



Нравственные нормы делового общения.

Деловое общение — необходимая часть человеческой жизни, важнейший вид отношений с другими людьми. Вечным и одним из главных регуляторов этих отношений выступают *этические нормы*, в которых выражены наши представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, правильности или неправильности поступков людей. И общаясь в деловом сотрудничестве со своим подчиненными, начальником или коллегами, каждый так или иначе, сознательно или стихийно опирается на эти представления. Но в зависимости от того, как человек понимает моральные нормы, какое содержание в них вкладывает, в какой степени он их вообще учитывает в общении, он может как облегчить себе деловое общение, сделать его более эффективным, помочь в решении поставленных задач и достижении целей, так и затруднить это общение или даже сделать его невозможным.,- Хочется надеяться, что настоящий раздел в определенной степени поможет читателю не только *осознать* те, часто скрытые от первого взгляда, проблемы, которые возникают в процессе делового общения и служат ему препятствием, но и *успешно справиться* с ними.

Этика (от греч. *ethos* — обычай, нрав) — учение о морали, нравственности. Термин «этика» впервые употребил Аристотель для обозначения практической философии, которая должна дать ответ на вопрос, что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки.

Мораль (от лат. *moralis* — нравственный) — это система этических ценностей, которые признаются человеком. Мораль — важнейший способ нормативной регуляции общественных отношений, общения и поведения людей в самых различных сферах общественной жизни — семье, быту, политике, науке, труде и т. д.

Важнейшими категориями этики являются: «добро», «зло», «справедливость», «благо», «ответственность», «долг», «совесть» и т.д.

Противоречивая сущность мотивации общения

Нормы морали получают свое идейное выражение в общих представлениях, заповедях, принципах о том, как *должно* себя вести. Мораль всегда предполагает

наличие определенного нравственного *идеала*, образца для подражания, содержание и смысл которого меняются в историческом времени и социальном пространстве, т. е. в различные исторические эпохи и у разных народов. Однако в морали должное далеко не всегда совпадает с *сущим*, с реально существующей нравственной реальностью, фактическими нормами поведения людей. Более того, на всем протяжении развития морального сознания внутренним стержнем и структурой его изменения является «противоречиво-напряженное соотношение понятий сущего и должного».

В этом противоречии между должным и сущим заключена и *противоречивая сущность мотивации общения* (в том числе и делового общения и поведения человека). С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, должным образом, а с другой — ему необходимо удовлетворить свои потребности, реализация которых очень часто связана с нарушением нравственных норм. Этот внутренний конфликт между возвышенным идеалом и практическим расчетом, нравственным долгом и непосредственным желанием существует всегда и во всех сферах жизни. Но особенно напряженно он проявляется в *этике делового общения*, потому что именно в этом виде общения основной предмет, по поводу которого оно образуется, является внешним для индивидов.

Общение — процесс взаимодействия общественных субъектов: социальных групп, общностей или личностей, в котором происходит обмен информацией, опытом, способностями и результатами деятельности. Общение выступает как способ бытия общества и человека. Именно в процессе общения происходят социализация личности и ее самореализация. По мнению Аристотеля, способность вступать в общение отличает человека от «недоразвитых в нравственном смысле существ» и от «сверхчеловека». Поэтому «тот, кто не способен вступать в общение или, считая себя существом самодовлеющим, не чувствует потребности ни в чем, уже не составляет элемента государства, становясь либо животным, либо божеством».

Специфика *делового общения* обусловлена тем, что оно возникает на основе и по поводу определенного вида деятельности, связанной с производством какого-либо продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, которые определяют необходимые нормы и стандарты (в том числе и этические) поведения людей. Как и всякий вид общения, деловое общение имеет исторический характер, оно проявляется на разных уровнях социальной системы и в различных формах. Его отличительная черта — оно не имеет самодовлеющего значения, не является самоцелью, а служит средством для достижения каких-либо других целей. В условиях рыночных

отношений — это прежде всего получение максимальной прибыли.

С учетом всего сказанного этику делового общения можно определить как *совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их производственной деятельности*. Она представляет собой частный случай этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики.

Каждый из участников делового общения руководствуется определенными нравственными нормами: честностью и порядочностью, справедливостью, уважением, ответственностью и другими.

Честность вынуждает людей воздерживаться от обмана и лживых поступков. Но надо иметь в виду, что иногда приходится лгать даже тем людям, которые принимают честность в качестве непреложной нормы делового поведения. Чаще всего люди прибегают ко лжи, когда попадают в ловушку моральной дилеммы и вынуждены делать выбор между неудовлетворяющими альтернативами

Основное правило морали состоит в том, что «нужно говорить правду всегда, когда это возможно. Фундаментальное требование этого правила означает, что не следует намеренно обманывать или пытаться обмануть других и самих себя. Лишь если мы сталкиваемся с настоящей моральной дилеммой и должны сделать выбор, оправданный обстоятельствами (например, не оповещать врага о планирующейся атаке с целью сохранения человеческих жизней), или выбрать из двух зол меньшее (защита конфиденциальности посредством лжи), только тогда возможна ложь».

Порядочность человека выражается в единстве его убеждений и действий. Порядочное поведение противоположно лицемерию и двуличию. Порядочный человек всегда выполняет данные кому-либо обещания. Например, сотрудник, пообещавший помощь коллеге при выполнении служебного задания, обязательно поможет ему, даже если это будет связано для него с серьезными трудностями.

Принцип **справедливости** в деловом общении предполагает объективность или отсутствие предвзятости в оценках других людей и их поступков. Проявление внимания или предупредительности к деловому партнеру и соблюдение его прав указывает на **уважение** к его личности. Уважение проявляется в том, слушаем ли мы и пытаемся ли понять точку зрения нашего делового партнера, даже в том случае, когда она существенно отличается от нашей.

Ответственность проявляется в том, в какой мере участники делового взаимодействия отвечают за свои слова и выполняют взятые на себя обязательства, насколько они соблюдают моральные нормы, а также обязанности друг перед другом.

В зависимости от самооценки, а также от восприятия и оценки партнера мы осознанно или неосознанно избираем различные подходы к построению деловых отношений. Отношения могут выстраиваться на: партнерстве (равном участии в деле); соперничестве (стремление во что бы то ни стало навязать или отстоять свою позицию); доминировании (стремлении подчинить себе партнера).

Доминирование в отношениях рассматривается как комплиментарное или симметричное.

Комплиментарные взаимоотношения реже приводят к открытому конфликту, а в симметричных взаимоотношениях чаще наблюдается равномерное разделение власти.

Достоинства и недостатки некоторых из указанных вариантов делового и межличностного общения можно охарактеризовать следующим образом.

Положительной стороной **партнерства** является то, что обе стороны, как правило, получают значительный выигрыш. Недостаток заключен в том, что может потребоваться очень много времени для его достижения, если партнер, например, ориентирован на соперничество.

Соперничество требует немного времени, приводит к победе, но только в том случае, когда вы располагаете очевидными преимуществами. Если же партнер не признает ваших преимуществ и так же, как и вы склонен к соперничеству, то дело может закончиться конфликтом или полным разрывом отношений.

Доминирование исключает затрату времени на дискуссии, столкновение мнений. Однако оно парализует волю подчиняемого партнера, тем самым обедняет общий интеллектуальный ресурс.

Общение как взаимодействие предполагает, что люди устанавливают контакт друг с другом, обмениваются определенной информацией для того, чтобы строить совместную деятельность, сотрудничество. Этапы общения:

- установка контакта (знакомство, понимание другого человека);

- ориентировка в ситуации общения, осмысление происходящего, выдержка паузы;
- обсуждение интересующей проблемы;
- решение проблемы;
- завершение контакта (выход из него).

Служебные контакты строятся на партнерских началах, исходят из взаимных запросов и потребностей, из интересов дела. Такое сотрудничество повышает трудовую и творческую активность, является важным фактором технологического процесса производства, бизнеса.

Виды делового общения по способу обмена информацией — *устное и письменное*. Устные виды, в свою очередь, подразделяются на монологические и диалогические.

К *монологическим* видам речи относят приветственную речь; торговую (реклама); информационную; доклад (на заседании, собрании).

Диалогические виды речи:

- деловой разговор (кратковременный контакт, преимущественно на одну тему);
- деловая беседа (обмен сведениями, сопровождающийся принятием решений);
- переговоры (обсуждение с целью заключения соглашения по какому-либо вопросу);
- интервью (разговор с журналистом, предназначенный для печати, радио, телевидения);
- дискуссия; совещание (собрание);

пресс-конференция; контактный деловой разговор (непосредственный, «живой» диалог); телефонный разговор.

К общим принципам, регулирующим протекание процессов делового общения, относят его межличностность, целенаправленность, непрерывность и многомерность.

Письменные виды делового общения — это служебные документы: деловое письмо, протокол, отчет, справка, докладная и. объяснительная записка, акт, заявление,

договор, устав, положение, инструкция, решение, распоряжение, указание, приказ, доверенность и др.

По содержанию общение может быть разделено на:

- *материальное* — обмен предметами и продуктами деятельности; *когнитивное* — обмен знаниями;
- *мотиваци-онное* — обмен побуждениями, целями, интересами, мотивами, потребностями;
- *деятельностное* — обмен действиями, операциями, умениями, навыками.

По средствам общения:

- *непосредственное*, которое осуществляется с помощью рук, головы, туловища, голосовых связок и т.д.;
- *опосредованное*— связанное с использованием специальных средств и орудий (письма, телефакс и др.);
- *прямое* — предполагает личные контакты и непосредственное восприятие друг другом общающихся людей в самом акте общения (телефонный разговор, прямой эфир и др.);
- *косвенное* — осуществляется через посредников (другие люди).

Структура общения

К структуре общения можно подойти по-разному, как и к определению его функций. В отечественной психологии структура общения характеризуется путем выделения в нем трех взаимосвязанных сторон.

Стороны общения: коммуникативная, интерактивная и перцептивная.

Коммуникативная сторона общения, или коммуникация в узком смысле слова, состоит в обмене информацией между общающимися индивидами.

Интерактивная сторона заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами, то есть в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями.

Перцептивная сторона общения означает процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимодействия.

Функции общения: 1) информационно-коммуникативная,

2) регуляционно-коммуникативная, 3) эффективно коммуникативная

К общим принципам, регулирующим протекание процессов делового общения, относят его межличностность, целенаправленность, непрерывность и многомерность.

Межличностность. Межличностное общение характеризуется открытостью и многоплановостью взаимодействия людей, основанного на их личном интересе друг к другу. Несмотря на преимущественно деловую направленность, деловое общение неминуемо имеет характер межличностного контакта, содержит некий межличностный радикал. Осуществление делового общения в любом случае обусловлено не только конкретным делом или обсуждаемым деловым вопросом, но и личностными качествами партнеров, их отношением друг к другу. Поэтому деловое общение неотделимо от межличностного контакта.

Целенаправленность. Понятно, что любой акт делового общения целенаправлен. При этом направленность делового общения многоцелевая. В процессе общения наряду с осознаваемой целью информационную нагрузку несет и неосознаваемая (подспудная) цель. Так, докладчик, сообщая аудитории статистические данные, хочет обрисовать объективную ситуацию в проблемной области. Вместе с этим, может быть на неосознаваемом уровне у него есть стремление продемонстрировать присутствующим свой интеллект, эрудицию и красноречие. В этом же эпизоде можно обнаружить и другие цели.

Непрерывность. Попав в поле зрения делового партнера, мы инициируем непрерывный деловой и межличностный контакт с ним. Поскольку общение включает как вербальные, так и невербальные элементы, мы постоянно посылаем поведенческие сообщения, которым собеседник придает определенный смысл и делает соответствующие выводы. Даже молчание партнера или его физическое отсутствие в данный момент включены в акт общения, если они значимы для другого человека. Это происходит потому что любое наше поведение информирует о чем-либо. Оно представляет собой реакцию на ситуацию и на окружающих людей. Опытные участники коммуникации обязаны знать о постоянно передаваемых явных и неявных сообщениях.

Многомерность. В любой ситуации делового взаимодействия люди не только обмениваются информацией, но так или иначе регулируют свои взаимоотношения. Например, когда, собираясь в поездку, Леонид говорит Денису: «Нам надо взять с собой карту», он не только передает информацию. Важно, как Леонид говорит — в

зависимости от тона его сообщение может подразумевать: «я главнее тебя — если бы не я, мы бы забыли важную вещь для нашей поездки».

В ходе делового общения могут реализовываться, по крайней мере, два аспекта взаимоотношений. Один аспект — это поддержание делового контакта, передача деловой информации. Другой — трансляция эмоционального отношения партнеру (позитивного или негативного), присутствующего в любом взаимодействии.

Например, некто говорит кому-то: «Я рад видеть тебя». Мимика, сопровождающая эти слова, покажет, действительно ли говорящий искренне рад видеть собеседника. Если он улыбается, говорит искренне, смотрит в глаза и похлопывает собеседника по спине или уверенно пожимает ему руку, последний расценивает это как знаки расположения. А если слова приветствия произносятся быстро, без проникновенной интонации, с бесстрастным выражением лица, тот, к кому они обращены, воспримет их лишь как ритуальные знаки этикета.

На процесс делового общения существенное влияние оказывают физический, социально-ролевой и эмоционально-нравственный **контексты**, в которых оно происходит.

Физический контекст делового общения составляют место, время, экологические условия окружающей среды (температура, освещение, уровень шума), физическое расстояние между участниками и т.п. Каждый из этих факторов может положительно или отрицательно повлиять на общение. Например, когда руководитель сидит за столом в кабинете и говорит со своими подчиненными — это один контекст, когда он разговаривает с теми же людьми за круглым столом в конференц-зале — уже другой контекст.

Социально-ролевой контекст определяется целью общения и тем, в какой ситуации оно происходит — в офисе, на церемонии официального приема, на деловой встрече, в учебной аудитории, полицейском участке, в ресторане, среди членов трудового коллектива или же при посещении конкурирующей организации. На протекание делового общения также воздействуют межличностные отношения и социальные позиции его участников.

Все это влияет на содержание общения и на то, как формируются, передаются и понимаются различные сообщения. Так, секретарь руководителя фирмы по-разному разговаривает со своим шефом и с клиентами. Молодой сотрудник, недавно принятый в компанию, будет вести себя неодинаково при беседе со своим ровесником и с гораздо более опытным и титулованным специалистом.

Эмоционально-нравственный контекст создает настроения и чувства, которые каждый из собеседников привносит в общение. Имеют значение и связи, сформировавшиеся между участниками в предыдущих коммуникационных эпизодах и влияющие на понимание происходящего в текущей ситуации.

Эмоционально-нравственный аспект представляет собой основное психологическое содержание делового общения, его внутреннюю сторону. Дать психологическую оценку деловому общению — это сказать, как выглядит отношение между деловыми партнерами в «человеческом» измерении (уважение-неуважение, высокомерие-подобострастие и т.п.).

С психологической точки зрения важно, какие эмоции и чувства, сопровождают процесс общения: радость, подъем, воодушевление или страх, гнев, тревога, неуверенность. На какой морально-этической основе выстраивается позиция, занятая в общении партнером, а также какие нравственные качества он проявляет в деловых отношениях: честность, порядочность, обязательность или им противоположные.

Схема переговоров: начало беседы, обмен информацией, аргументация и контраргументация, выработка и принятие решений, завершение.

Первым этапом переговорного процесса может быть ознакомительная встреча (беседа), в процессе которой уточняется предмет переговоров, решаются организационные вопросы, или встреча экспертов, предваряющая переговоры с участием руководителей и членов делегаций. Успех переговоров в целом во многом зависит от результатов таких предварительных контактов.

Наладить отношения между партнерами помогают:

1. *Рациональность.* Вести себя сдержанно, так как неконтролируемые эмоции отрицательно сказываются на переговорном процессе и принятии разумных решений.
2. *Понимание.* Невнимание к точке зрения партнера затрудняет выработку взаимоприемлемых решений.
3. *Общение.* Если партнеры не проявляют заинтересованности, все же постарайтесь провести с ними консультации, что позволит сохранить и улучшить отношения.

4. *Достоверность*. Ложная информация ослабляет силу аргументации и неблагоприятно влияет на репутацию.

5. *Избегайте менторского тона*, не поучайте партнера. Основной метод — убеждение.

6. *Принятие*. Постарайтесь понять другую сторону, будьте открыты к новой информации от партнера.

Основные принципы делового этикета.

1. *Пунктуальность* (делайте все вовремя). Только поведение человека, делающего все вовремя, является нормативным. Опоздания мешают работе и являются признаком того, что на человека нельзя положиться. Этот принцип распространяется на все служебные задания. Специалисты, изучающие организацию и распределение рабочего времени, рекомендуют прибавлять лишних 25% к тому сроку, который, на ваш взгляд, требуется для выполнения порученной работы.

2. **Конфиденциальность** (не болтайте лишнего). Секреты учреждения или конкретной сделки необходимо хранить бережно, как тайны личного характера. Нельзя пересказывать услышанное от сослуживца или руководителя об их деятельности или личной жизни.

3. **Доброжелательность и приветливость**, но это не означает, что дружить с каждым, с кем приходится общаться по долгу службы.

4. **Внимание к окружающим** (думайте о других, а не только о себе). Оно должно распространяться на сослуживцев, начальников и подчиненных. Уважайте мнение других, прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Покажите, что цените замечания и опыт других людей. Уверенность в себе не должна подменять скромность.

5. **Имидж — внешний облик**. Главное — вписаться в окружение по службе, а внутри этого окружения — в контингент работников вашего уровня. Необходимо одеваться со вкусом, выбирать цветовую гамму к лицу, большое значение имеют тщательно подобранные аксессуары.

6. **Грамотность** (говорите и пишите хорошим языком). Внутренние документы или письма, направляемые за пределы учреждения, должны быть изложены хорошим языком, а все имена собственные переданы без ошибок. Нельзя употреблять бранные слова, даже если вы приводите слова другого человека. Окружающими

они будут восприняты как часть вашего собственного лексикона.

1. **Деловое (официальное, служебное) общение** в зависимости от обстоятельств **может быть прямым и косвенным**. В первом случае оно проходит при непосредственном контакте субъектов общения, а во втором — с помощью переписки или технических средств. Как в прямом, так и косвенном общении используются различные методы влияния (воздействия) на людей. Среди наиболее употребительных методов И. Браим выделяет следующие: убеждение, внушение, принуждение. Рассмотрим их.
2. **Убеждение** — воздействие посредством доказательств, логического упорядочения фактов и выводов. Убеждение подразумевает уверенность в правоте своей позиции, в истинности своих знаний, этической оправданности своих поступков. Убеждение — ненасильственный, а следовательно, и нравственно предпочтительный метод влияния на партнеров по общению.
3. **Внушение**, как правило, не требует доказательств и логического анализа фактов и явлений для воздействия на людей. Основывается на вере человека, складывающейся под влиянием авторитета, общественного положения, обаяния, интеллектуального и волевого превосходства одного из субъектов общения. Большую роль играет сила примера, вызывающая сознательное копирование поведения, а также бессознательное подражание.
4. **Принуждение** — наиболее насильственный метод воздействия на людей. Он предполагает стремление заставить человека вести себя вопреки его желанию и убеждениям, используя угрозу наказания или иного воздействия, способного привести к нежелательным для индивида последствиям. Этически оправданным принуждение может быть лишь в исключительных случаях.

Итак, с помощью нравственных норм, основных принципов этикета и правильной речи мы создаем коммуникацию с людьми для поддержания связи с обществом. Таким образом, навыками общения которыми мы владеем способствуют создать определенный вид общения в разных сферах деятельности. В настоящее время расширились контакты между людьми, особенно в сфере международных отношений. В мире существенно усилилась роль общения в процессе создания и оказания различных услуг, происходит заметное ослабление роли непосредственного общения в связи с развитием электронных коммуникационных систем и виртуальной организации, а так же труда на характер общения оказывает существенное влияние социально-экономическое и политическое расслоение современного общества.

Список использованной литературы:

1. Кочорадзе О.Г., Шаманадзе Н.Б. Психология делового общения // Научный журнал Власть и общество (История, Теория, Практика).

2. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов/ П86 Под ред. проф. В.Н.Лавриненко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.