрещает давать прямолинейные ответы и быть категоричным; нельзя также проявлять суетливость и поспешность. Важным во время переговоров считается стремление «сохранить лицо» – свое и собеседника. Даже свой отказ арабы-бизнесмены облачают в очень мягкую, завуалированную форму.

Вопросы для самоконтроля

1. Охарактеризуйте этический кодекс «Семь принципов ведения дел в России».
2. Назовите особенности современного этапа в развитии российской деловой этики.
3. Каковы общие принципы международного этикета?
4. Раскройте особенности национального делового этикета западных стран.
5. Перечислите особенности национального делового этикета восточных стран.

Тесты

1. Основы российских норм делового поведения складываются в период

- а) российской империи
- б) становления Московского царства
- в) Киевской Руси
- г) петровских реформ

2. Первый российский этический кодекс делового сообщества

- а) «Кодекс поведения деловых людей»
- б) «Кодекс купечества»
- в) «Семь принципов ведения дел в России»
- г) «Этический кодекс корпорации»

3. Первый российский этический кодекс делового сообщества был принят в

- а) 1912 г.
- б) 1913 г.
- в) 1914 г.
- г) 1915 г.

4. В русском бизнесе предпочтение отдавалось торговле и посредничеству, а не производственным сферам в

- а) советские годы
- б) начале XX в.
- в) 90-е годы
- г) на современном этапе развития российской экономики

5. Национальная программа «Российская деловая культура» была сформирована в

- а) 1992 г.
- б) 1996 г.
- в) 1998 г.
- г) 2000 г.

6. Специалисты компании Sovereign Ventures Inc. разработали

- а) Хартию корпоративной и деловой этики
- б) Национальную программу «Российская Деловая Культура».
- в) Декларацию ведения добросовестной деловой практики в Санкт-Петербурге
- г) Кодекс деловой этики ОАО «НК Роснефть»

7. Национальная программа «Российская деловая культура» была сформирована в

- а) 1997 г.
- б) 1998 г.
- в) 1999 г.
- г) 2000 г.

8. Орган, который навсегда мог лишить купца фактического права заниматься предпринимательской деятельностью

- а) Купеческая гильдия
- б) Купеческий суд
- в) Совестьный суд
- г) Городской суд

9. Формирование этики делового общения в России определяется

- а) бытовыми традициями
- б) влиянием национальных, религиозных, территориальных факторов
- в) природными катаклизмами
- г) острой конкуренцией

10. В Московском царстве не было единой деловой этики, в связи

- а) малочисленностью предпринимателей
- б) однородностью предпринимателей
- в) разнородностью предпринимателей
- г) немногочисленностью торговых людей

11. Этика предпринимательства была утрачена Россией

- а) перед первой мировой войной
- б) когда был ликвидирован класс предпринимателей
- в) в конце XIX в.
- г) в конце XX в.

12. Помочь отечественным предпринимателям быстрее овладеть современной деловой культурой, поставить ее вровень с повсеместно признаваемым интеллектуальным и образовательным потенциалом России – цель

- а) Национальной программы «Российская деловая культура
- б) Хартии корпоративной и деловой этики
- в) Декларации ведения добросовестной деловой практики в Санкт-Петербурге
- г) Кодекса российской деловой этики

13. Какой народ верит в свою уникальность

- а) французы
- б) германцы
- в) англичане
- г) итальянцы

14. Кто использует обращение по фамилии?

- а) французы
- б) немцы
- в) англичане
- г) итальянцы

15. Кто не любит раннее установление дружеских отношений, обсуждения личных и семейных деталей?

- а) французы
- б) немцы
- в) англичане
- г) итальянцы

16. Огромное уважение к имуществу и собственности имеют

- а) французы
- б) немцы
- в) англичане
- г) итальянцы

17. Дисциплинированы и приходят на встречу хорошо одетыми

- а) французы
- б) немцы
- в) англичане
- г) итальянцы

18. Нельзя прибегать к юмору или шуткам во время деловых встреч с

- а) французами
- б) немцами
- в) англичанами
- г) итальянцами

19. Признают критику в свой адрес и очень гибки в общении

- а) французы
- б) немцы
- в) англичане
- г) итальянцы

20. В общении красноречивы, многословны и эмоциональны

- а) французы
- б) немцы
- в) англичане
- г) итальянцы

21. Предпочитают удобную, повседневную одежду, обращаются друг к другу просто, неофициально, даже если между собеседниками большая разница в возрасте и общественном положении

- а) французы
- б) немцы
- в) американцы
- г) англичане

22. В деловой среде к самым квалифицированным бизнесменам в мире относятся

- а) французы
- б) немцы
- в) американцы
- г) англичане

23. С кем можно начинать вести деловые дискуссии только через 20 минут после начала переговоров?

- а) японцами
- б) китайцами
- в) арабами
- г) корейцами

24. Считают, что мужчины и женщины обладают совершенно различными личностными качествами

- а) китайцы
- б) индийцы
- в) арабы
- г) корейцы

25. Большое значение «контакту взглядов» при разговоре придают

- а) китайцы
- б) индийцы
- в) арабы*
- г) корейцы

26. Поклонники ораторского искусства

- а) китайцы
- б) индийцы
- в) арабы
- г) корейцы

27. Переговоры ведут командой, члены которой имеют разную специализацию

- а) китайцы
- б) индийцы
- в) японцы
- г) корейцы

28. Кто считает процедуру пожатия руки негигиеничной?

- а) китайцы
- б) индийцы
- в) японцы
- г) корейцы

29. Почти во всех ситуациях дисциплинированы и вежливы

- а) китайцы
- б) индийцы
- в) японцы
- г) корейцы

30. У кого на переговорах преобладает дух коллективизма, и никто не говорит «я», а только «мы»

- а) у японцев
- б) у корейцев
- в) у китайцев
- г) у арабов

31. Какой из азиатских народов больше других походят на жителей Запада?

- а) малазийцы
- б) корейцы
- в) индонезийцы
- г) тайландцы

32. Нельзя шутить во время деловых переговоров с

- а) корейцами
- б) китайцами
- в) японцами
- г) арабами

Тема 6 Основы педагогики

1. Предмет, задачи, функции педагогической науки.
2. Педагогические принципы и методы.
3. Категориальный аппарат педагогики.
4. Государственный образовательный стандарт.

Основные понятия и термины

Воспитание, воспитательные отношения, Государственный образовательный стандарт, задачи педагогики, образование, обучение, педагогика, педагогические методы, педагогические принципы, развитие, самовоспитание, самообразование, функции педагогики.

1 Предмет, задачи, функции педагогической науки

«Педагогика» – многозначный термин, обозначающий:

- различные идеи, представления, взгляды (религиозные, общественные, народные) на стратегию (цели), содержание и тактику (технология) воспитания, обучения, образования;
- область научных исследований, связанных с воспитанием, обучением, образованием;
- специальность, квалификацию, практическую деятельность по воспитанию, обучению, образованию;
- учебный предмет в составе среднего и высшего профессионального и послевузовского педагогического образования;
- искусство, виртуозность, мастерство, маневры и тонкости воспитания. В данной главе речь идет о педагогической науке.

Педагогическая отрасль знаний является одной из самых древних и развивалась вместе с обществом. Социальный прогресс оказался возможным потому, что каждое вступающее в жизнь новое поколение людей овладевало производственным, социальным и духовным опытом предков и, обогащая его, уже в более развитом виде передавало потомкам. Чем сложнее становилось производство, чем больше накапливалось научных знаний, тем востребованнее было специально организованное образование – целенаправленная передача подрастающему поколению опыта человечества.

Свое название педагогика получила от греческого слова «пайдагогос» (*пайд* – дитя, *госос* – веду), которое означает детоводство или дитяведение. В Древней Греции педагогами первоначально назывались рабы, сопровождавшие детей своего господина в школу. Позже педагоги – это уже вольнонаемные люди, которые занимались наставлением, воспитанием и обучением детей. На Руси (XII в.) первые учителя получили название «мастера». Это были свободные люди (дьячки или мирские), которые у себя или на дому учащихся стали обучать детей чтению, письму, молитвам.

Предметом педагогики выступает образование как реальный целостный педагогический процесс, целенаправленно организуемый в специальных социальных институтах (семье, образовательных и культурно-воспитательных учреждениях).

Педагогика в первую очередь изучает три главных составляющих образовательного процесса: цели обучения (для чего учить); содержания обучения (чему учить); форм и методов обучения (как учить).

Задачи педагогики

1. Определение и изучение закономерностей в областях воспитания и обучения, управления образовательными и воспитательными системами. Закономерности в педагогике рассматриваются как связи между специально созданными или объективно существующими условиями и достигнутыми результатами. В качестве результатов выступают обученность, воспитанность и развитость личности.

2. Изучение и обобщение педагогического опыта. Эта задача предполагает, с одной стороны, теоретическое обоснование и научную интерпретацию передового педагогического опыта, выявление в инновационных авторских подходах того, что может быть перенесено в массовую педагогическую практику, а с другой стороны, тщательное исследование педагогических ошибок и причин возникновения негативных явлений в образовательном процессе.

3. Прогнозирование дальнейшего развития образовательных систем. Теоретические модели предполагаемого развития образовательной инфраструктуры необходимы, в первую очередь, для управления политикой и экономикой образования, совершенствования педагогической деятельности.

4. Разработка новых методов, средств и форм обучения и воспитания. Решение этой задачи во многом опирается на изучение новых открытий в смежных научных областях (психологии, физиологии, социологии и др.), а также определяется пониманием специфики современного социального заказа в области образования (например, сегодня от выпускника школы в большей степени требуется наличие творческих способностей, и, следовательно, педагогическая наука вынуждена более интенсивно разрабатывать способы решения этой задачи).

5. Внедрение результатов педагогических исследований в практику образования. Одним из путей решения этой задачи выступают научно-практические центры, лаборатории, объединения. Эффективность решения этой задачи во многом достигается привлечением педагогов-практиков к подготовке и проведению исследования и созданию нового педагогического продукта (технологии, методики, методического оснащения и пр.).

Функции педагогики обусловлены ее предметом и задачами.

Теоретическая функция реализуется на трех уровнях:

- описательном (изучение передового, инновационного педагогического опыта);
- диагностическом (выявление состояния педагогических явлений, успешности и эффективности совместной деятельности педагогов и учащихся);
- прогностическом (экспериментальные исследования педагогического процесса и построение более эффективных моделей этого процесса).

Прогностический уровень теоретической функции связан с раскрытием сущности и закономерностей педагогических явлений, научным обоснованием предполагаемых изменений. На этом уровне создаются теории обучения и воспитания, модели педагогических систем, опережающие практику образования.

Технологическая функция также реализуется на трех уровнях:

- проективном (разработка методических материалов, определяющих содержание и характер образования: учебные планы, программы, учебные пособия и методические рекомендации);
- преобразовательном (внедрение достижений педагогической науки в практику);

- рефлексивном (анализ и оценка влияния результатов научных исследований на практику обучения и воспитания);
- корректировочном (коррекция научно-практической деятельности).

2 Педагогические принципы и методы

Учебный процесс подчиняется многим законам, из которых вытекают принципы обучения, то есть руководящие исходные положения, имеющие нормативный характер, относящиеся по всему учебному процессу в целом и позволяющие обеспечить его эффективную организацию. Принципы обучения сложились главным образом как результат исторического развития и обобщения практического опыта. Они в равной мере распространяются на все виды учебного процесса.

В современной дидактике выделяют следующие принципы обучения:

- *сознательности, активности и самостоятельности в обучении*, что предполагает осознание обучаемым целей, задач и практического значения обучения, использование методов, приемов и средств, стимулирующих их познавательную активность, а также проявление инициативы и творчества в процессе учебной работы;
- *наглядности и доступности обучения*, что требует в учебном процессе единства абстрактного и конкретного (материально-предметного, наглядно-образного и др.), научного и эмпирического, а также учета индивидуальных уровней развития и творческих способностей обучаемых;
- *систематичности, последовательности и комплексности* в обучении, что требует давать обучаемым строгую систему знаний, связывать новый материал с ранее изученным, обеспечивать контроль хода процесса обучения, четко планировать учебные занятия, соблюдать логическую связь и последовательность изучения материала;
- *обучения на высоком уровне трудности*, что предполагает воспитание у обучаемых сознательного отношения к преодолению реальных трудностей учебной деятельности, создание условий, требующих от них определенных усилий в процессе учебной работы;
- *прочности овладения знаниями, умениями и навыками*, что предполагает разъяснения обучаемым значения изучаемого мате-

риала для их практической деятельности, выработку установки на длительное и прочное запоминание, систематически организованное повторение и применение учебного материала в практической деятельности, ведение систематического контроля за усвоением изученного материала;

- *группового и индивидуального подхода в обучении*, что предполагает обучение эффективной совместной деятельности и формирование в учебных группах благоприятного психологического климата;

- *гуманистической направленности обучения*, что требует формирования всесторонне развитой личности с учетом ее индивидуальности и социальных условий;

- *научности обучения и связи его с практикой и опытом учащихся*, что требует соответствия содержания образования современным научным представлениям, сочетание изучения теоретического материала с практическими занятиями, где показывается практическое приложение теоретических знаний;

- *преемственности и перспективности в обучении*, что предполагает использование ранее полученных знаний, а также построение обучения с учетом перспективы, т.е. подготовки учеников к восприятию более трудного материала.

В настоящее время процесс развития принципов обучения продолжается в связи с разработкой новых направлений дидактики, новых теорий, систем и технологий обучения.

Дидактические принципы (принципы обучения) проявляются во взаимной связи. Они реализуются через соответствующие приемы и правила обучения и обеспечивают хорошие результаты учебного процесса. Правила обучения не являются исходными руководящими положениями, а формируются в виде конкретных предписаний и рекомендаций. Они вытекают из принципов обучения и их соблюдение способствует успешной реализации тех или иных принципов. При этом одно и то же правило может обеспечивать реализацию нескольких принципов обучения, а каждый принцип обеспечивается через соблюдение многих правил.

В процессе обучения обучающая деятельность педагога неотделима от деятельности учащихся по усвоению (пониманию, запоминанию и применению) учебного материала. В истории педагогики имели место различные концепции соотношения роли учите-

ля и ученика: традиционная (доминирующую роль играет учитель), педоцентрическая (главная роль отводится не преподаванию, а учению), и современная концепция, согласно которой для достижения успеха одинаково значимыми являются как преподавание, так и учение.

Учение как деятельность предполагает наличие сознательной цели освоить определенные знания, умения, навыки. Основными условиями эффективности обучения являются обеспечение достаточной мотивации, соответствие методов и содержания обучения возможностями обучаемых, позитивное взаимодействие учителя и ученика.

В современной педагогической практике используется большое количество *методов обучения*. При их отборе преподаватель сталкивается со значительными затруднениями. В этой связи возникает потребность в классификации, которая помогает выявить в методах обучения общее и особенное, существенное и случайное и тем самым способствует целесообразному и более эффективному их использованию.

Единой классификации методов обучения не существует. Это связано с тем, что разные авторы в основу подразделения методов обучения на группы и подгруппы кладут разные признаки, отдельные стороны процесса обучения.

Рассмотрим наиболее распространенные классификации методов обучения.

Классификация методов обучения по уровню активности учащихся. Это одна из ранних классификаций методов обучения. Согласно этой классификации методы обучения делятся на пассивные и активные в зависимости от степени включенности учащегося в учебную деятельность.

К *пассивным* относятся методы, при которых учащиеся только слушают и смотрят (рассказ, лекция, объяснение, экскурсия, демонстрация, наблюдение), к *активным* – методы, организующие самостоятельную работу учащихся (лабораторный метод, практический метод, работа с книгой).

Классификация методов обучения по источнику получения знаний. Существует три источника знаний: слово, наглядность, практика. Соответственно выделяют *словесные методы* (источником знания является устное или печатное слово); *наглядные мето-*

ды (источниками знания являются наблюдаемые предметы, явления, наглядные пособия); *практические методы* (знания и умения формируются в процессе выполнения практических действий).

Словесные методы занимают центральное место в системе методов обучения. К ним относятся *рассказ, объяснение, беседа, дискуссия, лекция, работа с книгой*.

Вторую группу по этой классификации составляют наглядные методы обучения, при которых усвоение учебного материала находится в существенной зависимости от применяемых наглядных пособий, схем, таблиц, рисунков, моделей, приборов, технических средств. Наглядные методы условно подразделяются на две группы: *метод демонстраций и метод иллюстраций*.

Практические методы обучения основаны на практической деятельности учащихся. Главное назначение этой группы методов – формирование практических умений и навыков. К практическим методам относятся *упражнения, практические и лабораторные работы*.

Эта классификация получила довольно широкое распространение, что связано, очевидно, с ее простотой.

Классификация методов обучения по дидактической цели.

В данной классификации выделяют следующие методы обучения:

- методы приобретения новых знаний;
- методы формирования умений и навыков;
- методы применения знаний;
- методы закрепления и проверки знаний, умений, навыков.

В качестве критерия подразделения методов на группы по этой классификации выступают цели обучения. Такой критерий больше отражает деятельность преподавателя по достижению обучающей цели. Например, если ставится цель познакомить учащихся с чем-либо, то для ее достижения педагог, очевидно, будет использовать доступные ему словесные, наглядные и другие методы, а для закрепления предложит учащимся выполнить устные или письменные задания.

При такой классификации методов устраняется в известной степени разрыв между отдельными их группами; деятельность преподавателя направляется на решение дидактических задач.

Классификация методов обучения по характеру познавательной деятельности учащихся. По этой классификации методы

обучения подразделяются в зависимости от характера познавательной деятельности учащихся при усвоении изучаемого материала. Характер познавательной деятельности – это уровень мыслительной активности учащихся.

Выделяют следующие методы:

- объяснительно-иллюстративные (информационно-рецептивные);
- репродуктивные;
- проблемного изложения;
- частично-поисковые (эвристические);
- исследовательские.

Сущность *объяснительно-иллюстративного метода* состоит в том, что преподаватель разными средствами сообщает готовую информацию, а учащиеся ее воспринимают, осознают и фиксируют в памяти. Сообщение информации учитель осуществляет с помощью устного слова (рассказ, беседа, объяснение, лекция), печатного слова (учебник, дополнительные пособия), наглядных средств (таблицы, схемы, картины, кино и диафильмы), практического показа способов деятельности (показ опыта, работы на станке, способа решения задачи и т. п.).

Познавательная деятельность учащихся сводится к запоминанию (которое может быть и неосознанным) готовых знаний. Здесь имеет место достаточно низкий уровень мыслительной активности.

Репродуктивный метод предполагает, что преподаватель сообщает, объясняет знания в готовом виде, а учащиеся усваивают их и могут воспроизвести, повторить способ деятельности по заданию преподавателя. Критерием усвоения является правильное воспроизведение (репродукция) знаний.

Главное преимущество данного метода, как и рассмотренного выше объяснительно-иллюстративного метода – экономичность. Этот метод обеспечивает возможность передачи значительного объема знаний, умений за минимально короткое время и с небольшими затратами усилий. Прочность знаний благодаря возможности их многократного повторения может быть значительной.

Оба эти метода характеризуются тем, что обогащают знания, умения, формируют особые мыслительные операции, но не гарантируют развития творческих способностей учащихся. Эта цель до-

стигается другими методами, в частности методом проблемного изложения.

Метод проблемного изложения является переходным от исполнительской к творческой деятельности. Суть метода проблемного изложения заключается в том, что преподаватель ставит проблему и сам ее решает, показывая тем самым ход мысли в процессе познания. Учащиеся при этом следят за логикой изложения, усваивая этапы решения целостных проблем. В то же время они не только воспринимают, осознают и запоминают готовые знания, выводы, но и следят за логикой доказательств, за движением мысли преподавателя или заменяющего его средства (кино, телевидение, книги и др.). И хотя учащиеся при таком методе обучения не участники, а всего лишь наблюдатели хода размышлений, они учатся разрешению познавательных затруднений.

Более высокий уровень познавательной деятельности несет в себе *частично поисковый (эвристический) метод*.

Метод получил название частично поискового потому, что учащиеся самостоятельно решают сложную учебную проблему не от начала и до конца, а лишь частично. Преподаватель привлекает учащихся к выполнению отдельных шагов поиска. Часть знаний сообщает преподаватель, часть учащиеся добывают самостоятельно, отвечая на поставленные вопросы или разрешая проблемные задания. Учебная деятельность развивается по схеме: преподаватель – учащиеся – преподаватель – учащиеся и т. д.

Таким образом, сущность частично поискового метода обучения сводится к тому, что:

- не все знания учащимся предлагаются в готовом виде, их частично нужно добывать самостоятельно;
- деятельность преподавателя заключается в оперативном управлении процессом решения проблемных задач.

Одной из модификаций данного метода является эвристическая беседа. *Исследовательский метод обучения* предусматривает творческое усвоение учащимися знаний. Сущность его состоит в следующем:

- преподаватель вместе с учащимися формулирует проблему;
- учащиеся самостоятельно ее разрешают;
- преподаватель оказывает помощь лишь при возникновении затруднений в решении проблемы.

Таким образом, исследовательский метод используется не только для обобщения знаний, но главным образом для того, чтобы ученик научился приобретать знания, исследовать предмет или явление, делать выводы и применять добытые знания и навыки в жизни. Его сущность сводится к организации поисковой, творческой деятельности учащихся по решению новых для них проблем.

Главный недостаток этого метода обучения состоит в том, что он требует значительных временных затрат и высокого уровня педагогической квалификации преподавателя.

Классификация методов обучения на основе целостного подхода к процессу обучения. Согласно этой классификации методы обучения делятся на три группы:

- *методы организации и осуществления учебно-познавательной деятельности;*
- *методы стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности;*
- *методы контроля и самоконтроля за эффективностью учебно-познавательной деятельности.*

Первая группа включает следующие методы:

- перцептивные (передача и восприятие учебной информации посредством чувств);
- словесные (лекция, рассказ, беседа и др.);
- наглядные (демонстрация, иллюстрация);
- практические (опыты, упражнения, выполнение заданий);
- логические, т. е. организация и осуществление логических операций (индуктивные, дедуктивные, аналогии и др.);
- гностические (исследовательские, проблемно-поисковые, репродуктивные);
- самоуправление учебными действиями (самостоятельная работа с книгой, приборами и пр.).

Ко второй группе методов относятся:

- методы формирования интереса к учению (познавательные игры, учебные дискуссии, создание проблемных ситуаций и др.);
- методы формирования долга и ответственности в учении (поощрение, одобрение, порицание и др.).

К третьей группе отнесены различные методы устной, письменной и машинной проверки знаний, умений и навыков, а

также методы самоконтроля за эффективностью собственной учебно-познавательной деятельности.

Бинарная классификация методов обучения, основанная на сочетании способов деятельности преподавателя и учащихся .

В основу бинарных и полинарных классификаций методов обучения положены два или более общих признака. Бинарная классификация методов обучения включает две группы методов:

- методы преподавания (информационно-сообщающие; объяснительные; инструктивно-практические; объяснительно-побуждающие; побуждающие);

- методы учения (исполнительные; репродуктивные; продуктивно-практические; частично-поисковые; поисковые).

Существуют и другие классификации методов обучения.

Как видим, в настоящее время не существует единого взгляда на проблему классификации методов обучения, и любая из рассмотренных классификаций имеет как преимущества, так и недостатки, которые необходимо учитывать на стадии выбора и в процессе реализации конкретных методов обучения. Наличие различных точек зрения на проблему классификации методов обучения отражает объективную, реальную многосторонность методов обучения, естественный процесс дифференциации и интеграции знаний о них.

Остановимся более подробно на отдельных методах обучения, входящих в различные классификации.

Рассказ. Это монологическое, последовательное изложение материала в описательной или повествовательной форме. Рассказ используется для сообщения фактических сведений, требующих образности и последовательности изложения. Применяется рассказ на всех этапах обучения, меняются лишь задачи изложения, стиль и объем рассказа. Наибольший развивающий эффект дает рассказ при обучении младших школьников, склонных к образному мышлению. Развивающий смысл рассказа в том, что он приводит в состояние активности психические процессы: воображение, мышление, память, эмоциональные переживания. Воздействуя на чувства человека, рассказ помогает понять и усвоить смысл заключенных в нем нравственных оценок и норм поведения.

По целям выделяют:

- рассказ-вступление, назначение которого состоит в том, чтобы подготовить учащихся к изучению нового материала;
- рассказ-повествование – используется для изложения намеченного содержания;
- рассказ-заключение – подводит итоги по изученному материалу.

К рассказу как методу обучения предъявляются определенные требования: рассказ должен обеспечить достижение дидактических целей; содержать достоверные факты; иметь четкую логику; изложение должно быть доказательным, образным, эмоциональным, учитывающим возрастные особенности обучаемых.

В чистом виде рассказ применяется сравнительно редко. Чаще он используется в сочетании с другими методами обучения – иллюстрацией, обсуждением, беседой.

Если с помощью рассказа не удастся обеспечить ясного и четкого понимания тех или иных положений, то применяется метод объяснения.

Объяснение – это истолкование закономерностей, существенных свойств изучаемого объекта, отдельных понятий, явлений. Для объяснения характерна доказательная форма изложения, основанная на использовании логически связанных умозаключений, устанавливающих основы истинности данного суждения. К объяснению чаще всего прибегают при изучении теоретического материала различных наук. Как метод обучения объяснение широко используется в работе с людьми разных возрастных групп.

К объяснению предъявляются определенные требования: точная и четкая формулировка сути проблемы; последовательное раскрытие причинно-следственных связей, аргументации и доказательств; использование сравнения, аналогии, сопоставления; безукоризненная логика изложения.

Во многих случаях объяснение сочетается с наблюдениями, с вопросами, задаваемыми как обучающим, так и обучаемыми, и может перерасти в беседу.

Беседа – диалогический метод обучения, при котором педагог путем постановки системы вопросов подводит учащихся к пониманию нового материала или проверяет усвоение ими уже изученного. Беседа как метод обучения может быть применена для решения любой дидактической задачи. Различают *индивидуальные*

беседы (вопросы адресованы одному ученику), *групповые беседы* (вопросы адресованы определенной группе) и *фронтальные* (вопросы адресованы всем).

В зависимости от задач, которые ставит педагог в процессе обучения, содержания учебного материала, уровня творческой познавательной деятельности учащихся, места беседы в дидактическом процессе выделяют различные виды бесед:

- *вводные, или вступительные, беседы.* Проводятся перед изучением нового материала для актуализации ранее усвоенных знаний и выяснения степени готовности учащихся к познанию, включению в предстоящую учебно-познавательную деятельность;

- *беседы – сообщения новых знаний.* Бывают *катехизическими* (воспроизведение ответов в той формулировке, которая была дана в учебнике или учителем); *сократическими* (предполагающими размышления) и *эвристическими* (включение учащихся в процесс активного поиска новых знаний, формулирования выводов);

- *синтезирующие, или закрепляющие, беседы.* Служат для обобщения и систематизации имеющихся у учащихся знаний и способов их применения в нестандартных ситуациях;

- *контрольно-коррекционные беседы.* Применяются в диагностических целях, а также для уточнения, дополнения новыми сведениями имеющихся у учащихся знаний.

Одной из разновидностей беседы является *собеседование*, которое может проводиться с отдельным человеком или группой людей.

При проведении беседы важно правильно формулировать и задавать вопросы. Они должны быть краткими, четкими, содержательными; иметь логическую связь между собой; раскрывать в совокупности сущность изучаемого вопроса; способствовать усвоению знаний в системе. По содержанию и форме вопросы должны соответствовать уровню развития обучаемых (слишком легкие и очень трудные вопросы не стимулируют активной познавательной деятельности, серьезного отношения к познанию). Не следует задавать двойные, подсказывающие вопросы, содержащие готовые ответы; формулировать альтернативные вопросы, допускающие ответы типа «да» или «нет».

Беседа как метод обучения имеет несомненные *достоинства*: активизирует учебно-познавательную деятельность учащихся.

ся; развивает их речь, память, мышление; имеет большую воспитательную силу; является хорошим диагностическим средством, помогает контролировать знания учащихся.

Вместе с тем этот метод имеет и *недостатки*: требует больших временных затрат; если у учащихся нет определенного запаса представлений и понятий, то беседа оказывается малоэффективной. Кроме того, беседа не даст практических умений и навыков; содержит элемент риска (учащийся может дать неправильный ответ, который воспринимается другими и фиксируется в их памяти).

Лекция – это монологический способ изложения объемного материала. От других словесных методов изложения материала отличается более строгой структурой; обилием сообщаемой информации; логикой изложения материала; системным характером освещения знаний.

Различают *научно-популярные* и *академические* лекции. Научно-популярные лекции используются для популяризации знаний. Академические лекции применяются в старших классах средней школы, в средних специальных и высших учебных заведениях. Лекции посвящаются крупным и принципиально важным разделам учебной программы. Они различаются по своему построению, приемам изложения материала. Лекция может применяться для обобщения, повторения пройденного материала.

Логическим центром лекции является какое-либо теоретическое обобщение, относящееся к сфере научного познания. Конкретные факты, составляющие основу беседы или рассказа, здесь служат лишь иллюстрацией или исходным, отправным моментом.

Актуальность использования лекции в современных условиях возрастает в связи с применением блочного изучения нового материала по темам или крупным разделам.

Учебная дискуссия как метод обучения основывается на обмене взглядами по определенной проблеме. Причем эти взгляды отражают или собственные мнения участников дискуссии, или опираются на мнения других лиц. Главная функция учебной дискуссии – стимулирование познавательного интереса. С помощью дискуссии ее участники приобретают новые знания, укрепляются в собственном мнении, учатся отстаивать свою позицию, считаться со взглядами других.

Этот метод целесообразно использовать, если учащиеся имеют необходимые знания по теме предстоящей дискуссии, обладают значительной степенью зрелости и самостоятельности мышления, умеют аргументировать, доказывать и обосновывать свою точку зрения. Поэтому к дискуссии надо предварительно готовить учащихся как в содержательном, так и в формальном отношении. Содержательная подготовка заключается в накоплении необходимых знаний по теме предстоящей дискуссии, а формальная – в выборе формы изложения этих знаний. Без знаний дискуссия становится беспредметной, бессодержательной, а без умения выразить мысли, убедить оппонентов – лишенной привлекательности, противоречивой.

Работа с учебником и книгой – один из важнейших методов обучения. Главное достоинство данного метода – возможность для ученика в доступном для него темпе и в удобное время многократно обращаться к учебной информации. При использовании программированных учебных книг, в которых, кроме учебной, содержится и управляющая информация, эффективно решаются вопросы контроля, коррекции, диагностики знаний и умений.

Работа с книгой может быть организована под непосредственным руководством обучающего (учителя) и в форме самостоятельной работы учащегося с текстом. Этот метод реализует две задачи: учащиеся усваивают учебный материал и накапливают опыт работы с текстами, овладевают различными приемами работы с печатными источниками.

Остановимся на некоторых приемах самостоятельной работы с текстами.

Конспектирование – краткая запись, краткое изложение содержания прочитанного. Различают сплошное, выборочное, полное, краткое конспектирование. Конспектировать материал можно от первого (от себя) или третьего лица. Предпочтительнее конспектирование от первого лица, так как в этом случае лучше развивается самостоятельность мышления.

Тезирование – краткое изложение основных идей в определенной последовательности.

Реферирование – обзор ряда источников по теме с собственной оценкой их содержания, формы.

Составление плана текста – после прочтения текста необходимо разбить его на части и озаглавить каждую из них. План может быть простой и сложный.

Цитирование – дословная выдержка из текста. При цитировании необходимо соблюдать следующие условия: а) цитировать следует корректно, не искажая смысла; б) необходима точная запись выходных данных (автор, название работы, место издания, издательство, год издания, страница).

Аннотирование – краткое, свернутое изложение содержания прочитанного без потери существенного смысла.

Рецензирование – написание рецензии, т. е. краткого отзыва с выражением своего отношения о прочитанном.

Составление справки. Справка – сведения о чем-либо, полученные после поисков. Справки бывают биографическими, статистическими, географическими, терминологическими и др.

Составление формально-логической модели словесно-схематическое изображение прочитанного.

Составление тематического тезауруса – упорядоченного комплекса базовых понятий по теме, разделу, всей дисциплине.

Составление матрицы идей (решетки идей, репертуарной решетки) – составление в форме таблицы сравнительных характеристик однородных предметов, явлений в трудах разных авторов.

Пиктографическая запись – бессловесное изображение.

Таковы основные приемы самостоятельной работы с печатными источниками. Установлено, что владение разнообразными приемами работы с текстами повышает производительность познавательного труда, позволяет экономить время на усвоении содержания материала. Переход от одного приема работы с текстом к другому меняет режим работы мозга, что предупреждает его быструю утомляемость.

Демонстрация как метод обучения предполагает показ опытов, технических установок, телепередач, видеофильмов, компьютерных программ и пр. Метод демонстраций служит преимущественно для раскрытия динамики изучаемых явлений, но используется и для ознакомления с внешним видом предмета, его внутренним устройством. Наиболее эффективен этот метод тогда, когда учащиеся сами изучают предметы, процессы и явления, выполняют нужные измерения, устанавливают зависимости, благодаря чему

осуществляется активный познавательный процесс, расширяется кругозор, создается чувственно-эмпирическая основа познания.

Дидактической ценностью обладает демонстрация реальных предметов, явлений или процессов, протекающих в естественных условиях. Но не всегда

Особую группу составляют методы обучения, главное назначение которых – формирование практических умений и навыков. К этой группе методов относятся *упражнения, практические и лабораторные методы*.

Упражнение – многократное (повторное) выполнение учебных действий (умственных или практических) с целью овладения ими или повышения их качества.

Различают *устные, письменные, графические и учебно-трудовые упражнения*.

Устные упражнения способствуют развитию культуры речи, логического мышления, памяти, внимания, познавательных возможностей учащихся.

Главное назначение *письменных упражнений* состоит в закреплении знаний, выработке необходимых умений и навыков их применения.

К письменным тесно примыкают *графические упражнения*. Их применение помогает лучше воспринимать, осмысливать и запоминать учебный материал; способствует развитию пространственного воображения. К графическим упражнениям относятся работы по составлению графиков, чертежей, схем, технологических карт, зарисовок и т. д.

Особую группу составляют *учебно-трудовые упражнения*, целью которых является применение теоретических знаний в трудовой деятельности. Они способствуют овладению навыками обращения с орудиями труда, лабораторным оборудованием (приборами, измерительной аппаратурой), развивают конструкторско-технические умения.

Любые упражнения в зависимости от степени самостоятельности учащихся могут носить *воспроизводящий, тренировочный или творческий характер*.

Для активизации учебного процесса, сознательного выполнения учебных заданий используются *комментированные упражнения*. Сущность их состоит в том, что учащиеся комментируют

выполняемые действия, вследствие чего они лучше осознаются и усваиваются.

Чтобы упражнения были эффективными, они должны отвечать ряду требований. К ним относятся сознательный подход учащихся к выполнению упражнений; знание правил выполнения действий; соблюдение дидактической последовательности в выполнении упражнений; учет достигнутых результатов; распределение повторений во времени.

Лабораторный метод основан на самостоятельном проведении учащимися экспериментов, опытов с использованием приборов, инструментов, т. е. с применением специального оборудования. Работа может проводиться индивидуально или в группах. От учащихся требуется большая активность и самостоятельность, чем во время демонстрации, где они выступают пассивными наблюдателями, а не участниками и исполнителями исследований.

Лабораторный метод не только обеспечивает приобретение учащимися знаний, но и способствует формированию практических умений, в чем, безусловно, его достоинство. Но лабораторный метод требует наличия специального, часто дорогостоящего оборудования, его использование сопряжено со значительными затратами энергии и времени.

Практические методы – это методы обучения, направленные на применение полученных знаний к решению практических задач. Они выполняют функции углубления знаний, умений, контроля и коррекции, стимулируют познавательную деятельность, способствуют формированию таких качеств, как хозяйственность, экономность, организаторские умения и т. д.

Некоторые авторы в особую группу выделяют *активные и интенсивные методы обучения*. Пристальное внимание этим методам обучения ученые и практики стали уделять в 60-е гг. XX столетия, и связано это было с поиском путей активизации учащихся в процессе обучения. Познавательная активность учащихся выражается в устойчивом интересе к знанию, в разнообразных самостоятельных учебных действиях. Традиционная технология обучения, направленная на то, чтобы ученик слушал, запоминал, воспроизводил сказанное учителем, слабо развивает познавательную активность ученика.

Активные методы обучения – это такие методы обучения, при которых деятельность обучаемого носит продуктивный, творческий, поисковый характер. К активным методам обучения относят *дидактические игры, анализ конкретных ситуаций, решение проблемных задач, обучение по алгоритму, мозговую атаку, внеконтекстные операции с понятиями* и др.

Интенсивные методы обучения используются для организации обучения в короткие сроки с длительными одноразовыми сеансами («метод погружения»). Применяются эти методы при обучении бизнесу, маркетингу, иностранному языку, в практической психологии и педагогике.

Рассмотрим некоторые из этих методов.

Метод дидактических игр. Дидактические (обучающие) игры как метод обучения стали пользоваться большой популярностью во второй половине XX столетия. Некоторые ученые относят их к практическим методам обучения, другие – выделяют в особую группу. Для выделения дидактически, игр в отдельную группу есть основания: во-первых, они, вбирая в себя элементы наглядных, словесных, практических методов, выходят за их пределы; во-вторых, имеют присущие только им особенности.

Дидактическая игра – это такая коллективная, целенаправленная учетная деятельность, когда каждый участник и команда в целом объединены решением главной задачи и ориентируют свое поведение на выигрыш.

Цель дидактических игр – обучение, развитие и воспитание обучаемых. Дидактическая игра – это активная учебная деятельность по имитационному моделированию изучаемых явлений, процессов, систем. В игре в упрощенном виде воспроизводится, моделируется действительность и операции участников, имитирующих реальные действия.

Дидактические игры как метод обучения содержат в себе большие потенциальные возможности активизации процесса обучения.

Мозговая атака (брейншторминг) – метод обучения, направленный на активизацию мыслительных процессов путем совместного поиска решения трудной проблемы. Предложен этот метод американским психологом А. Осборном. Суть его состоит в том, что участники выдвигают свои идеи, предложения по проблеме. Вес идеи, даже самые неожиданные, принимаются и проходят

групповую экспертизу, подвергаются обсуждению. Этот метод учит культуре совместного обсуждения идей, преодолению стереотипов и шаблонов в мышлении; раскрывает творческий потенциал человека.

Обучение по алгоритму как метод обучения используется в технологии программированного обучения. Алгоритм в педагогике понимается как указание по выполнению строго последовательных действий с учебным материалом, что гарантирует решение учебных задач на высоком уровне.

В настоящее время активно разрабатываются направления в педагогике, использующие скрытые возможности обучаемых: *суггестопедия* и *кибернетикосуггестопедия* – обучение средствами внушения; *гипнопедия* – обучение во сне; *фармакопедия* – обучение с помощью фармацевтических средств. Достигнуты определенные результаты при их применении в процессе изучения иностранных языков и некоторых специальных дисциплин.

3 Основные понятия и категории педагогики

Педагогика как наука использует свои понятия – основные единицы мыслительной деятельности. Их достаточно много – более тысячи понятий, с которыми можно познакомиться в специальных толковых словарях.

Наиболее емкие и общие понятия, отражающие сущность науки, пронизывающие все научные знания и связывающие их в целостную систему, называют категориями. В педагогике ими являются: «воспитание», «развитие», «образование», «обучение», «воспитательные отношения», «самовоспитание», «самообразование». Рассмотрим эти категории более подробно.

Развитие человека – это непрерывный, необратимый и закономерный процесс изменения его качеств и свойств, становления его личности под воздействием различных факторов. Различают развитие физическое (организма в целом, отдельных мышц и т. д.), психическое (эмоций, интеллекта, способностей, характера и т. п.), духовное (всего внутреннего мира человека) и социальное (человека как члена общества).

Воспитание – целенаправленное создание социальных условий (материальных, духовных, организационных) для усвоения но-

вым поколением общественно-исторического опыта с целью подготовки его к общественной жизни и производительному труду. Категория «воспитание» – одна из основных в педагогике. Характеризуя объем этого понятия, выделяют:

- воспитание в широком смысле (как воздействие на личность общества в целом)
- воспитание в узком смысле (как целенаправленную деятельность, призванную сформировать систему качеств личности, ее взглядов и убеждений).

Воспитание – это целенаправленное развитие личности на основе формирования:

- определенных отношений к предметам и явлениям окружающего мира;
- мировоззрения;
- поведения (как проявления отношений и мировоззрения).

Можно выделить следующие виды воспитания: умственное, физическое, трудовое, нравственное, эстетическое и т. п. Развитие каждого человека обеспечивается через воспитание.

Образование – процесс и результат усвоения определенного уровня общечеловеческой культуры в виде системы знаний, умений, навыков, отношений путем воспитания и обучения. Данный процесс осуществляется в специально организованной системе внешних условий, создаваемых в обществе для развития человека. Такая образовательная система включает в себя учебно-воспитательные заведения, учреждения повышения квалификации и переподготовки кадров. Все образовательные учреждения в государстве объединены в систему образования, которая и обеспечивает управление развитием человека.

Обучение – познавательный процесс, осуществляющийся в особых, специально созданных условиях при взаимодействии обучающего (учителя) и обучаемого (ученика), в результате чего достигается образование и происходит общее развитие личности. Оно представляет собой процесс непосредственной передачи и приема опыта поколений при взаимодействии педагога и учащихся. Как процесс, обучение включает в себя две части:

- преподавание (деятельность педагога), в ходе которого осуществляется передача системы знаний, умений, опыта деятельности,

- учение (деятельность ученика) как усвоение опыта через его восприятие, осмысление, преобразование и использование.

Осуществляя воспитание, образование, обучение, люди вступают в определенные отношения, которые называют воспитательными.

Воспитательные отношения – это одна из разновидностей отношений людей между собой, направленных на развитие человека посредством воспитания, образования, обучения.

Однако человек – это не сосуд, куда «сливается» опыт человечества, он способен сам приобретать этот опыт и создавать что-то новое. Поэтому основными факторами развития человека являются самовоспитание, самообразование, самообучение.

Самовоспитание – это процесс усвоения человеком опыта предшествующих поколений посредством собственных внутренних факторов, обеспечивающих развитие. Он представляет собой целенаправленную, активную личную деятельность людей, способствующую формированию и развитию у них положительных и устранению отрицательных качеств в соответствии с требованиями общества и деятельности.

Самообразование – это целеустремленная работа человека по расширению и углублению своих знаний, совершенствованию имеющихся и приобретению новых навыков и умений.

Самообучение – направленная индивидуумом деятельность на самостоятельное получение знаний и (или) опыта.

Качество получаемых знаний при самообучении напрямую зависит от качества и количества необходимого доступного материала, а также от желания (мотивации) индивидуума их получить. При обучении осуществляется целенаправленный процесс, взаимодействие ученика и учителя для формирования знаний, умений и навыков, обычно по определенной программе, в которой изложен порядок изучения и объем изучаемого материала. Знания, полученные в процессе самообучения крепче помнятся, но в них возможны пробелы, в силу того, что при самообучении порядок и объем изучаемого материала определяется зачастую самим самообучающимся.

Реальные явления, содержание которых отражают основные категории педагогики, а именно «развитие», «воспитание», «образование», «обучение», «самовоспитание», «самообразование»

имеют процессуальный характер, т.е. представляют собой процессы, развернутые во времени. Кроме этого они связаны, взаимодействуют и влияют друг на друга.

Чтобы лучше представить эту взаимосвязь, рассмотрим процесс развития конкретного человека (индивида). Развитие – это универсальное свойство материи, живой и неживой природы: непрерывное, необратимое, закономерное. Однако процесс развития человека имеет свои особенности. Они связаны с тем, что человек сам является системой и одновременно с этим входит в другие более крупные системы (общество и природу). В каждой из названных систем формируется группа факторов, которые и влияют на процесс развития человека.

Воспитание и образование – это процессы целенаправленного (управляемого) формирования и развития личности в соответствии с требованиями общества.

Для осуществления процесса образования в обществе создана специальная *система образования*, позволяющая обеспечить

- дошкольное образование (детские ясли, сад);
- общее образование трех ступеней: начальное общее, основное общее и среднее (полное) общее в школах, гимназиях, лицеях;
- дополнительное образование (музыкальные, художественные и т.п. школы);
- среднее профессиональное (колледжи);
- высшее профессиональное (ВУЗы).

4 Государственный образовательный стандарт

Для успешной деятельности вуза на рынке интеллектуального труда вытекает необходимость формирования будущего специалиста на основе Государственного образовательного стандарта конкретного высшего учебного заведения, который должен стать концентрированным выражением образовательной политики вуза

Понятие «Государственный образовательный стандарт» в ранге базового термина сферы образования было впервые введено в России в 1992 г. Федеральным законом Российской Федерации «Об образовании». В этом стандарте, согласно законодательству, фиксируются нормы, относящиеся к содержанию образовательных

программ и, главное, к уровню подготовки выпускников школ и вузов.

Необходимость проведения стандартизации образования вызвана коренными переменами в сфере образования как общественного явления. Поворот России к демократии, к рыночным отношениям, к правам и свободам личности потребовал переосмысления политики в области образования. Сфера образования теперь ориентирована, прежде всего, на удовлетворение духовных потребностей личности, а не на интересы государства. Это в свою очередь обусловило значительные перемены в организации образования. Учебные заведения приобрели большую самостоятельность в выборе содержания, форм и методов обучения.

Стандартизация образования вызвана также стремлением России войти в систему мировой культуры, что требует при формировании общего образования учета достижений в этой области международной образовательной практики. Это обеспечивает российским гражданам признание их документов об образовании за рубежом.

Идея стандартизации образования для России не нова. Она существовала еще в советское время. Хотя в СССР, как правило, не употреблялось понятие государственного образовательного стандарта, но его роль фактически выполняли единые учебные планы. Они спускались в республики и были основой реальных учебных планов школ. Учебные программы и планы тех лет отличались излишней идеологизацией, ограничивали учителя в инициативе, а учащихся в возможности выбора содержания образования в соответствии со своими интересами и способностями. Но, тем не менее, единые учебные планы как бы выравнивали образование на всей территории Советского Союза. Фактически была проверена на практике идея введения образовательных стандартов.

Существующие в настоящее время Государственные образовательные стандарты не подчиняют учебный процесс жесткому шаблону, а, напротив, открывают широкие возможности для педагогического творчества, для создания вокруг обязательного ядра содержания (чем является стандарт) вариативных программ, разнообразных технологий обучения.

В Российской Федерации устанавливаются Федеральные государственные образовательные стандарты, представляющие со-

бой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ начального общего, основного общего, среднего (полного) общего, начального профессионального, среднего профессионального и высшего профессионального образования образовательными учреждениями, имеющими государственную аккредитацию.

Федеральные государственные образовательные стандарты, представляющие собой совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ включают в себя требования к:

- структуре основных образовательных программ, в том числе требования к соотношению частей основной образовательной программы и их объему, а также к соотношению обязательной части основной образовательной программы и части, формируемой участниками образовательного процесса;
- условиями реализации основных образовательных программ, в том числе кадровым, финансовым, материально-техническим и иным условием;
- результатам освоения основных образовательных программ.

Стандарт – это минимум содержания образования и минимально допустимый уровень подготовки специалиста в высшем учебном заведении.

Минимум, определенный академической и творческой общественностью, ведущими представителями науки, культуры и производства. Стандарт задает цель, к которой надо стремиться, а сопоставлением полученного результата с целью будет характеризовать качество достигнутого уровня образования. Кроме того, стандарт – это универсальное ядро содержания образования, которое обуславливает академическую стабильность, дает возможность перемещаться от одного образовательного учреждения к другому.

Государственный образовательный стандарт предназначен для обеспечения:

- качества высшего и послевузовского образования;
- единства образовательного пространства РФ;
- основы для объективной оценки деятельности образовательных учреждений, реализующих образовательные программы высшего и послевузовского образования;

- признания и установления эквивалентности документов иностранных граждан о высшем и послевузовском образовании.

На основе Государственного образовательного стандарта обучение в условиях вуза должно составлять совокупность:

- обучения, обеспечивающего усвоение системы гуманитарных и социально-экономических, математических и естественно-научных, обще- и специально-профессиональных знаний на заданном уровне;

- образования, обеспечивающего, наряду с обучением, формирование методологической культуры выпускника, владение на заданном уровне сформированности приемами и методами познавательной и профессиональной, коммуникативной и аксиологической деятельности;

- абилитации, обеспечивающей, наряду с обучением и образованием, комплексную подготовку человека к профессиональной деятельности, а также его профессиональную самореализацию.

Любой стандарт для определенной образовательной программы, состоит из двух частей:

- федеральный компонент;

- национально-региональный компонент.

В федеральный компонент, утверждаемый Минобразованием России, наряду с требованиями, относящимися к содержанию образовательной программы и уровню подготовки освоивших ее лиц, входят также:

- расчетный срок освоения этой программы для очной и заочной форм обучения;

- требования к условию ее реализации;

- требования к итоговой аттестации выпускников.

Национально-региональный компонент утверждается самим вузом и служит для отражения в содержании образования национально-региональных особенностей подготовки специалистов.

Как правило, первый компонент относительно содержания программы обучения составляет примерно 65%, а второй – 35% от полного объема. Подобная структура позволяет решить диалектически противоречивую задачу сохранения единства образовательного пространства, не подавляя интересов, традиций и научных школ субъектов Российской Федерации.

Федеральный компонент любого стандарта, должен включать требования к содержанию образовательной программы, разделенные на четыре блока: блок общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин; блок математических и общих естественнонаучных дисциплин; блок общепрофессиональных дисциплин; блок специальных дисциплин.

Это означает, что для каждого блока в стандарте должны быть указаны дисциплины, входящие в него, и очень кратко (несколько строк) их содержание. Должны быть также указаны содержания учебных и профессиональных практик. Особо отметим, что как федеральный, так и вузовский компонент стандарта в той части, где описано содержание образования, должны выделять часть времени на дисциплины, которые студент может выбрать по собственному желанию.

Федеральный компонент должен содержать требования к уровню подготовки выпускников, освоивших содержание всей программы обучения. Это, в свою очередь, означает, что разработчики конкретного государственного образовательного стандарта должны, исходя из понимания профессиональной деятельности того или иного специалиста, описать те итоговые знания, умения и навыки, которые обеспечат ему профессиональную компетентность в сфере труда, для которой он подготовлен.

Не должна быть опущена при этом и общая культура личности, т.е. среди требований к выпускнику, скажем, инженерного профиля должны быть и требования к его знаниям в сфере психологии, философии, культурологии, педагогики, владению иностранными языками и т.п. Фактически содержащиеся в государственном образовательном стандарте требования к уровню подготовки выпускника указывают не степень усвоения им тех или иных дисциплин, а относятся сразу к группе родственных дисциплин, т.е. носят междисциплинарный характер.

Характерные требования в порядке возрастания градаций можно сгруппировать следующим образом:

- иметь представление о процессе, явлении, понимать их природу и т.п.; знать, почему и как, решать (или иметь навыки решения) задачи определенного класса;

- владеть знаниями на методологическом уровне, позволяющем применять их для решения нестандартных задач в нестандартных ситуациях.

Федеральный компонент содержит сведения о том, какие итоговые испытания предстоит выдержать выпускнику вуза для присвоения ему соответствующей квалификации с вручением диплома. Это могут быть: экзамен по отдельной дисциплине (например, по предмету, который учитель будет преподавать в школе) или по циклу дисциплин; защита перед комиссией выполненного дипломного проекта (например, для инженерных специальностей) или дипломной исследовательской работы (для окончивших факультеты естественных наук в университетах). Кроме того, разработчики должны кратко описать степень сложности этих испытаний и время для подготовки к ним. Так, для большинства образовательных программ на подготовку дипломных проектов и работ отводится более полугода, считая преддипломную практику.

Основные профессиональные образовательные программы начального профессионального, среднего профессионального и высшего профессионального образования обеспечивают реализацию федерального государственного образовательного стандарта с учетом типа и вида образовательного учреждения, образовательных потребностей и запросов обучающихся и включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Содержание образования в конкретном образовательном учреждении определяется образовательной программой (образовательными программами), утверждаемой и реализуемой этим образовательным учреждением самостоятельно.

Основная образовательная программа в имеющем государственную аккредитацию образовательном учреждении разрабатывается на основе соответствующих примерных основных образовательных программ и должна обеспечивать достижение обучающимися (воспитанникам) результатов освоения основных образова-

тельных программ, устанавливаемых соответствующим федеральным государственным образовательным стандартам.

Содержание образования регламентируется учебными планами, учебными программами по предметам, фиксируется в учебниках, учебных пособиях и электронных накопителях информации (видеодисках, видеокассетах, компьютерных программах).

Учебный план – нормативный документ, который определяет состав учебных предметов; порядок (последовательность) их изучения по годам обучения; недельное и годовое количество учебных часов, отводимых на изучение каждого предмета; структуру и продолжительность учебного года.

Учебная программа – это нормативный документ, очерчивающий круг основных знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по каждому отдельно взятому учебному предмету.

Учебные программы могут быть типовыми, рабочими и авторскими.

Типовые учебные программы разрабатываются на основе Государственного образовательного стандарта по определенной дисциплине. Они имеют рекомендательный характер.

Рабочие учебные программы создаются на основе типовых. Они отражают требования образовательного стандарта и возможности конкретного учебного заведения.

Авторские учебные программы учитывают требования образовательного стандарта, но могут иметь другую логику изложения учебного материала, авторские взгляды на изучаемые явления и процессы. Авторские программы чаще всего разрабатываются для курсов по выбору, факультативов.

Учебные программы в структурном отношении состоят из трех основных компонентов.

Первый компонент – пояснительная записка, в которой определяются целевые направления изучения данного конкретного учебного предмета в системе учебных дисциплин общеобразовательного учреждения, основные задачи учебного предмета, его воспитательные возможности, ведущие научные идеи, лежащие в основе построения учебного предмета.

Второй компонент – собственно содержание образования: тематический план, перечень разделов и тем по курсу, основные понятия, умения и навыки, возможные виды занятий.

Третий компонент – некоторые методические указания о путях реализации программы.

Первостепенное значение в раскрытии содержания материала принадлежит учебнику. Учебник – это книга, излагающая основы научных знаний по определенному учебному предмету.

Учебник выполняет две основные функции: является источником учебной информации, раскрывающей в доступной для учащихся форме предусмотренное образовательным стандартом содержание; выступает средством обучения с помощью которого осуществляется организация образовательного процесса, в том числе и самообразование учеников.

Структура учебника включает в себя текст (как главный компонент) и внетекстовые (вспомогательные) компоненты.

Тексты разделяются на тексты-описания, тексты-повествования, тексты-рассуждения. Также выделяют основные, дополнительные и пояснительные тексты.

Основной текст, в свою очередь, подразделяется на два компонента: теоретико-познавательный и инструментально-практический. К теоретико-познавательному компоненту относятся: базовые термины; ключевые понятия и их определения; основные факты, явления, процессы, события; опыты; описание законов, теорий, ведущих идей: выводы и т. п.

К инструментально-практическому компоненту относятся характеристики основных методов познания, правил применения знаний, способов усвоения и самостоятельного поиска знаний; описание задач, опытов, упражнений, экспериментов; обзоры, разделы, систематизирующие и интегрирующие учебный материал.

Дополнительный текст включает документы; хрестоматийный материал; обращение к читателям; биографические, народоведческие, статистические сведения; справочные материалы, выходящие за рамки программы.

Пояснительный текст включает предметные введения к учебнику, разделам, главам; примечания, разъяснения: словари; определители; пояснения к картам, схемам, диаграммам; указатели.

Кроме учебного текста, в учебниках содержатся так называемые внетекстовые компоненты. К внетекстовым компонентам относятся аппарат организации усвоения материала; иллюстративный материал; аппарат ориентировки.

Аппарат организации усвоения материала включает: вопросы, задания, памятки, инструктивные материалы, таблицы, шрифтовые выделения, подписи к иллюстрированному материалу, упражнения.

К иллюстративному материалу относятся предметные и сюжетные материалы, документ, технические карты, диаграммы, схемы, планы, чертежи, инструкции-методики, графики, справочники, иллюстрации.

Аппарат ориентировки включает предисловие, оглавление, примечания, приложения, указатели, сигналы-символы.

Дополнением к учебнику являются учебные пособия, которые углубляют и расширяют ее содержание.

К учебной литературе, особенно учебникам, предъявляются определенные требования. Учебник должен и в единстве отражать логику науки, логику учебной программы и логику учебного предмета. Он должен содержать высоконаучный материал и одновременно быть доступным для учащихся, учитывать особенности их интересов, восприятия, мышления, памяти. Формулировки основных положений, выводов должны отличаться предельной ясностью и четкостью. Язык изложения материала должен быть образный, увлекательный с элементами проблемного изложения. Хороший учебник информативен, энциклопедичен, побуждает к самообразованию и творчеству.

Вопросы для самоконтроля

1. Что означает термин «педагогика»?
2. Опишите задачи педагогики.
3. Каковы педагогические принципы и методы обучения?
4. Охарактеризуйте педагогические категории.
5. Каковы причины стандартизации образования в России?

Тесты

1. Формирование всесторонне развитой личности с учетом ее индивидуальности и социальных условий связано

- а) с преемственностью и перспективностью в обучении
- б) обучения на высоком уровне трудности
- в) с гуманистической направленностью обучения

г) с научностью обучения и связи его с практикой обучающихся

2. Воспитание у обучаемых сознательного отношения к преодолению реальных трудностей учебной деятельности связано с

- а) обучением на высоком уровне трудности
- б) с преемственностью и перспективностью в обучении
- в) с научностью обучения и связи его с практикой обучающихся
- г) с прочностью овладения знаниями, умениями и навыками

3. Метод, согласно которому преподаватель сообщает, объясняет знания в готовом виде, а студенты усваивают их

- а) объяснительный
- б) эвристический
- в) репродуктивный
- г) иллюстративный

4. Федеральный компонент любого стандарта, должен включать

- а) два блока дисциплин
- б) три блока дисциплин
- в) четыре блока дисциплин
- г) пять блоков дисциплин

5. Процесс и результат усвоения определенного уровня общечеловеческой культуры в виде системы знаний, умений, навыков, отношений путем воспитания и обучения

- а) образование
- б) обучение
- в) самообразование
- г) самообучение

6. Познавательный процесс, осуществляющийся в особых, специально созданных условиях при взаимодействии обучающего (учителя) и обучаемого (ученика)

- а) образование
- б) обучение
- в) самообразование
- г) самообучение

7. Целеустремленная работа человека по расширению и углублению своих знаний

- а) образование
- б) обучение

- в) самообразование
- г) самообучение

8. Национально-региональный компонент Государственного образовательного стандарта утверждается

- а) вузом
- б) Министерством образования и науки Российской Федерации
- в) Правительством Российской Федерации
- г) Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки

9. Нормативный документ, который определяет состав учебных предметов; порядок (последовательность) их изучения по годам обучения; недельное и годовое количество учебных часов

- а) учебный план
- б) учебная программа
- в) рабочая программа
- г) авторская программа

10. Нормативный документ, очерчивающий круг основных знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по каждому отдельно взятому учебному предмету.

- а) учебный план
- б) учебная программа
- в) рабочая программа
- г) авторская программа

Тема 7 Педагогическая этика

1. Этика и образование.
2. Этические нормы педагога.
3. Этические нормы студента.

Основные понятия и термины

Культура речи, мировоззрение, нравственность, педагог, педагогическая справедливость, педагогическая честь, педагогический авторитет, педагогический долг, педагогический этикет, психологическая дистанция, студент, студенческий этикет.

1 Этика и образование

Вопросами этики в образовании занимается педагогическая этика, которая является самостоятельным разделом этической науки и изучает особенности педагогической морали, выясняет специфику реализации общих принципов нравственности в сфере педагогического труда, раскрывает ее функции, специфику содержания принципов и этических категорий.

Также педагогической этикой изучается характер нравственной деятельности учителя и нравственных отношений в профессиональной среде, разрабатываются основы педагогического этикета, представляющего собой совокупность выработанных в учительской среде специфических правил общения, манер поведения и т.п. людей, профессионально занимающихся обучением и воспитанием.

Педагогическая этика рассматривает сущность основных категорий педагогической морали и моральных ценностей. Среди этих категорий – педагогическая справедливость, педагогический долг, педагогическая честь и педагогический авторитет.

Справедливость вообще характеризует соответствие между достоинствами людей и их общественным признанием, правами и обязанностями; педагогическая справедливость имеет специфические черты, представляя собой своеобразное мерило объективности учителя, уровня его нравственной воспитанности (доброты, принципиальности, человечности), проявляющейся в его оценках по-

ступках учащихся, их отношения к учебе, общественно полезной деятельности и т.д. Справедливость это нравственное качество учителя и оценка мер его воздействия на учащихся, соответствующая их реальным заслугам перед коллективом. Специфика педагогической справедливости заключается в том, что оценка действия и ответная реакция на нее находятся у педагога и учащихся на разных уровнях нравственной зрелости; в том, что определение меры объективности зависит от педагога в большей степени; в том, что общей моральной оценке подвергается взаимодействие сторон с неравной самозащитой; наконец, в том, что педагогически необходимое, запрограммированное педагогом, может не осознаваться учениками.

Профессиональный педагогический долг – одна из важнейших категорий педагогической этики. В этом понятии концентрируются представления о совокупности требований и моральных предписаний, предъявляемых обществом к личности учителя, к выполнению профессиональных обязанностей: осуществлять определенные трудовые функции, преимущественно интеллектуальные, правильно строить взаимоотношения с учащимися, их родителями коллегами по работе, глубоко осознавать свой отношение к выбранной профессии, ученическому и педагогическому коллективу и обществу в целом. Основой профессионального педагогического долга являются объективные и актуальные потребности общества в обучении и воспитании подрастающих поколений. В профессиональном долге педагога запрограммирована необходимость творческого отношения к своему труду, особая требовательность к себе, стремление к пополнению профессиональных знаний и повышению педагогического мастерства, необходимость уважительного и требовательного отношения к учащимся и их родителям, умение разрешать сложные коллизии и конфликты школьной жизни.

Профессиональная честь в педагогике – это понятие, выражающее не только осознание учителем своей значимости, но и общественное признание, общественное уважение его моральных заслуг и качеств. Высоко развитое осознание индивидуальной чести и личного достоинства в профессии педагога выделяется отчетливо. Если учителем в своем поведении и межличностных отношениях нарушаются требования, предъявляемые обществом к идеалу педагога, то соответственно им демонстрируется пренебрежение к

профессиональной чести и достоинству. Честь учителя – общественная оценка его реальных профессиональных достоинств, проявляющихся в процессе выполнения им профессионального долга.

Наконец, *педагогический авторитет* учителя – это его моральный статус в коллективе учащихся и коллег, это своеобразная форма дисциплины, при помощи которой авторитетный и уважаемый учитель регулирует поведение воспитуемых, влияет на их убеждения. Педагогический авторитет зависит от предшествующей морально-этической и психолого-педагогической подготовки учителя. Уровень его определяется глубиной знаний, эрудицией, мастерством, отношением к работе и т.д.

Основные функции педагогической этики. Место и роль этической составляющей в сфере педагогической работы определяется теми функциями, которые она выполняет. Можно выделить три группы функций.

Первая группа – социальные функции, которые определяют внешние параметры профессии и являются главным предметом контроля со стороны общества:

- поддержание гуманистического содержания образовательной деятельности;
- поддержание благополучия и безопасности существования социума и т.д.

Вторая группа – профессионально-практические функции, которые направлены на внутреннюю регламентацию и контроль самого процесса деятельности с целью повышения качества работы педагогов:

- превентивная – предостерегает от действий, наносящих вред ученику;
- организационная – служит улучшению организации работы, требуя творческого исполнения обязанностей и профессионального долга;
- управляющая – служит средством социального управления поведением педагога в интересах дела;
- рационализирующая – облегчает педагогу выбор методов воздействия, наиболее приемлемых с точки зрения этики;
- координирующая – обеспечивает сотрудничество всех участников педагогического процесса, основанное на доверии и взаимопомощи;

- разрешения противоречий – способствует урегулированию конфликтных ситуаций;

- оптимизирующая – способствует повышению эффективности педагогического труда, тем самым поднимая статус и увеличивая престижность профессии в обществе;

- прогностическая – позволяет прогнозировать поведение специалистов в зависимости от степени развития их морально-этической культуры.

Третья группа – нравственно-гуманистические функции, которые реализуются в процессе межличностного общения учителя и ученика, а также в отношениях в трудовом коллективе

- гуманизирующая – приобщает педагога к общечеловеческой системе моральных ценностей;

- регулятивная – служит регулированию отношений и поведения на основе общепринятой в профессиональном сообществе системе ценностей;

- ценностно-ориентирующая – служит ориентированию педагога в мире ценностей, придавая смысл его существованию;

- мотивационная – формирует социально и профессионально одобряемые мотивы деятельности;

- коммуникативная – выступает средством коммуникации и общения между учителями и учениками, между коллегами по профессиональному «цеху»;

- воспитательная – формирует и совершенствует личности как учителя, так и ученика и его социального окружения.

Эта группа функций наиболее значима для субъектов деятельности, т.к. затрагивает интересы людей, оказывает влияние на их духовно-эмоциональную сферу.

В структуре педагогической этики преподавателя вуза можно выделить несколько блоков.

Во-первых, это этика его отношения к труду, включающая: осознание ответственности перед студентами, коллегами и своей отраслью научного знания; выбор стратегии и тактики обучения; использование собственного научного опыта в качестве информации для слушателей и др.

Во-вторых, вузовская этика включает в себя этику взаимоотношений двух главных участников процесса непосредственной передачи знаний – преподавателя и студента, но отношения между

ними устанавливаются более демократичные, чем в школе между учителем и учеником.

В-третьих, особый блок составляют отношения преподавателей между собой – этика взаимодействия педагогов в процессе достижения общей цели – передачи студентам надежных знаний и становления их как будущих коллег самих преподавателей.

В-четвертых, атрибутом высшей школы выступает этика научного творчества, востребованная особым положением вузовского педагога, который обязан сочетать в своей жизнедеятельности функции преподавателя и ученого.

Все названные аспекты тесно переплетаются друг с другом.

Особенности вузовской педагогики. Одной из особенностей педагогической деятельности вообще является то, что обе участвующие в ней стороны – и тот, кто учит, и тот, кто учится, являются активными участниками процесса обмена информацией, так сказать, партнерами. В вузовской педагогике эта особенность проявляется гораздо ярче, чем в школьной.

Во-первых, студент – это взрослый человек, с вполне или почти вполне сформировавшимися взглядами, интересами, убеждениями, и уже, поэтому его участие в процессе обучения носит, гораздо более активный характер.

Во-вторых, если школьное образование является обязательным, то студент добровольно и сознательно выбирает ту сферу, в которой он стремится получить высшее образование, и подтверждает твердость своего намерения тем, что выдерживает вступительные экзамены в избранный им самим вуз. Если школьник просто расширяет свой кругозор, знакомится с самыми разнообразными гранями действительности и выбирает наиболее близкую ему сферу приложения собственных сил и самовыражения, то студент стремится к углублению и расширению познаний в определенной области – той, которая уже выбрана им как сфера будущей профессиональной деятельности, карьерных перспектив и личного самосовершенствования. Поэтому студент в большей мере, чем школьник, активно заинтересован в получении знаний.

В-третьих, учебную деятельность студентов должна отличать большая *самостоятельность*, проявляющаяся в самостоятельном (и добровольном) усвоении знаний, понимании их смысла и

назначения, владении способами учебной работы, умении контролировать и оценить качество своих учебных действий.

В-четвертых, учебная деятельность студентов по способам и средствам осуществления приближается к научно-исследовательской. Если учебная деятельность школьников – это *квазиисследование*, то учебная деятельность студентов, по существу, – *подлинное научное исследование*

В-пятых, – период обучения в вузе не так долг, и студент уже через несколько лет сам будет являться специалистом в той области, в которую его вводит преподаватель, поэтому он вправе рассчитывать на более доверительное отношение со стороны преподавателя, как к будущему коллеге.

В-шестых, положение и задачи вузовского преподавателя и школьного учителя также существенно отличаются. Если учитель должен излагать «азбучные истины», обычно существенно не меняющиеся за время жизни одного поколения, то задача педагога высшей школы – знакомить студента с самыми передовыми достижениями в соответствующей области знаний. Здесь, особенно в области новейших теорий и гипотез, преподавателю трудно претендовать на роль носителя истины «в последней инстанции», тем более, что различные научные школы и направления нередко имеют прямо противоположные взгляды на некоторые вопросы.

Естественно, преподавателю, как и всякому человеку, хочется убедить другого в справедливости именно своих взглядов и представлений. Однако вполне может случиться, что его точка зрения окажется устаревшей, в то время как студент из других источников (от другого преподавателя, из литературы, периодических изданий, Интернета) успевает ознакомиться с более современной, а порой и более совершенной информацией по данному вопросу. Поэтому между преподавателем и студентом возможна дискуссия, в которой не сразу можно определить, кто прав или, по крайней мере, ближе к истине. Все это свидетельствует о том, что взаимодействие в системе «преподаватель – студент» должно быть *демократичным*, должно строиться на основе *диалога* и взаимного *уважения* обеих сторон.

В силу специфики вузовского образования *дистанция* между преподавателем и студентом значительно меньше, чем между педагогом и учащимися среднего учебного заведения. Но поэтому

здесь проблема *меры* этой дистанции стоит особенно остро. Для многих начинающих преподавателей определение этой меры становится сущим испытанием. Здесь возможны две крайности; первая – переход на авторитарный стиль общения со студентами, мотивированный превосходством опыта и компетентности преподавателя («эти студенты не знают и половины того, что я, преподаватель, уже забыл»); вторая – признание студента равным себе, коллегой-, с теми же правами на истинность и ошибочность суждений, что и у преподавателя. Причем сторонники каждой из этих позиций могут привести множество аргументов в пользу своей правоты.

Немаловажным аргументом в защиту обеих точек зрения являются, как ни парадоксально, *интересы студентов*. Сторонники строгости по отношению к студентам мотивируют свою позицию тем, что для будущих специалистов важно усвоить все тонкости своей отрасли знания, а «послабление» со стороны преподавателя приведет к тому, что студенты получают недостаточно знаний для последующей работы. Сами же студенты в силу недостаточного жизненного опыта недооценивают свои истинные интересы и могут упустить главное в погоне за несущественным (разумеется, с точки зрения преподавателя). В противовес такой «жесткой» позиции, возлагающей ответственность прежде всего на преподавателя (который должен быть уверен, что он сам не перепутал главное и второстепенное), сторонники другой модели отношения предлагают разделить эту ответственность на равных со студентами.

В частности, как свидетельство демократизации отношения преподавателя к студенту может рассматриваться переход от ориентации на пассивное запоминание и последующее воспроизведение лекционного материала (что у многих студентов встречает трудности, для преодоления которых требуется порой элемент принуждения) к ориентации на самостоятельную работу студентов. Роль преподавателя при этом все более сводится к роли консультанта, руководителя, ведущего партнера в исследовании, что само по себе и требует, и вызывает доверие и уважение со стороны студента. Вместе с тем ответственность, неизбежная при монополии на «истину в последней инстанции», не ложится в этих условиях исключительно на плечи преподавателя, а разделяется им со студентом, поскольку

поиск истины становится целью их совместной работы. Такая система их отношений представляется наиболее благоприятной и с психологической, и с этической стороны.

2 Этические нормы педагога

Педагогическая этика, задавая моральные ориентиры профессиональной деятельности, помогает преподавателю вуза оценить собственный уровень нравственного развития, стимулирует его профессиональный рост.

Преподаватель должен выбрать стиль общения со студентами, основанный на взаимном уважении. В первую очередь он должен быть требователен к себе.

Преподаватель выбирает такие методы работы, которые поощряют в обучающихся развитие положительных черт и взаимоотношений: самостоятельности, самоконтроля, самовоспитания, желания сотрудничать и помогать другим.

При оценке поведения и достижений студентов педагог должен стремиться укреплять их самоуважение и веру в свои силы, показывать им возможности совершенствования, повышать мотивацию обучения.

Педагог является беспристрастным, одинаково доброжелательным и благосклонным ко всем своим обучающимся. При оценке их достижений в баллах преподаватель стремится к объективности и справедливости. Недопустимо тенденциозное занижение или завышение оценочных баллов для искусственного поддержания видимости успеваемости и исправление ошибок обучающихся во время письменных экзаменов и контрольных проверок.

Преподаватель постоянно заботится о культуре своей речи и общения. В его речи нет ругательств, вульгаризмов, грубых и оскорбительных фраз.

Преподаватель не должен злоупотреблять своим служебным положением. Он не может требовать от студента вознаграждения за свою работу, в том числе и дополнительную.

Преподаватель работает со студентами по профессиональному долгу, т.е. со всеми, с кем ему выпадет работать. Необходимо все время помнить, что каждый студент – это личность со своими

индивидуальными особенностями. Уважение к личности студента в некоторых случаях требует от преподавателя немалых усилий.

Педагогический такт в деятельности преподавателя:

- проявляется в отношениях и формах обращения преподавателя, в умении разговаривать, не задевая самолюбие студентов;
- подсказывает преподавателю выбор места общения со студентом: в присутствии других или один на один;
- помогает преподавателю управлять своим состоянием, быть сдержанным, внимательным, терпеливым;
- это уважение – положительные отзывы об учащих, поддержка их достижений, поощрение движения вперед;
- это теплота, которая предполагает в основном невербальные средства: поза, выражение лица, улыбка – все, что высказывает заботу преподавателя об учащих.

Важна *психологическая дистанция*. Преподаватель обязан постоянно искать и обязательно находить самую оптимальную психологическую дистанцию. Если она чрезмерна, возникает барьер между студентами и преподавателем, который будет постоянно мешать реализации целей обучения. А ее отсутствие или очень малая дистанция ведет к панибратству в отношениях, при этом резко снижается эффективность влияния преподавателя на студентов.

На уровень формальности и неформальности обучения оказывает влияние то, как преподаватель обращается к студенту. Обращение к студенту по имени обычно указывает на более неформальное общение. Обращение к студенту на «ты» возможно только при доверительных отношениях преподавателя и обучаемого. Но в системе профессионального образования предпочтительнее и правильнее обращаться к студенту на «Вы».

В случае, если преподаватель ошибся, предъявив необоснованные претензии к студенту прилюдно, то и извиниться необходимо также прилюдно.

Установка преподавателя по отношению к студенту может быть и позитивной, и негативной.

В случае *негативной* установки (например, по отношению к слабому студенту), ему

- дается меньше времени на ответ («все равно не ответит»);
- при неверной направленности ответа вопрос не повторяется и не уточняется («все равно не поймет»).

Слабым студентам уделяется меньше внимания на занятиях. Преподаватель чаще за неправильный ответ критикует студентов, чем хвалит за правильный.

В случае *позитивной* установки (например, по отношению к сильному студенту), даже возможна положительная оценка за не совсем правильный ответ.

В обоих случаях отношение преподавателя к студентам избирательно, а значит, не всегда объективно.

Самое первое, самое обязательное нравственное требование к педагогу – он должен любить своих студентов. Причем любить всех, и хороших, и плохих, и слабых, и сильных. Преподаватель, не любящий студентов, профессионально непригоден. Существуют такие работники – квалифицированные, добросовестные, но не любящие студентов. Для них лекция, каждое занятие подобно пытке, а для студентов пытка – общение с ними. И если начинающий преподаватель понял, что не любит студентов, ему необходимо срочно искать себе другую работу.

Педагог ответственен за то, чтобы предоставить всем студентам возможность изучить материал и получить объективную оценку своего труда. Преподаватель, в силу занимаемой им должности, имеет определенную власть над студентом. Этические кодексы поведения запрещает преподавателю узурпировать свою власть над студентом, особенно в форме эксплуатации или насилия в различных видах: принуждать студентов делать то, что не является предметом изучения его дисциплины.

Каковы причины нарушения этических норм поведения преподавателя?

Самое очевидное – халатное отношение к подготовке к занятиям. Трудно быть всегда в наилучшей форме, но если мы ожидаем, что наши студенты должны приходить в класс подготовленными, то следует также приложить усилия и самому.

Нарушением этических норм является требование педагога к студентам разделять его нормы и ценности, философию там, где есть место для выражения своего личного мнения.

Нарушением этических норм является обсуждение проблем студента с теми, кто не имеет отношения к его обучению. Как существуют конфиденциальные взаимоотношения между доктором и

пациентом, адвокатом и клиентом, также они есть между педагогом и студентом, их следует основывать на доверии.

Этика преподавания предполагает, что педагог становится для студента образцом в личностном и образовательном плане. Это требует серьезного пересмотра им личных стандартов поведения и образа жизни.

Этика преподавания предполагает ответственность педагога перед коллегами, вузом и самим предметом. Нарушением этики является, например, фальсификация результатов научных исследований, нежелание принимать участие в управлении вузом, несправедливая оценка труда коллег и студентов.

Существуют несколько способов установить хорошие личностные взаимоотношения педагога со студентом:

1. Запоминайте имена студентов, а не только фамилии.
2. Придите в класс за несколько минут до начала занятий (5-10 мин), особенно перед первым занятием. Это позволяет студентам пообщаться с педагогом до занятий, приучает их к точности в начале семинаров и лекций. После занятий задержитесь, это будет способствовать не только выполнению образовательных задач, но и поможет сформировать межличностные отношения. Некоторые студенты предпочитают беседовать до, другие после занятий.
3. Проводите индивидуальные консультации, которые также являются способом установления личностных взаимоотношений между педагогом и студентами. Дайте студентам ваш домашний телефон, разрешите звонить вам, особенно вечером (но не позже 10.30) и по выходным.

Найдите способы показать ваш интерес к студентам. Так, некоторые преподаватели специально просматривают вузовские газеты и поздравляют своих студентов, которые заняли какие-то призовые место (на конференциях, на спортивных состязаниях), другие посещают спортивные состязания, концерты, спектакли, в которых задействованы их студенты. Для того чтобы этот метод был эффективным, интерес педагога к мероприятию должен быть искренним.

Интересно выделение типов студенческого поведения, исследованных американцем Диком Манном и описанных в его книге «Классная комната колледжа». На основе социологических опросов он выделил следующие восемь условно названных им типов

студентов: податливые, уступчивые, волнующиеся-зависимые, разочарованные работники, независимые студенты, «ге-рои», «снайперы», ищущие внимания, молчащие студенты.

1. *Податливый, уступчивый* студент – в основном зависим от учителя, от условностей, у него высокая ориентация на выполнение заданий. В отличие от других типов, эти студенты удовлетворены просто тем, что они изучают то, чему учит их педагог. Податливые студенты в классе чаще всего соглашаются с преподавателем или просят разъяснений. Они редко выступают с постановкой проблемы или подвергают сомнению контроль педагога. В класс приходят просто для того, чтобы понять материал, часто предпочитают лекцию дискуссии, семинару. Всегда выполняя то, что им скажут, податливые студенты обычно хорошо сдают экзамены, но вряд ли они выказывают много независимых суждений или проявляют творчество. По подсчетам Манна – это 10% всех студентов, их больше на первых курсах, с возрастом их число уменьшается. Они никогда не подвергают сомнению авторитет педагога. Педагог может помочь податливому студенту стать более независимым в своих суждениях, первоначально приняв его зависимый стиль поведения.

2. *Волнующийся-зависимый* тип – очень распространен в студенческой среде (около 26%). Они легко выделяются в группе по их беспокойству по поводу отметок. Подобно податливому типу, эти студенты хотят учить то, что предлагает им учитель, однако они боятся, что могут что-либо пропустить. Вероятно, они просят педагога повторить определения, чтобы записать их слово в слово. Податливые студенты обычно доверяют учителям и предполагают, что отметки, которые они получают, справедливы. Наоборот, волнующиеся и зависимые студенты не доверяют педагогам, часто ожидают подвоха в вопросах или несправедливой системы оценок.

Волнующиеся-зависимые студенты обычно часто имеют низкое мнение о своей собственной работе, а их отметки, по подсчетам Манна, самые низкие из 8 групп, выделенных им. На экзамены они являются измученными, остаются за дверью до последнего момента, идут отвечать последними, перепроверяют свои ответы, добавляют «еще одно предложение». Они могут помнить детали и определения, но у них отсутствуют знания концептуальных положений. Плохая оценка их работы педагогом подтверждает их

пессимистические ожидания, усиливает их беспокоящееся и зависимое поведение. Легко понять, почему такие студенты предпочитают лекции дискуссиям. Они имеют склонность к различию черного и белого, к простым правильным или неправильным ответам.

Преподаватель, который расширяет диапазон возможностей таких студентов, помогает их интеллектуальному росту. Преподаватель должен отвечать на все их вопросы, разубеждая студентов в их неполноценности.

3. *Разочарованные работники.* Манн считает, что студенты этого типа делают комментарии депрессированного и фаталистического отношения к себе и к своей учебе в классе. Подобно двум другим типам, они рассматривают себя неспособными к осуществлению контроля за своей учебой. Некоторые из них так усердно работали ради получения отметок в прошлом, что более не находят учебу приятной. Они перегорели, чаще всего это более взрослые студенты, которым трудно сохранять юношеский энтузиазм. Некоторые из них имеют работу или семью и чаще всего физически устают и более заняты, чем «университетские ребята». Любое из этих обстоятельств может погасить их любознательность и привести к безразличному обучению. Обычно класс выражает мало симпатий к этой малой группе (по подсчетам Манна – это 4%), однако их можно сделать активными участниками процесса обучения.

Педагогу следует их вдохновлять, поднимать им настроение (например, письменные комплименты по их контрольной работе, но лучше всего – беседы с глазу на глаз). Помощью со стороны педагога может быть открытое признание, что тягостные настроения этих студентов замечены и их хотят лучше понять.

4. *Независимые* студенты в равной мере принимают то, что предлагает педагог и следуют своим собственным целям. Они чувствуют себя комфортно, выполняя то, что им задают, обычно предпочитают семинары лекциям, не мямлят, когда их просят высказать свое собственное мнение по теме. Это активные участники, они легко становятся друзьями педагога, до некоторой степени отождествляя себя с ним. Это идеальные, зрелые студенты, на них педагог может рассчитывать при обсуждении на достаточно высоком уровне. По подсчетам Манна, это 12% от группы. Они редко представляют проблемы для пе-

дагога, но если преподаватель ведет занятия плохо, именно они могут высказать недовольство от имени группы.

Педагог должен признать их независимость и поощрять ее для того, чтобы стимулировать их к получению более высоких результатов в учебе по сравнению с другими студентами.

5. «Герои» похожи на независимых в своем отождествлении себя с учителем и в их предпочтении к независимой и творческой работе. У них нет отстраненности независимых, но, тем не менее, они обеспокоены тем, чтобы учитель немедленно заметил, какие они отличные студенты и интересные люди. Говоря критически, «герои» не справляются со своими первоначальными обещаниями. Они интенсивно атакуют учителя с тем, чтобы сообщить ему свои грандиозные планы, но чаще всего они разочаровывают его плохим выполнением намеченного. По классификации Манна, 10% студентов попадают под эту рубрику, а в каждом классе есть один или два человека. «Герои» обычно стараются, чтобы учитель заметил их очень быстро. Они часто остаются после первого занятия с тем, чтобы педагог знал, как их интересует предмет, и как много они уже знают от предыдущего чтения и курсов. Их первоначальные комментарии могут вдохнуть надежду в педагога, заставив его думать, что он встретился с необыкновенно выдающимся студентом. «Герои» любят дискуссии, они могут быть до раздражительности аргументированы, и никогда не соглашаются, что не правы в споре. При ближайшем рассмотрении окажется, что они не читали заданного материала и просто показывают свои прошлые знания. «Герои» обычно пропускают занятия чаще, нежели другие люди, когда новизна после начала изучения курса исчезнет или они начнут получать плохие отметки. Можно сделать вывод, что «герои» обычно обещают много, а делают мало.

«Герои» обычно дают хороший результат в учебе, если с ними обращаться особым образом. Для успешной мотивации героя учитель должен поддерживать с ним хорошие отношения во время семестра. Если «герои» верят, что педагог ожидает от них великих свершений, то они, вероятно, достигнут успеха при мягком руководстве педагога ими.

6. «Снайпер» – это «герой», который враждебно настроен по отношению к педагогам, вряд ли приближается к ним и полон цинизма. Подобно «героям» (в группе Мана их было 9%), они очень

высокого и положительного мнения о себе, но у них мало надежд, что мир их признает, или даст им шанс продемонстрировать свои достоинства.

Некоторые показывают свой протест, надевая необычную одежду на занятия. Очевидно потому, что испытывают вину или страх за свою враждебность, они быстро ретируются, если их остроумие подвергается сомнению.

Первая задача педагога для установления хороших отношений с этим типом студентов – сдерживать гнев против них. Их колкие враждебные замечания следует часто просто игнорировать. Однако игнорирование «снайперов» не заставит их работать, не разобьет их враждебность и не приведет к установлению рабочих взаимоотношений. Более плодотворно, но трудно выполнимо – это с энтузиазмом ответить на их комментарии, подчеркнув, что у них положительно, и игнорировать то, что является враждебным. Оскорбительная улыбка, как привило, не работает с ними, особенно в начале семестра.

7. Ищущие внимания студенты – (11% в классе Манна), любят приходить в класс, чтобы пообщаться с другими студентами или профессором. Подобно героям, они любят дискуссии, обожают разговаривать. Для них социальные запросы доминируют над интеллектуальными. Они любят иметь друзей в классе, и многие устанавливают хорошие тесные контакты с педагогом. Эти студенты могут хорошо работать, если это то, что заставит их товарищей и педагога хорошо думать о них. Они любят организовывать устные журналы, вечеринки и т.д., в классе выполняют роль социально-эмоциональных лидеров. Они не менее интеллигентны, нежели другие студенты, но обычно менее интеллектуальны.

Опытный педагог может заинтересовать их в интеллектуальном и социальном дискурсе. Так как внимание педагога очень важно для этих студентов, обычно их легко мотивировать. Педагог вначале должен уделять им внимание, но не показывать, что хорошо о них думает. Затем педагогу следует уменьшить уровень внимания к студентам, перенеся центр его тяжести на их хорошую академическую работу. Эта стратегия эффективно мотивирует этот тип студентов.

8. Молчащие студенты – в классах, изучаемых Манном, их было 20%. Они делали так мало комментариев, что их пришлось

выделить в особую группу. Их опросы и оценка педагога показали, что они чутко реагировали на поведение педагога к ним. Из всех типов, эти студенты больше всех хотели установить тесные взаимоотношения, но более всего боялись, что педагог не будет высокого мнения о них и об их работе. Молчаливые студенты реагируют на оценку их педагогом молчанием, а не враждебностью. В отличие от «снайперов», они осознают свое желание иметь личностные взаимоотношения с педагогом. Поэтому в работе с ними надо исходить из этого.

Самая типичная ошибка, которую может сделать педагог в работе с этими студентами – это игнорировать их, так как они не привлекают внимание и не ставят проблем. Хороший педагог отмечает в конце третьей недели студентов, которые с ним не беседовали и помечает их для себя с тем, чтобы уделить им внимание. Тепло улыбаясь им, двигаясь к тому месту в классе, где они сидят, устанавливая зрительный контакт с ними, глядя им в глаза, педагог помогает сдвинуть их с места. Желательно, чтобы они подошли первыми к педагогу, но если они не очень хорошо занимаются, то педагогу нужно взять инициативу. Ему следует не переусердствовать в усилиях устанавливать личные взаимоотношения с молчащими студентами, так как те могут излишне надоедать педагогу, особенно отзывчивому.

В учебно-методической литературе существуют и другие классификации студентов. Это невнимательные студенты, неподготовленные к занятиям, льстящие, обескураженные, неуверенные в себе, студенты, испытывающие социальный стресс, студенты, которые постоянно находят оправдание своим неудачам в учебе, студенты с выдающимися академическими способностями и др.

Педагогу следует учитывать, что одаренные студенты очень восприимчивы к скуке, рутине, пытаются ускользнуть, если занятия не соответствуют их интеллектуальным запросам. Педагог должен культивировать личностные взаимоотношения с такими студентами и вдохновлять их на самостоятельную и творческую работу по предмету. Некоторые педагоги приглашают одаренных студентов регулярно обсуждать то, что они прочитали. Хотя эти студенты будут сопротивляться дополнительной нагрузке, они будут признательны в оценке их таланта и поощрении их самостоятельной работы, не за отметки.

Демократизм педагога вуза, школы, техникума проявляется в том, что он по-разному относится к студентам, выбирает межличностную стратегию в зависимости от типажа студента с тем, чтобы установить взаимоотношения с ним, мотивировать его к изучению предмета, используя единые критерии выставления отметок за изучение курса.

3 Этические нормы студента

Студенческий возраст характеризуется стремлением самостоятельно и активно выбрать тот или иной жизненный стиль и идеал. Таким образом, вузовское обучение является мощным фактором социализации личности студента, и этот процесс осуществляется в ходе жизнедеятельности студентов и преподавателей. Мощное влияние и воспитательное воздействие на личность студента оказывает сама студенческая среда, особенности студенческой группы, в которую входит молодой человек. Как известно, поведение людей в группе имеет свою специфику по сравнению с индивидуальным поведением, происходит как унификация, рост схожести поведения однокурсников за счет формирования и подчинения групповым нормам и ценностям на основе механизма внушаемости, конформизма, подчинения власти, так и рост возможностей оказывать свое ответное влияние на коллектив.

В студенческой группе происходят динамичные процессы структурирования, формирования и изменения межличностных (эмоциональных и деловых) взаимоотношений, распределения социальных ролей и выдвижения лидеров и т.п. Все эти групповые процессы оказывают сильное влияние на личность студента, на успешность его учебной деятельности и профессионального становления, на манеру его поведения.

Степень соблюдения норм поведения в некоторой степени зависит от таких составляющих человеческого сознания, как мировоззрение, темперамент и характер. Исходя из их совокупности можно составить представление о выполнении этикетных норм конкретным студентом.

При применении этикетных норм на практике у студентов большую роль играет *мировоззрение* – система представлений, идей, убеждений, взглядов на окружающую действительность. Оно про-

является в понимании и оценке действительности, различных событий и фактов, в социальном поведении человека, его поступках, деятельности, накладывает отпечаток на чувства, волю, мотивы.

Темперамент – устойчивое объединение индивидуальных особенностей личности, связанных с динамическими, а не содержательными аспектами деятельности. Темперамент составляет основу развития характера; вообще, с физиологической точки зрения, темперамент – тип высшей нервной деятельности человека. Он так же влияет не только на проявление чувств или скорость переключения внимания, но и на другие психические процессы, а также на проявление черт характера, на поведение студентов на занятиях, на их реакции в сложных ситуациях, на вопросы, задания, оценки. Также он влияет на соблюдение правил хорошего тона.

Характер студента представляет собой целостное образование, состоящее из ряда черт, которые можно классифицировать по группам:

- интеллектуальные черты – наблюдательность, рассудительность, гибкость ума;
- эмоциональные черты – уверенность, жизнерадостность, бодрость;
- волевые черты – целеустремленность, инициативность, выдержка, решительность, мужество и др.;
- нравственные черты – чувство долга, честность, правдивость и др.

Характеры делятся на слабые и сильные, замкнутые и эгоистичные, цельные и противоречивые. Главное, что раскрывает характер студента – это поступки и действия, особенно поведение в коллективе, успеваемость и общественная работа.

Развитие межличностных отношений обусловливается полом, возрастом, национальностью и многими другими факторами. В отличие от деловых отношений межличностные связи иногда называют экспрессивными, эмоциональными.

Как и любое общество, студенчество вырабатывает в качестве социальных норм специфическую систему образцов поведения, ими принятых, одобряемых, культивируемых и ожидаемых от каждого, находящегося в соответствующей ситуации. Их нарушение включает механизмы социального контроля (неодобрение, осуждение, наказание), обеспечивающего коррекцию поведения,

отклоняющегося от нормы. О существовании и принятии норм свидетельствует однозначное реагирование окружающих на поступок кого-либо, отличающийся от поведения всех остальных. Диапазон студенческих норм чрезвычайно широк – от образцов поведения во время занятий, до правил вежливости в студенческом коллективе.

Этикет межличностных отношений в любом обществе состоит из нескольких элементов:

- хорошие манеры;
- вежливость;
- тактичность и чуткость;
- скромность.

Важно заметить, что этикет межличностных отношений студентов состоит из таких же элементов, но выражаются они специфически.

Манеры – способ держать себя, внешняя форма поведения, обращения с другими людьми, употребляемые в речи выражения, тон, интонация, характерные для человека походка, жестикуляция и даже мимика.

В студенческом обществе хорошими манерами считается умение контролировать свои поступки, внимательно и тактично общаться с другими людьми, как и в любом другом. Но вот общепринятые дурные манеры немного различны со студенческими, например, громко говорить, не стесняясь в выражениях, развязность в жестикуляции и поведении, неряшливость в одежде у студентов хоть и не поощряется, но и не осуждается в отличие от, грубости, проявляемой в откровенной недоброжелательности к окружающим, в пренебрежении к чужим интересам и запросам, в беззастенчивом навязывании другим людям своей воли и желаний, в неумении сдерживать свое раздражение, в намеренном оскорблении достоинства окружающих людей, в бестактности, употреблении унижительных прозвищ.

Манеры, безусловно, относятся к культуре поведения студента и регулируются студенческим этикетом. Также этикет межличностного общения включает в себя учтивое обращение с женщиной, почтительное отношение к старшим, формы обращения к ним, формы обращения и приветствия, правила ведения разговора, поведение за столом.

Истинная *вежливость* может быть лишь доброжелательной, так как она – одно из проявлений искренней, бескорыстной благожелательности по отношению ко всем другим людям, с которыми студенту приходится встречаться на работе, в доме, где живет, в общественных местах. Одним из главных элементов вежливости студенты считают умение запоминать имена. С товарищами по институту, со многими знакомыми в быту вежливость может перейти в дружбу, но органическая благожелательность к людям вообще – обязательная база вежливости.

Тактичность, чуткость – это и чувство меры, которую следует соблюдать в разговоре, в личных отношениях и отношениях с преподавателями, умение чувствовать границу, за которой в результате наших слов и поступков у человека возникает незаслуженная обида, огорчение, а иногда и боль. Тактичный студент учитывает конкретные обстоятельства: разницу возраста, пола, общественного положения, место разговора, наличие или отсутствие посторонних.

Уважение к другим – обязательное условие тактичности даже между хорошими товарищами. Самоуважение без уважения к другим неизбежно вырождается в самомнение, чванство, высокомерие.

Культура поведения в равной степени обязательна и со стороны студентов по отношению к преподавателю. Она выражается, прежде всего, в честном отношении к своим обязанностям, в строгой дисциплинированности, а также в уважении, вежливости, тактичности по отношению к руководителю. То же – по отношению к однокурсникам.

Скромность в студенческой среде почти не обрела отличительные особенности. Скромный студент никогда не стремится показать себя лучше, способнее, умнее других, не подчеркивает свое материальное превосходство, не требует для себя никаких привилегий, особых удобств, услуг. Вместе с тем, скромность не ассоциируется ни с робостью, ни с застенчивостью.

Одной из главных особенностей студенческого этикета является *сленг*. Студенты в большинстве ситуаций употребляют сленговые слова и целые выражения, даже не замечая этого. Современный студенческий сленг образовался главным образом в молодёжной среде в университетах, но постепенно нашел себе применение

и на периферии. Молодежь, как правило, легко и быстро подхватывает «прикольные» словечки. Они становятся своего рода паролем языком для «своих». Знание часто применяемых в компании сленговых слов помогает подростку легче вписаться в группу, быстрее освоится и наладить психологический контакт. Представители разных неформальных молодежных течений пользуются огромным числом универсальных сленговых слов, то есть студент прекрасно поймет, что говорит ему байкер или панк. Стоит также добавить, что многие сленговые слова перекочевали из английского языка, претерпев лишь незначительные изменения. Сленг в большинстве случаев употребляется в неофициальной обстановке и при межличностном общении со сверстниками.

Студенты активно употребляют такие слова, как «абитуха» (абитуриенты), «семка» (семинар), «твикс» (неудовлетворительная отметка, двойка), «ботан» (зубрила), «канонить» (ксерокопировать), «перваки» (первокурсники), «бомба» (шпаргалка).

Для межличностного общения студентов характерно острое чувство юмора. Студенты стараются пошутить в любой удачный момент.

Потребность студентов в общении способствует установлению многообразных связей, развитию товарищества, дружбы, стимулирует обмен знаниями и опытом, мнениями, настроениями и переживаниями. Но любой вид общения ограничивается определенными рамками или правилами. Этикетное поведение всегда связано с гармонией и порядком, в нем проявляется не только нравственная, но и эстетическая основа. Студенчество ставит перед своими членами задачу вести себя не только правильно и в соответствии с общепринятыми нормами морали, но и сообразно понятию красоты принятой в студенческой среде, студенческому идеалу, вызывая своим поведением позитивное эстетическое переживание.

Поведение в общественных местах.

Театр. По значимости театральное представление сопоставимо с торжественным или официальным приемом, поэтому требует соблюдения определенных норм этики общения, поведения.

При посещении театрального заведения рекомендуется вести себя сдержанно. Не стоит громко разговаривать, создавать скученность, прилюдно приводить себя в порядок. Для этого существуют

специальные комнаты. По любым вопросам можно обращаться к служащим театра. Делать это нужно с особой вежливостью, уважением.

Требования к внешнему виду. Первое впечатление создается по внешнему виду. Важен стиль, цветовая гамма, манера носить одежду, прическа. Внешний вид должен быть опрятным. Совсем необязательно надевать шикарные платья или смокинги. Скромный аккуратный образ вполне уместен. Допускаются украшения. Юношам лучше прийти в классическом костюме с рубашкой неброских тонов. Не рекомендуется использовать спортивный стиль одежды. Следует уделить внимание обуви, не только ее модели, но и чистоте. Кроссовки, конечно, удобнее, но для театрального мероприятия лучше выбрать классический стиль. У девушек волосы должны быть аккуратно уложены. Они могут спадать с плеч или быть собранными в пучок. При использовании заколок, лучше отдавать предпочтение элегантным неброским цветам и дизайну. Мужчины также должны быть аккуратно причесаны, выбриты. Одной из модных тенденций является ношение бороды. В этом случае она должна выглядеть ухоженной. Можно использовать парфюм.

Выбор места. Среди основных канонов выделяют следующие.

В театр нельзя опаздывать. Нужно приходиться за 15-20 минут до того, как прозвонит последний звонок. Иначе на представление могут не пустить. При опоздании нельзя пробираться сквозь проходы между сиденьями. Рекомендуется тихонечко присесть на ближайшее свободное место. Занять свои места можно будет во время перерыва.

Занимать места следует до того момента, как прозвонит третий звонок. Нельзя занимать понравившиеся чужие сиденья. Если же место, указанное в билете будет занято, следует вежливо попросить сидящих людей освободить его.

Проходить к своим местам нужно аккуратно, стараясь не задеть других зрителей. Лицо должно быть обращено по направлению к сидящему человеку. В случае если проход очень узкий, сидящим зрителям нужно встать и дать возможность пройти другим.

Заняв свое место, не рекомендуется занимать оба подлокотника, близко придвигаться, загораживая сцену. Все это способно создавать чувство нервозности, дискомфорта у окружающих.

На спектакле или представлении. К основным правилам поведения, будь то на обычном представлении, оперном или музыкальном, можно отнести следующие.

Следует соблюдать полнейшую тишину. Нельзя выкрикивать что-то с места, обсуждать актеров, шуршать сумками, чихать, громко кашлять. Мобильные телефоны необходимо выключить или убрать звук. Это отвлекает не только окружающих, но также самих актеров.

Не допускается спать во время представления.

Не рекомендуется принимать пищу. Есть следует во время перерыва в специальных местах, например, в кафе или баре.

Неприлично покидать зал во время театрального действия, даже если оно наскучило.

Если для просмотра спектакля выдан бинокль, то не рекомендуется через него рассматривать других зрителей.

Не стоит бурно выражать свои эмоции. Аплодисменты важны в уместное время. Лучше, если они будут сдержанными.

Дарить цветы следует по окончании всего действия. Для этого не нужно идти напрямиком на сцену. Букеты передают в проходе между сценой и первым рядом или через сотрудников театра.

В конце представления актеры несколько раз выходят к зрителям, кланяясь. Поэтому сразу после завершения действия не надо быстрее бежать забирать одежду.

Этикет для противоположных полов. Театральное заведение – это место, где приветствуется *соблюдение этикета между мужчиной и женщиной*.

При входе в здание мужчина должен опережать женщину. Он открывает дверь своей спутнице.

В гардеробе мужчина помогает раздеться женщине, только потом снимает свое пальто или куртку. Номерки остаются также в кармане у спутника. Он же их передает гардеробщику по окончании театрального представления. Покидая театр, наоборот, сначала одевается мужчина, а потом он помогает одеться своей девушке.

При входе в зал, где будет проходить спектакль, билеты дает контролеру мужчина. Они должны храниться у него.

К местам, указанным в билетах, мужчина проходит первым, показывая путь своей спутнице.

Найдя нужные сиденья, мужчина должен подождать, когда устроится женщина, а затем сесть самому.

Если во время перерыва женщина остается в зале, то мужчине рекомендуется остаться рядом с ней. Если же ему все-таки необходимо выйти, то он может это сделать, предварительно извинившись.

Кино. В кино можно прийти в течение дня, не готовясь заблаговременно, отсюда большая свобода действий. Если вы не сняли верхнюю одежду в гардеробе, осторожно, не задев соседа, положите пальто себе на колени.

Если у вас мохнатая шапка ее нужно снять.

На фестивальных премьерах, различных кинопраздниках действуют правила поведения, как в театре театральные, в том числе аплодисменты во время просмотра и по окончании его.

На обычном киносеансе следует соблюдать те же правила, что и в театре: не шуметь, приходить до начала сеанса, занимать только свои места, проходить в случае необходимости лицом к сидящим, не жевать, не сорить, не уходить до окончания сеанса.

Можно покинуть зал только в случае, если фильм совсем не оправдал ваших ожиданий, стараясь при этом не мешать окружающим.

В *магазинах* следует соблюдать те же правила, что и в других общественных местах: не толкаться, не нарушать общего порядка, не стараться быть обслуженным вне очереди.

Нельзя, особенно за границей, самому перебирать и представлять выставленные вещи, снимать их с полок, пробовать запоры закрывающихся изделий – все это должен продемонстрировать продавец. Если предмет очень заинтересовал вас, и вы решили купить его – попросите разрешение самому проделать с ним, для ознакомления, необходимые манипуляции, но соблюдайте при этом осторожность.

Делая покупку в магазине, нелишне помнить о том, чтобы не утомлять продавца мелкими капризами или затянувшейся нерешительностью. Подходя к кассе, нужно иметь наготове приблизительную сумму денег, необходимых дел покупки, а не искать их в кошельке или карманах в последний момент. Не следует медлить и пересчитывая сдачу. Современный жизненный ритм требует от нас быстрых и четких реакций.

В дверях магазина или учреждения прежде пропустите выходящих, а уж затем входите сами, таким образом, исключается образование «пробки» внутри помещения.

Каждый день любой студент проходит мимо нескольких тысяч людей. Совершенно очевидно, что нормы нашего поведения *на улице* приобретают большое общественное значение. При современном темпе жизни люди на улице обычно торопятся. Но, то обстоятельство, что каждому «некогда», не дает никому ни права, ни оснований толкаться, наоборот, обязывает к тому, чтобы стараться не толкнуть кого-либо. Если же это нечаянно случиться – обязательно нужно извиниться.

Встречных нужно обходить со своей правой стороны, обгонять – так же.

Не следует на ходу балансировать руками, особенно если в них что-нибудь есть: зонт, пакеты, портфель и т.п.

Не останавливайте на улице знакомого, если он идет не один: не известно, понравится ли знакомство с вами человеку, которому ваш знакомый обязан будет вас представить, да и нужно ли это знакомство вам самому.

В обратном случае – если вы не один, но вам очень нужно остановиться для краткого разговора со встреченным вами на улице знакомым, предварительно спросите разрешение на это у вашего спутника и, в случае его согласия, представив его знакомому, можете переговорить с ним в присутствии вашего спутника. Очень невежливо отзывать встреченных вами знакомых от их спутников (кроме того вы можете натолкнуться на отказ) или отходить от своего спутника для разговора со встреченным знакомым.

Воспитанный человек на улице:

- не сорит, не плюет, не показывает пальцем;
- не кричит на детей;
- не останавливается внезапно посередине дороги для того, чтобы поговорить с товарищем;
- не ходит по газонам, по левой стороне тротуара, не бросает огрызки, не выплевывает косточки, не лузгает семечки и не носит телефон с громко включенным звуком или портативный магнитофон.

В *общественном транспорте* на студентов распространяется общее правило хорошего тона: женщину, старшего и занимающего более высокое положение следует пропускать впереди себя.

При выходе из транспорта поступают наоборот: мужчина и младший выходят перед женщиной и старшим. Это правило не работает, если речь идет о вышестоящих лицах, которые всегда проходят первыми. Это происходит потому, что выходящий первым помогает выйти второму, и правило становится бессмысленным, когда речь идет о субординации. Иными словами, подавать руку преподавателю при выходе из транспорта не стоит (если он, конечно, не женщина).

Нет нужды говорить, что юноша или девушка не должны сидеть в общественном транспорте, если пожилые женщины или женщины с детьми на руках стоят.

Воспитанный студент сядет в транспорте только в случае, если вблизи не стоит ни одна женщина. И старается тотчас же предложить свое место женщине, которая, войдя в автобус, встала рядом с ним. Его обязанностью является уступить место пожилой женщине, женщине с тяжелой сумкой или знакомой. По отношению к молодым, здоровым посторонним женщинам такой жест – добровольная вежливость. Поэтому не в каждом случае уместны громкие замечания в адрес «сегодняшней молодежи».

В транспорте нужно стараться не наступать людям на ноги, не опираться на человека, стоящего рядом, не подталкивать его в спину. Неприлично пристально разглядывать своих попутчиков.

Отъезжая *на поезде*, не загораживай окна вагона без необходимости, так как твои спутники, возможно, также желают с кем-нибудь проститься. В купе не открывай окно, не спросив предварительно согласия других пассажиров.

При поездке в поезде рекомендуется брать с собой не авоськи и нейлоновые пакеты, а дорожные сумки или чемоданы.

В купе следует вести себя корректно. Неприлично класть ноги на противоположное сиденье, курить, слишком громко разговаривать, веселиться, петь, свистеть и т.д.

Представляться спутникам, с которыми едете в одном купе, не обязательно. Однако при входе в купе нужно поздороваться, а при уходе попрощаться.

В *лифте*, как и в любом другом месте, следует здороваться с теми, кого приветствуете всегда. Лифт – это такая же «общественная территория», как улица или лестница, здесь можно не снимать головной убор. В полных лифтах воспитанные люди отступают в

сторону или на время выходят, чтобы дать возможность выйти стоящим сзади.

Вопросы для самоконтроля

1. Каковы основные категории педагогической этики?
2. Охарактеризуйте функции педагогической этики.
3. В чем заключается специфика вузовской педагогики?
4. Каковы причины нарушения этических норм поведения преподавателя?
5. Дайте характеристику этикету межличностных отношений студентов.

Тесты

1. Педагогический авторитет учителя –

- а) осознание учителем своей значимости
- б) моральный статус учителя в коллективе учащихся и коллег
- в) признание своего достоинства
- г) творческий подход к своим обязанностям

2. Социальные функции педагогической этики заключаются в

- а) формировании социально и профессионально одобряемых мотивов деятельности
- б) ориентировании педагога в мире ценностей
- в) поддержании гуманистического содержания образовательной деятельности
- г) формировании и совершенствовании личности как учителя, так и ученика и его социального окружения

3. К профессионально-практическим функциям педагогической этики относится

- а) поддержание гуманистического содержания образовательной деятельности
- б) творческое исполнение обязанностей и профессионального долга
- в) регулирование отношений и поведения на основе общепринятой в профессиональном сообществе системы ценностей
- г) формирование и совершенствование личности как учителя, так и ученика и его социального окружения

4. Нравственно-гуманистические функции педагогической этики

- а) обеспечивают сотрудничество всех участников педагогического процесса, основанное на доверии и взаимопомощи;
- б) способствует урегулированию конфликтных ситуаций;
- в) приобщают педагога к общечеловеческой системе моральных ценностей
- г) способствует повышению эффективности педагогического труда

5. Какой тип студентов Д. Манн характеризует как враждебно настроенный к преподавателям?

- а) «герой»
- б) уступчивые
- в) молчащие
- г) «снайпер»

6. Какие студенты легко становятся друзьями педагога, до некоторой степени отождествляя себя с ним, предпочитают семинары лекциям

- а) независимые
- б) уступчивые
- в) молчащие
- г) «снайпер»

7. К интеллектуальным чертам характера студента относятся

- а) целеустремленность, инициативность, выдержка, решительность, мужество
- б) уверенность, жизнерадостность, бодрость
- в) наблюдательность, рассудительность, гибкость ума
- г) чувство долга, честность, правдивость

8. К нравственным чертам характера студента относятся

- а) целеустремленность, инициативность, выдержка, решительность, мужество
- б) уверенность, жизнерадостность, бодрость
- в) наблюдательность, рассудительность, гибкость ума
- г) чувство долга, честность, правдивость

9. Элементы этикета: внешняя форма поведения, употребляемые в речи выражения, тон, интонация, походка, жестикуляция, мимика характеризуют

- а) манеру человека
- б) воспитанность человека
- в) тактичность человека
- г) дипломатичность человека

10. В студенческом обществе не осуждаются (но и не поощряются)

- а) грубость, проявляемая в откровенной недоброжелательности к окружающим
- б) в пренебрежении к чужим интересам и запросам
- в) развязность в жестикуляции и поведении, неряшливость в одежде
- г) в бестактности, употреблении унижительных прозвищ.

ОТВЕТЫ К ТЕСТАМ

Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5			Тема 6	Тема 7
1. б	1. б	1. а	1. б	1. б	11. б	21. в	1. в	1. б
2. в	2. в	2. а	2. в	2. в	12. а	22. г	2. а	2. в
3. г	3. б	3. в	3. а	3. а	13. а	23. а	3. в	3. б
4. б	4. а	4. в	4. в	4. в	14. а	24. в	4. в	4. в
5. в	5. г	5. б	5. в	5. в	15. а	25. в	5. а	5. г
6. а	6. а	6. б	6. в	6. в	16. б	26. в	6. б	6. а
7. г	7. в	7. в	7. б	7. б	17. б	27. в	7. в	7. в
8. в	8. г	8. в	8. в	8. в	18. б	28. в	8. а	8. г
9. б	9. а	9. г	9. б	9. б	19. г	29. а	9. а	9. а
10. б	10. в	10. а	10. в	10. в	20. г	30. в	10. б	10. в

Темы для рефератов и докладов

1. Активизация учебно-познавательной деятельности студентов.
2. Вербальные средства общения.
3. Взаимосвязь и различие понятий «этики» и «этикета».
4. Виды профессиональной этики.
5. Деловая культура Англии.
6. Деловая культура арабских стран.
7. Деловая культура Германии.
8. Деловая культура Испании.
9. Деловая культура Китая.
10. Деловая культура Кореи.
11. Деловая культура Франции.
12. Деловая культура Японии.
13. Деловая мораль и рыночные отношения.
14. Деловые игры в учебном процессе.
15. Дидактика и педагогическое мастерство преподавателя высшей школы.
16. Кодексы профессиональной этики.
17. Локальные нормативные акты образовательной организации, регламентирующие организацию образовательного процесса, разработку программно-методического обеспечения, ведение и порядок доступа к учебной и иной документации, в том числе документации, содержащей персональные данные
18. Методики разработки планов семинарских, практических, лабораторных занятий в высшей школе.
19. Национальные особенности делового общения.
20. Невербальные средства общения.
21. Основные принципы профессиональной этики.
22. Основные принципы этики деловых отношений.
23. Основные элементы делового этикета.
24. Особенности межкультурной коммуникации.
25. Особенности организации образовательного процесса по программам бакалавриата и ДПП
26. Педагогика как область гуманитарного знания.
27. Понятие и происхождение профессиональной этики.
28. Правила поведения в общественных местах.
29. Профессионализм как нравственная черта личности.

30. Разработка учебного и методического обеспечения преподаваемых учебных курсов, дисциплин (модулей) и отдельных занятий программ бакалавриата и ДПП.
31. Реформы в России по обновлению содержания высшего образования.
32. Речевой этикет.
33. Североамериканская деловая культура: Канада.
34. Североамериканская деловая культура: Соединенные Штаты Америки.
35. Специфика ведения деловых бесед, встреч, переговоров.
36. Требования ФГОС и профессиональных стандартов по соответствующим направлениям подготовки и специальностям ВО
37. Условия эффективности переговоров.
38. Этапы делового общения.
39. Этика и культура межличностного общения педагога.
40. Этикет в профессиональной культуре педагога.
41. Этикет делового человека.
42. Этикет деловых приемов и презентаций.
43. Этикет коммуникаций.
44. Этикет приветствий и представлений.

Словарь основных понятий и терминов

А

Авторитарный стиль – руководитель уверенно держит бразды правления, подает множество предложений, сообщает новую информацию, формирует свое мнение категорично, не допуская возражений, не добивается общего согласия, не ищет поддержки, необходимой для его реализации.

Алогизм – смысловая речевая ошибка.

Аргументация – это способ убеждения кого-либо посредством логических доводов.

В

Вербальное общение – общение, осуществляемое с помощью слов.

Вербальные коммуникативные техники – приемы эффективной передачи информации с помощью речи в монологическом и диалогическом взаимодействии, в публичном выступлении, способы понимающего и активизирующего слушания и др.

Внушение – целенаправленное неаргументированное воздействие одного человека на другого, при котором осуществляется процесс передачи информации, основанный на ее некритическом восприятии, это эмоционально-волевое воздействие.

Г

Гало-эффект – проявляется в тенденции распространять впечатление от отдельных качеств и черт поведения человека на оценку его личности в целом.

Грамматическая культура речи человека отражает его способность правильно строить фразы и речь в целом.

Д

Дебаты, прения – это публичный спор по каким-либо вопросам.

Деловая беседа – речевое общение между собеседниками, которые имеют необходимые полномочия от своих организаций и фирм для установления деловых отношений, разрешения деловых проблем или выработки конструктивного подхода к их решению.

Деловая риторика – правила обращения со словом в процессе делового общения.

Деловая этика – совокупность принципов поведения людей, занятых в сферах управленческой предпринимательской деятельности.

Деловое общение – это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, предполагающим достижение определенного результата, решение конкретной проблемы или реализацию определенной цели.

Деловой этикет – установленный порядок поведения сторон в деловом взаимодействии.

Деловые совещания – способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов. Формы: съезды, конференции, симпозиумы, собрания, заседания, семинары.

Дипломатический стиль – это учет мнений всех участников совещания, а также то, что идеи руководителя согласуются с идеями других участников.

Диспут – это публичный спор на научную и общественную тему.

Дискуссия – это публичный спор, целью которого является выяснение и сопоставление различных точек зрения, поиск, выявление истинного мнения, нахождение правильного решения спорного вопроса.

Ж

Жесты неискренности характеризуются стремлением человека спрятать от визуального контроля окружающих кисти рук и прикрыть рот.

З

Закрытые вопросы – вопросы, на которые ожидается ответ да или нет.

Закрытые жесты – разнообразное перекрещивание рук и ног человека.

Заражение – бессознательная, невольная подверженность человека определенным психическим состояниям; проявляется через передачу определенного эмоционального состояния.

И

Идентификация – один из способов понимания другого человека путем уподобления себя ему на основе попытки поставить себя на его место.

Имидж – внешнее отражение человеческого образа, наглядно-выразительный «срез» его личностных характеристик. Создание имиджа связано с созданием привлекательного образа.

Интерактивная сторона общения – организация взаимодействия между индивидами, т.е. в обмене не только знания и идеями, но и действиями.

Интерактивная сторона общения – отражает процесс систематической смены коммуникативных ролей и взаимного воздействия партнеров по общению.

Интересы – это мотивы, побуждающие конфликтующие стороны занять те или иные позиции.

К

Карьеры общения – психофизиологические и личностные особенности партнеров по общению, актуальные проявления психологической защиты, психические состояния, установки и мотивы, паттерны взаи-

модействия, социальный и эргономический контекст общения, отрицательно влияющие на его эффективность.

Каузальная атрибуция – формирующаяся в процессе жизни привычка приписывать ответственность за успешные и неуспешные события себе или другим людям, в зависимости от характера участия в них.

Кинесика – особенности, которые отражают эмоциональные реакции человека, т.е. позы, жесты, мимика.

Кинесические средства общения – зрительно воспринимаемые движения другого человека (мимика, пантомимика, позы), выполняющие выразительно-регулятивную функцию в общении.

Коммуникативная компетентность – сложное социально-психологическое образование, выражающееся в способности человека адекватно оценивать себя, свое место среди других людей, правильно определять личностные особенности и эмоциональные состояния партнеров по общению, прогнозировать межличностные события, выбирать и осуществлять адекватные способы обращения с окружающими.

Коммуникативная сторона общения – сторона общения, заключающаяся в обмене информацией между людьми.

Коммуникация – процесс обмена информацией, значимой для участников общения.

Конфликт – наличие трудноразрешимых противоречий и конфликтной ситуации, включающей либо противоположные позиции сторон, либо противоположные цели или средства их достижения.

Косвенное деловое общение – вид речевого общения, при котором между партнерами существует пространственно-временная дистанция.

Культура поведения – поступки и формы общения людей, основанные на нравственности, эстетическом вкусе и соблюдении определенных норм и правил.

Культура речевого общения – умелое, свободное использование всех средств и выразительных возможностей языка. Она складывается из лексической, грамматической и фонетической культур.

Л

Лексическая культура отражает богатство словарного запаса человека, точность, выразительность и доступность употребляемых слов.

М

Манипуляция – это давление в скрытой, неявной, замаскированной форме.

Межличностный конфликт – столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций во взаимоотношениях индивидов, связанное с отрицательными эмоциональными переживаниями.

Метод позитивного манипулирования – состоит в управлении мыслями, установками, отношениями и действиями партнера за счет целенаправленного программирования (структурирования, расположения) сообщаемой ему информации, в интересах эффективного принятия взаимовыгодных деловых решений.

Модель поведения – целостный комплекс знаков (речевых, неречевых, поведенческих), направленный на создание некоторого образа; модель поведения может быть осознанно выбрана или сформироваться самопроизвольно.

Н

Навыки ролевого поведения – способность выявлять и оценивать ролевые ожидания окружающих, строить процесс взаимодействия с учетом этих ожиданий, собственных целей и самооценки.

Невербальное общение – средство передачи информации при помощи знаков (позы, жесты, мимика, интонации, взгляды, территориальное расположение и т.д.).

Невербальные средства общения – мимика, движения тела, интонационные характеристики голоса, тактильное воздействие, используемые для передачи познавательной или эмоционально – оценочной информации.

Невербальные техники общения – способы эффективного управления пространственно-временными параметрами взаимодействия, выражения экспрессии и информации через мимику, жесты и позы, «прочтения» экспрессивных проявлений партнера по общению, эмоционального заражения.

Нерефлексивное слушание – способ сосредоточенного внимательного слушания, почти без собственных речевых реакций, особенно таких, которые содержат оценку сказанного или наши соображения по поводу беседы.

Неконгруэнтность – рассогласования в работе полушарий коры головного мозга и в регулируемых ими функциях.

Нерефлексивное слушание – внимательное, понимающее молчание, дающее возможность партнеру по общению выговориться, поделиться чувствами и эмоциями, снять эмоциональное напряжение.

О

Общение – сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека.

Оппонент – это участник дискуссии, который выступает с возражением.

Опровержение – это разновидность доказательства, когда доказывается не истинность, а ложность суждения или неправильность самого доказательства.

Ошибка проекции – заключается в стремлении объяснить поведение другого человека путем приписывания ему своих собственных осознаваемых и неосознаваемых побуждений.

Ошибка контраста – проявляется в стремлении оценивать всех людей, их поступки и слова либо в белых, либо в черных тонах.

II

Паралингвистика или просодика – качество голоса, его диапазон, тональность: особенности произношения, тембр голоса, его высота и громкость.

Педагогика – это наука, изучающая сущность, закономерности, принципы, методы и формы организации педагогического процесса как фактора и средства развития человека на протяжении всей его жизни.

Пейсинг – любая форма «отражения» другого человека, т.е. создание обстановки, в которой все, что он видит, слышит или чувствует, представляется ему правильным, хорошим и «справедливым» с его собственной точки зрения.

Переговоры – основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон.

Переломные вопросы – вопросы, которые удерживают беседу в строго установленном направлении или же поднимают целый комплекс новых проблем.

Переписка – это общение в миниатюре.

Перцептивная сторона общения – процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания.

Перцептивные возможности – совокупность способностей человека правильно определять чувства, мысли, мотивы, намерения, возможные модели поведения других людей, оценивать их отношение ко всем элементам ситуации общения.

Подражание – воспроизведение черт и образов демонстрируемого поведения.

Позиции – это заявляемые конфликтующими сторонами требования или желания, которые они хотели бы удовлетворить при решении спорных вопросов.

Позиционные переговоры – стандартная переговорная стратегия, основанная на позиционном подходе сторон, при которой концентрация

внимания участников переговоров переносится на позиции сторон (слабый – сильный), а не на решаемые вопросы

Полемика – это публичный спор с целью защитить, отстоять свою точку зрения и опровергнуть мнение оппонента.

Предмет спора – это те положения и суждения, которые подлежат обсуждению путем обмена различными точками зрения, сопоставления разных мнений.

Презентация – это общественное представление чего-либо нового, недавно появившегося, созданного, например, книги, журнала, кинофильма, телепрограммы, организации.

Принципиальные переговоры – стандартная переговорная стратегия, которая предполагает, что стороны стремятся найти взаимную выгоду при жестком подходе к рассмотрению существа дела, но мягком подходе к отношениям между участниками переговоров.

Принципы и нормы нравственного поведения руководителя – этические принципы работы руководителя, определяющие его стиль руководства и общения с коллективом и направленные на повышение эффективности работы каждого сотрудника и коллектива в целом.

Проксемика – организация общения, учитывающая взаимную ориентацию и пространственные потребности его участников.

Проксемические средства – пространственно-временные элементы ситуации общения, содержащие важную для участников общения информацию.

Пропонент – это участник дискуссии, который выдвинул и отстаивает тезис.

Просодические (паралингвистические) средства общения – ритмико-интонационные стороны речи (высота, громкость голосового тона, тембр голоса, сила удара).

Профессиональная этика – этические принципы и нормы поведения людей в рамках конкретного вида трудовой деятельности.

Прямое деловое общение – непосредственный речевой контакт с партнерами.

Психическое заражение – распространение на психофизиологическом уровне своего эмоционального состояния на партнера.

Публичное выступление – передача одним выступающим информации разного уровня в ходе общения с широкой аудиторией.

Р

Раппорт – наилучший тип отношений, в которых могут находиться люди. Понятие «раппорт» является очень важным для производства хорошего впечатления, поскольку одна из важных задач его – создать с собеседником, партнером или клиентом отношения раппорта.

Рефлексивное слушание – активное участие в монологе партнера посредством использования приемов выяснения, перефразирования, резюмирования, отражения чувств, в целях уточнения его сообщений.

Рефлекторное закрепление – это процесс формирования условного рефлекса, путем совмещения хорошего настроения партнера с каким-либо якорем – нейтральным стимулом (цветы, картина, музыка).

Речевой этикет – установленный порядок речевого взаимодействия в процессе общения.

Риторические вопросы – вопросы, не предполагающие прямого ответа, их цель – вызвать новые вопросы и указать на нерешенные проблемы.

С

Служебный этикет – профессиональные требования к поведению и подготовленности человека, к соблюдению им канонов своей профессии.

Социальная перцепция – процесс построения целостного образа партнера по общению (социальной группы), формирующегося на основе оценки его внешнего вида и поведения

Социально-психологическая идентификация – мысленное вхождение в поле сознания и жизненную ситуацию другого человека, оценка его глазами событий и фактов, целей и процесса общения.

Социально-психологическая рефлексия – осознание человеком того, как он в действительности воспринимается и оценивается окружающими людьми, выяснение того, как другие люди знают и понимают его личностные особенности.

Спор – это всякое столкновение мнений, разногласие в точках зрения по какому-либо вопросу, предмету, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою правоту.

Стратегии поведения в конфликте – схемы интеллектуальной оценки, эмоционального реагирования, целеполагания и практических действий в конфликтной ситуации.

Стратегические модели – рекомендации о том, как себя вести для того, чтобы достичь той или иной цели.

Строуксы – это знаки внимания.

Т

Такесические средства общения – динамические прикосновения к партнеру по общению в форме рукопожатия, похлопывания, обнимания, поцелуя и т.п.

Тактика общения – варианты поведения в конкретной ситуации, включающие умения оперативно пользоваться механизмами психологического взаимодействия.

Техника выявления неискренности партнера – совокупность приемов, позволяющих обнаружить рассогласование вербального и невербального поведения (неконгруэнтность) партнера по общению, использование им жестов лжи, стратегий конструирования информации, переживание эмоционального дискомфорта, допущение логических ошибок в вербальных сообщениях.

Техника построения межличностного пространства – способ выбора расстояния до партнера, угла и дистанции взаимодействия с ним, элементного оформления пространства контакта, обеспечивающих достижение целей делового общения.

Техники эффективного общения – совокупность приемов восприятия, интерпретации и влияния на элементы ситуации общения, обеспечивающих достижение конкретных целей взаимодействия (построение точного образа партнера, установление контакта, понимание другого, передача информации и эмоций, воздействие и изменение поведения участников взаимодействия и др.).

Технология делового общения – совокупность психологических средств, приемов и алгоритмов их применения, позволяющих достигать целей делового взаимодействия с заданной эффективностью, без нарушения этических правил социального взаимодействия.

У

Убеждение – метод воздействия на сознание партнера по общению через обращение к его собственному критическому суждению.

Управленческая этика – цепь постоянно принимаемых, нравственно обоснованных решений.

Ф

Фонетическая культура заключается в правильности произношения слов, в четкости дикции, позволяющих доводить до партнера значение мысли.

Э

Экстралингвистика – темп речи, пауза между словами, фразами, смех, плач, вздохи, речевые ошибки, особенности организации контакта.

Экстралингвистические средства общения – включенные в речь паузы и психофизиологические проявления человека (смех, плач, кашель, вздохи, хмыканье и др.).

Эмпатия – способность к постижению эмоционального состояния другого человека в форме сопереживания.

Эмпатическое слушание – это наиболее интимный вид слушания, используемый, прежде всего, при необходимости глубокого проникновения в проблему и установления более личных отношений с партнером, дает собеседнику ощущение вашего сопереживания.

Этика в широком смысле слова – учение о морали как одной из форм общественного сознания; кодекс, свод правил общения людей, выработанные многими поколениями.

Этика делового общения – совокупность нравственных норм и представлений, регулирующих поведение людей, взаимодействующих в интересах достижения определенного производственного, коммерческого или организационного эффекта.

Этические принципы и нормы поведения деловых людей – общепринятые в деловом мире принципы поведения: свобода, терпимость, тактичность и деликатность, справедливость, деловая обязательность и др.

Эффект аргументации – логика выступления, его обоснованность и убедительность. Виды аргументации: теоретическая (научные положения, концепции и гипотетические суждения), эмпирическая (конкретный эмпирический факт, цифровые показатели и статистические данные).

Эффект визуального имиджа – впечатление о внешнем виде выступающего, на основе которого происходитприятие или неприятие его аудиторией.

Эффекты каузальной атрибуции (приписывания причинности) – проявляются в тенденции оценивать свои и чужие достижения и неудачи с использованием различных критериев.

Эффект квантового выброса информации – прием, направленный на поддержание внимания аудитории; основан на заранее продуманном распределении по всему речевому полю новых мыслей и аргументов, а также периодической интерпретации сказанного ранее.

Эффект новизны – последняя информация о хорошо знакомом человеке существенно влияет на общее впечатление о нем.

Эффект ореола – отражает свойство людей в условиях дефицита информации о человеке распространять общее впечатление о нем на восприятие его конкретных поступков и личностных качеств.

Эффект паузы – прием, который дает возможность сообразить, к какой мысли следует перейти дальше, поэтому короткая пауза перед кульминационным моментом речи и после – один из способов для его выделения, а также оттеняет наиболее существенные слова.

Эффект первых фраз – первоначальное впечатление у слушателей от стоящего перед ними выступающего, сложившееся на основе информации, полученной в начале речи.

Литература

1. Барбашова, С.А. Некоторые вопросы демографии в экономической теории / С.А. Барбашова, Н.Н. Сологуб // Федерация. 2009. № 12. – Москва. – С.41-42.
2. Деловое общение. Деловой этикет: учебное пособие / И.Н. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 432 с.
3. Дорофеева, Т.Г. Конфликты в деловом общении и пути их решения / Т.Г. Дорофеева // Образование, наука, практика: инновационный аспект: сборник статей Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию со дня рождения профессора А.Ф. Блинохвотова. – Пенза: РИО ПГАУ, 2018. – С.199-203.
4. Дорофеева, Т.Г. Культурология: учебное пособие для бакалавров / Т.Г. Дорофеева, Н.П. Пугачева. – Пенза: РИО ПГСХА, 2017. – 248 с.
5. Дорофеева, Т.Г. Речевой этикет в деловом общении / Т.Г. Дорофеева // Роль вузовской науки в решении проблем АПК: всероссийская (национальная) научно-практическая конференция, посвященная 90-летию со дня рождения профессора Г.Б. Гальдина. – Пенза: РИО ПГАУ, 2018. – С.114-117.
6. Дорофеева, Т.Г. Русский язык в современном мире / Т.Г. Дорофеева // Образование, наука, практика: инновационный аспект: сборник статей Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию со дня рождения профессора А.Ф. Блинохвотова. – Пенза: РИО ПГАУ, 2018. – С. 203-205.
7. Дорофеева, Т.Г. Семья и труд в жизни человека: философско-теологические аспекты: монография / Т.Г. Дорофеева. – Пенза: РИО ПГАУ, 2018. – 184 с.
8. Дорофеева, Т.Г. Философия: учебно-методическое пособие для бакалавров / Т.Г. Дорофеева, И.Н. Мавлюдов. – Пенза: РИО ПГСХА, 2012. – 220 с.
9. Дорофеева, Т.Г. Этика профессиональных отношений: учебно-методическое пособие для бакалавров / Т.Г. Дорофеева. – Пенза: РИО ПГСХА, 2014. – 132 с.
10. Дорофеева, Т.Г. Этика семейных отношений в мировых религиях: монография / Т.Г. Дорофеева. – Пенза: РИО ПГСХА, 2014. – 180 с.

11. Козлова, Н.П. История и философия науки и техники: в помощь аспирантам и соискателям / Н.П. Козлова, О.С. Пугачев. – Пенза: РИО ПГСХА, 2006. – 332 с.
12. Козлова, Н.П. Судьба российской деревни: естественный процесс или трагедия / Н.П. Козлова, О.С. Пугачев // Нива Поволжья. – Пенза: РИО ПГСХА, 2007. №1 (2). – С. 53-55.
13. Козлова, Н.П. Этика ответственности в условиях техногенной цивилизации: монография / Н.П. Козлова. Пенза: РИО ПГСХА, 2006. – 232 с.
14. Психология и педагогика: Учебник / А.И. Кравченко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 352 с.
15. Пугачева, Н.П. Основы философии: учебное пособие / Н.П. Пугачева, Т.Г. Дорофеева. – Пенза: РИО ПГАУ. – 232 с.
16. Сологуб, Н.Н. Ликвидация неграмотности в Среднем Поволжье в 1917-1930-х годах: диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук / Н.Н. Сологуб. – Пенза, 2004. – 275 с.
17. Сологуб, И.И. Социальная политика государства в условиях экономического кризиса / И.И. Сологуб, Н.Н. Сологуб // Инновационные идеи молодых исследователей для агропромышленного комплекса России: сборник материалов Международной научно-практической конференции молодых ученых. – Пенза: РИО ПГАУ, 2016. – С. 189-192.
18. Сологуб, Н.Н. Меры борьбы советской власти с элементарной неграмотностью населения в 1917-1920 гг. / Н.Н. Сологуб // Образование, наука, практика: инновационный аспект: материалы международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора А.Ф. Блинохвотова. – Пенза: РИО ПГАУ, 2008. – С. 270-272.
19. Сологуб, Н.Н. О некоторых угрозах социальной безопасности / Н.Н. Сологуб // вклад молодых ученых в инновационное развитие АПК России: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 60-летию ФГБОУ ВПО «Пензенская ГСХА». – Пенза, 2011. – С.148-150.

Татьяна Геннадьевна Дорофеева

**Этика профессионального делового общения
и основы педагогики**

Учебно-методическое пособие

Компьютерная верстка Т.Г. Дорофеевой

Подписано в печать 25.11.19 Формат 60х84 1/16

Бумага SvetoCopy Отпечатано на ризографе

Усл. печ. л. Тираж 40 экз. Заказ №

РИО ПГАУ
4440014, г. Пенза, ул. Ботаническая 30