

image not found or type unknown



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).

Партнерство означает отношение к другому человеку как равному себе самому. При партнерстве собеседник воспринимается как равноценный субъект, имеющий право быть таким, какой он есть, с которым надо считаться. Основные способы воздействия друг на друга строятся на гласном или негласном договоре, который служит и средством объединения, и средством взаимного контроля.

При соперничестве другая сторона представляется опасной и непредсказуемой. В отношениях с ней берет верх стремление переиграть ее, добиться одностороннего преимущества. Интересы другой стороны учитываются в той мере, в какой это определяется логикой конкурентной борьбы.

Подход, ориентированный на доминирование, определяет отношение к партнеру как к средству достижения своих целей, игнорирование его интересов и намерений. У того, кто склонен к доминированию, превалирует стремление распоряжаться, получить одностороннее преимущество.

Доминирование в отношениях рассматривается как комплиментарное или симметричное.

В комплиментарных взаимоотношениях один партнер позволяет другому определять, кто будет иметь большее влияние. Так, один участник общения играет лидирующую роль, а другой добровольно берет на себя роль ведомого. Например, отношения между работодателем и служащими комплиментарны и хозяин занимает контролирующую позицию. Обычно комплиментарны и взаимоотношения в ситуации публичной лекции, поскольку аудитория собирается, чтобы послушать лектора и признает преподносимую им информацию как заслуживающую доверия.

В симметричных взаимоотношениях люди специально заранее «не договариваются» о том, кто будет контролировать ситуацию. Допустим, один человек претендует на то, чтобы контролировать ситуацию, но другими это воспринимается как вызов и побуждает их заявить собственное право на лидерство. Или, наоборот, некто отказывается от власти, но другие не желают принимать это. Например, муж говорит жене: «Я считаю, что мы на пару месяцев должны сократить наши расходы». Жена может возразить на это: «Ни в коем

случае! Мне нужен новый костюм, нужно купить новые покрышки для машины. Кроме того, ты обещал мне, что мы поменяем диван». В этом случае оба супруга претендуют на то, чтобы контролировать ситуацию.

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.

- **ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**- это совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения людей в процессе их профессиональной деятельности.
- Может проявляться в отношениях:
 - - между образовательным учреждением и социальной средой в целом (контакты с другими предприятиями и учреждениями),
 - - между самими образовательными учреждениями,
 - - внутри данного образовательного учреждения.

Контексты делового общения.

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.

Нравственные нормы делового общения.

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.

Деловое общение должно основываться на определенных нравственных принципах, среди которых главными являются следующие:

1. В основе делового контакта лежат интересы дела, но ни в коем случае не личные интересы и не собственные амбиции. Несмотря на его кажущуюся банальность, именно этот принцип нарушается чаще всего, ибо далеко не каждый и далеко не всегда находит в себе способность поступиться личными интересами, когда они входят в противоречие с интересами дела, особенно, когда это можно сделать безнаказанно и единственным судьей содеянного будет собственная совесть. Примером подобного поведения для сотрудника правоохранительных органов является оказание контактеру юридической помощи, разъяснение ему его прав и возможностей, в результате чего он, быть может, окажется способным решить проблему не в вашу пользу (ведь достаточно было просто промолчать).

Противоположным, безнравственным поведением было бы своекорыстное использование своей компетентности (профессиональной, правовой, в том числе и приемов делового общения) для получения выгодного для вас решения.

2. Порядочность, то есть органичная неспособность к бесчестному поступку или поведению, основывающаяся на таких выработанных нравственных качествах, как:

– обостренная совесть (достаточно хорошо иллюстрируется вышеприведенным примером), сознание того, что даже бездействие или молчание могут быть бесчестными;

– постоянное стремление сохранить незапятнанной свою честь как высшую степень честности и благородства и утвердить собственное достоинство как признаваемое окружающими право на самоуважение;

– умение держать себя одинаково с любым человеком, независимо от его служебного или социального статуса (Ж.-Ж. Руссо утверждал: “Высшая добродетель – быть одинаковым с нищим и принцем”.);

– моральная устойчивость, проявляющаяся прежде всего в том, что ни при каких условиях человек не поступает своими принципами (Когда Мартина Лютера – основателя протестантизма убеждали отказаться от его деятельности, суля ему за это немалые выгоды, он отвечал: “Я на этом стою, ибо не могу иначе”.);

– обязательность, точность, ответственность, верность своему слову.

3. Доброжелательность, то есть органичная потребность делать людям добро (добро – главная категория этики). Конечно, всякая профессиональная деятельность имеет целью удовлетворение социальной потребности и в этом смысле направлена на “производство полезного”, которое по сути своей есть также и “доброе”. Однако “доброжелательность” расширяет сферу социальной жизнедеятельности человека, ибо без этого подхода он ограничивается лишь тем, что обязан выполнить в пределах предписанного службой (за что, собственно, он и получает зарплату). Принцип доброжелательности побуждает человека выполнять не только то, что он должен, но еще и сверх того, что он может на благо людей и за что он получает не зарплату, но лишь человеческую признательность и эмоциональную удовлетворенность.

4. Уважительность, то есть уважение достоинства контактера, реализующееся через такие воспитанные нравственные качества, как вежливость, деликатность,

тактичность, учтивость, заботливость. Как и всякий иной нравственный принцип он помимо своего морального содержания включает также и деловую целесообразность. Это хорошо иллюстрируется следующим примером. В русском флоте на ответственных совещаниях было принято предоставлять первое слово младшим. При этом исключалась возможность не выслушивать их мнение в тех случаях, когда оно не совпадало с мнением старших и они могли “постесняться” его высказать, или же поставить их в неловкое положение.

Список используемой литературы:

1. Кузин, Ф. А. Культура делового общения [Текст] : практическое пособие / Ф. А. Кузин. – М.: Ось-89, 2002. – 320 с.
2. Лавриненко, В. Н. Психология и этика делового общения [Текст] : учебник / В. Ю. Дорошенко, Л. И. Зотова, В. Н. Лавриненко и др.; под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: культура и спорт, юнити, 1997. – 279 с.
3. Мескон, М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ. – М.: дело, 1995.
4. Столяренко, л. Д. Психология делового общения и управления [текст] : учебник / л. Д. Столяренко. – ростов н/д : феникс, 2005. – 416 с.