

Этика и этикет делового общения (Реферат)

**студент группы : Xб- 201
Мырза5али Ақпейіл**

План.

1. Введение.
2. Противоречивая сущность мотивации общения:
3. Коммуникативная сторона общения.
4. Невербальные средства общения.
5. Перцептивная сторона общения.
6. Основные принципы делового этикета.
7. Влияние индивидуальных психологических качеств личности на общение.
8. Диалоговое общение.

Введение.

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 «противоречно-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.

Деловое общение — это сложный многоплановый процесс развития контактов между людьми в служебной сфере. Его участники выступают в официальных статусах и ориентированы на достижение цели, конкретных задач. Спецификой является регламент — подчинение установленным ограничениям, определенных национальными и культурными традициями, профессиональными этическими принципами.

Известны «писанные» и «неписанные» нормы поведения в той или иной ситуации официального контакта. Принятый порядок и форма обхождения на службе называется деловым этикетом. Его основная функция — формирование правил, способствующих взаимопониманию людей. Второй по значению является функция удобства, т. е. целесообразность и практичность. Современный отечественный служебный этикет имеет

интернациональные признаки, потому что его основы фактически были заложены в 1720 году «Генеральным регламентом» Петра I, в котором были заимствованы зарубежные идеи.

Деловой этикет включает в себя правила:

- *нормы*, действующие в сфере общения между равными по статусу членами коллектива (горизонтальные);
- *наставления*, определяющие характер контакта руководителя и подчиненного (вертикальные).

Общим требованием считается приветливое и предупредительное отношение ко всем коллегам по работе, партнерам, независимо от личных симпатий и антипатий, Регламентированность делового взаимодействия выражается также во внимании к речи. Обязательно соблюдение речевого этикета — разработанных обществом норм языкового поведения, типовых готовых «формул», позволяющих организовать этикетные ситуации приветствия, просьбы, благодарности и т. д. (например, «здравствуйте», «будьте добры», «разрешите принести извинения», «счастлив познакомиться с вами»). Эти устойчивые конструкции выбираются с учетом социальных, возрастных, психологических характеристик.

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.

В прямом контакте и непосредственной беседе наибольшее значение имеют устная и невербальная коммуникации. Беседа или передача сообщений по телефону являются самыми распространенными формами коммуникаций, их отличает непосредственный контакт и большое разнообразие способов общения, что позволяет без труда сочетать деловую (формальную) и личную (неформальную) части всякого сообщения.

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) аффективно коммуникативная.

Задача заключается в том, чтобы тщательно проанализировать, в том числе на экспериментальном уровне, содержание каждой из этих сторон или функций. Конечно, в реальной действительности каждая из этих сторон не существует изолированно от двух других, и выделение их возможно лишь для анализа, в частности для построения системы экспериментальных исследований. Все обозначенные здесь стороны общения выявляются в малых группах, т. е. в условиях непосредственного контакта между людьми. Отдельно рассматриваются вопросы о средствах и механизмах взаимодействия людей. В социальной психологии к механизмам воздействия традиционно относятся:

1) процессы психического заражения,
2) внушения (или суггестии),
3) подражания, Хотя каждый из этих механизмов возможен и в случае непосредственного контакта, но гораздо большее, самостоятельное значение они получают именно в ситуациях массового общения.

В этой схеме не рассматриваются ни механизм, ни формы, ни функции общения в том широком смысле слова, о котором шла речь выше. В принципе, следует, например, говорить о двух рядах функций общения: социальных и собственно социально-психологических. Однако практическая социальная психология анализирует преимущественно вторые, проблемы же, связанные с пониманием общения в более широком плане, здесь просто не ставятся. Это объясняется тем обстоятельством, что в сложившейся традиции проблемы эти исследуются в русле других дисциплин, в частности в социологии. Считать это большим достоинством психологии не приходится. Однако на данном этапе ее развития практически к такого рода проблемам она не приступала. Рассмотрим характеристики каждой из выделенных сторон общения.

Коммуникативная сторона общения.

Когда говорят о коммуникации в узком смысле слова, то прежде всего имеют в виду тот факт, что в ходе совместной деятельности люди обмениваются между собой различными представлениями, идеями, интересами, настроениями, чувствами, установками и пр. Все это можно рассматривать как информацию, и тогда сам процесс коммуникации может быть понят как процесс обмена информацией. Отсюда можно сделать следующий

заманчивый шаг и интерпретировать весь процесс человеческой коммуникации в терминах теории информации. Однако такой подход нельзя рассматривать как методологически корректный, ибо в нем опускаются некоторые важнейшие характеристики именно человеческой коммуникации, которая не сводится только к процессу передачи информации. Не говоря уже о том, что при таком подходе фиксируется в основном лишь одно направление потока информации, а именно: от коммуникатора к реципиенту (введение понятия «обратной связи» не изменяет сути дела), здесь возникает и еще одно существенное упущение. При всяком рассмотрении человеческой коммуникации с точки зрения теории информации фиксируется лишь формальная сторона дела: как информация передается, в то время как в условиях человеческого общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается.

Специфические особенности обмена информацией при коммуникации между двумя людьми.

Во-первых, общение нельзя рассматривать как отправление информации какой-то передающей системой или как прием ее другой системой потому, что в отличие от простого «движения информации» между двумя устройствами здесь мы имеем дело с отношением двух индивидов, каждый из которых является активным субъектом: взаимное информирование их предполагает налаживание совместной деятельности. Это значит, что каждый участник коммуникативного процесса предполагает активность также и в своем партнере, он не может рассматривать его как некий объект. Другой участник предстает тоже как субъект, и отсюда следует, что, направляя ему информацию, на него необходимо ориентироваться, то есть анализировать его мотивы, цели, установки (кроме, разумеется, анализа и своих собственных целей, мотивов, установок). Но в этом случае нужно предполагать, что в ответ на посланную информацию будет получена новая информация, исходящая от другого партнера. Поэтому в коммуникативном процессе и происходит не простое «движение информации», но как минимум активный обмен ею. Главная «прибавка» в специфически человеческом обмене информацией заключается в том, что здесь особую роль играет для каждого участника общения значимость информации. Эту значимость информация приобретает потому, что люди не просто «обмениваются» значениями, но и стремятся при этом выработать общий смысл. Это возможно лишь при условии, что информация не просто принята, но и понята, осмыслена. Поэтому в каждом коммуникативном процессе реально даны в единстве деятельность, общение и познание.

Во-вторых, характер обмена информацией между людьми, а не между, предположим, кибернетическими устройствами определяется тем, что посредством системы знаков партнеры могут повлиять друг на друга. Иными словами, обмен такой информацией обязательно предполагает воздействие на поведение партнера, т. е. знак изменяет состояние участников коммуникационного процесса. Коммуникационное влияние, которое здесь

возникает, есть не что иное, как психологическое воздействие одного коммуниканта на другого с целью изменения его поведения. Эффективность коммуникации измеряется именно тем, насколько удалось это воздействие. Это означает (в определенном смысле) изменение самого типа отношений, который сложился между участниками коммуникации. Ничего похожего не происходит в «чисто» информационных процессах.

В-третьих, коммуникативное влияние как результат обмена информацией возможно лишь тогда, когда человек, направляющий информацию (коммуникатор), и человек, принимающий ее (реципиент), обладают единой или сходной системой кодификации и декодификации. На быденном языке это правило выражается в словах: «все должны говорить на одном языке». Это особенно важно потому, что коммуникатор и реципиент в коммуникативном процессе постоянно меняются местами. Всякий обмен информацией между ними возможен лишь при условии, что знаки и, главное, закрепленные за ними значения известны всем участникам коммуникативного процесса. Только принятие единой системы значений обеспечивает возможность партнеров понимать друг друга. Еще Л. С. Выготский отмечал, что «мысль никогда не равна прямому значению слов». Поэтому у общающихся должны быть идентичны — в случае звуковой речи — не только лексическая и синтаксическая системы, но и одинаковое понимание ситуации общения, что возможно при включении коммуникации в общую систему деятельности.

В-четвертых, в условиях человеческой коммуникации могут возникать совершенно специфические коммуникативные барьеры. Эти барьеры не связаны с уязвимыми местами в каком-либо канале коммуникации или с погрешностями кодирования и декодирования. Они носят социальный или психологический характер. С одной стороны, такие барьеры могут возникать из-за того, что отсутствует единое понимание ситуации общения, вызванное не просто разным «языком», на котором говорят участники коммуникативного процесса, но и более глубокими различиями, существующими между партнерами. Это могут быть социальные, политические, религиозные, профессиональные различия, которые не только порождают разную интерпретацию тех же самых понятий, употребляемых в процессе коммуникации, но и вообще различное мироощущение, мировоззрение, миропонимание.

Такого рода барьеры порождены объективными социальными причинами, принадлежностью партнеров по коммуникации различным социальным группам, и при их проявлении особенно отчетливо выступает включенность коммуникации в более широкую систему общественных отношений.

Коммуникация в этом случае демонстрирует ту свою характеристику, что она есть лишь сторона общения. Естественно, что процесс коммуникации осуществляется и при наличии этих барьеров, даже военные противники ведут переговоры. Но вся ситуация коммуникативного акта значительно усложняется благодаря их наличию.

С другой стороны, барьеры при коммуникации могут носить и более «чисто» выраженный психологический характер: они могут возникнуть или вследствие индивидуальных психологических особенностей общающихся (например, чрезмерная застенчивость одного из них, скрытность другого, присутствие у кого-то черты, получившей название «некоммуникабельность»), или в силу сложившихся между общающимися особого рода психологических отношений: неприязни по отношению друг к ДРУГУ, недоверия. В этом случае четко выступает связь, которая существует между общением и отношением.

Различают следующие типы информации — побудительную и констатирующую.

- *Побудительная* информация выражается в приказе, совете, просьбе. Она рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-то действие. Стимуляция, в свою очередь, может быть различной: активизация (побуждение к действию в заданном направлении), интердикция (побуждение, не допускающее определенных действий, запрет нежелательных видов деятельности), дестабилизация (рассогласование или нарушение некоторых автономных форм поведения или деятельности).
- *Констатирующая* информация выступает в форме сообщения, используется в различных
- образовательных системах, не предполагает непосредственного изменения поведения, хотя в конечном счете и в этом случае общее правило человеческой коммуникации действует. Характер сообщения может быть различным: мера объективности варьируется от нарочито «безразличного» тона изложения до включения в сам текст сообщения элементов убеждения. Вариант сообщения задается коммуникатором (тем лицом, от которого исходит информация),
- *Передача любой информации возможна лишь посредством знаков*, точнее, знаковых систем. Существуют несколько знаковых систем, которые используются в коммуникативном процессе, соответственно им можно построить классификацию коммуникативных процессов. При грубом делении различают вербальную коммуникацию (в качестве знаковой системы используется речь) и невербальную коммуникацию (используются различные неречевые знаковые системы).
- *Вербальная коммуникация*, как уже было сказано, использует в качестве знаковой системы человеческую речь, естественный звуковой язык, то есть систему фонетических знаков, включающую два принципа: лексический и синтаксический. Речь является самым универсальным средством коммуникации, поскольку при передаче

информации с помощью речи менее всего теряется смысл сообщения. При помощи речи осуществляются кодирование и декодирование информации: коммуникатор в процессе говорения кодирует, а реципиент в процессе слушания декодирует эту информацию. Для коммуникатора смысл информации предшествует процессу кодирования (высказыванию), так как он сначала имеет определенный замысел, а затем воплощает его в систему знаков. Для «слушающего» смысл принимаемого сообщения раскрывается одновременно с декодированием. В этом последнем случае отчетливо проявляется значение ситуации совместной деятельности: ее осознание включено в сам процесс декодирования, раскрытие смысла сообщения немислимо вне этой ситуации. Точность понимания смысла высказывания становится очевидной для коммуникатора лишь тогда, когда произойдет смена «коммуникативных ролей» (условный термин, обозначающий «говорящего» и «слушающего»), т. е. когда реципиент превратится в коммуникатора и своим высказыванием даст знать о том, как он раскрыл смысл принятой информации. Диалог, как специфический вид «разговора», представляет собой последовательную смену коммуникативных ролей, в ходе которой выявляется смысл речевого сообщения, происходит «обогащение, развитие информации».

Невербальные средства общения.

Однако коммуникативный процесс оказывается неполным, если мы отвлекаемся от *невербальных его средств*. Первая — *оптико-кинетическая* система знаков, включающая в себя жесты, мимику, пантомимику. Общая моторика показывает эмоциональные реакции человека, поэтому включение оптико-кинетической системы знаков в ситуацию коммуникации придает общению нюансы, которые неоднозначны при употреблении одних и тех же жестов, в различных национальных культурах. Значимость оптико-кинетической системы знаков в коммуникации настолько велика, что в настоящее время выделилась особая область исследований — кинетика.

Паралингвистическая и экстралингвистическая системы знаков представляют собой также «добавки» к вербальной коммуникации.

Паралингвистическая система — это система вокализации, т. е. качество голоса, его диапазон, тональность. Экстралингвистическая система — включение в речь пауз, других вкраплений, например, покашливания, плача, смеха, и, наконец, сам темп речи.

Пространство и время организации коммуникативного процесса выступают также особой знаковой системой, несут смысловую нагрузку как компоненты коммуникативных ситуаций. Так, например, размещение партнеров лицом друг к другу способствует возникновению контакта, символизирует внимание к говорящему, в то время как окрик в спину также может иметь определенное значение отрицательного порядка. Экспериментально доказано

преимущество некоторых пространственных форм организации общения как двух партнеров по коммуникативному процессу, так и в массовых аудиториях.

Таким образом, все системы невербальной коммуникации, несомненно, играют большую вспомогательную (а иногда самостоятельную) роль в коммуникативном процессе. Вместе с вербальной системой коммуникации эти системы обеспечивают обмен информацией, который необходим людям для организации совместной деятельности.

Интерактивная сторона общения — это условный термин, обозначающий характеристику тех компонентов общения, которые связаны со взаимодействием людей, с непосредственной организацией их совместной деятельности. Важность интерактивной стороны общения привела к тому, что в истории социальной психологии сложилось специальное направление, которое рассматривает взаимодействие исходным пунктом всякого социально-психологического анализа. Это направление связано с именем Г. Мида, который дал направлению термин — «символический интеракционизм».

Концепцию Мида называют «социальным бихевиоризмом», и это значительно запутывает дело. Выясняя социальную природу человеческого «Я», Мид вслед за Джемсом пришел к выводу, что в становлении «Я» решающую роль играет общение. Мид использовал идею Ч. Кули о так называемом «зеркальном Я», где личность понимается как сумма психических реакций человека на мнения окружающих. У Мида становление «Я» происходит в общении, в процессе совместной деятельности, где формируется личность, где она осознает себя, а общение раскрывается как взаимодействие.

Центральная мысль интерактивной стороны общения состоит в том, что личность формируется во взаимодействии с другими личностями, и механизм этого процесса является установление контроля действий личности тем представлением о ней, которое складывается у окружающих. Несмотря на важность постановки такой проблемы, в теории Г. Мида содержатся существенные методологические просчеты.

Главными из них являются два. Во-первых, непропорционально большое значение уделяется в этой концепции роли *символов*. Вся обрисованная выше канва взаимодействия детерминируется системой символов. Деятельность и поведение человека в ситуациях взаимодействия в конечном счете обусловлены символической интерпретацией этих ситуаций. Человек предстает как существо, обитающее в мире символов, включенное в знаковые ситуации.

С этим утверждением можно согласиться, поскольку в определенной мере общество действительно регулирует действия личности при помощи символов. Однако излишняя категоричность Г. Мида приводит к тому, что вся совокупность социальных и культурных отношений — все сводится *только* к символам.

Второй важный просчет концепции символического интеракционизма в том, что интерактивный аспект общения отрывается от *содержания* предметной деятельности, вследствие чего все богатство макросоциальных отношений личности по существу игнорируется. Единственным «представителем» социальных отношений в данном случае остаются лишь отношения непосредственного взаимодействия .

Символ остается «последней» социальной детерминантой взаимодействия. Для анализа достаточно описания *данного* поля взаимодействий без привлечения социальных связей. Происходит известное «замыкание» взаимодействия на заданную группу. Такой аспект анализа возможен, но он явно недостаточен.

Перцептивная сторона общения.

В процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса, которое может быть здесь истолковано по-разному: или как понимание целей, мотивов, установок партнера по взаимодействию, или как не только понимание, но и принятие, разделение этих целей, мотивов, установок, что позволяет не просто «согласовывать действия», но и устанавливать особого рода отношения: близости, привязанности, выражающиеся в чувствах дружбы, симпатии, любви. В любом случае большое значение имеет тот факт, как воспринимается партнер по общению, иными словами, процесс восприятия одним человеком другого выступает как обязательная составная часть общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения.

Термином «социальная перцепция» исследователи называют процесс восприятия так называемых «социальных объектов», под которыми подразумеваются другие люди, социальные группы, большие социальные общности. Однако этот термин для нашего случая недостаточно точен. Целесообразно рассмотреть межличностную перцепцию, или межличностное восприятие, так как именно эти процессы непосредственно включены в общение в том его значении, в каком оно рассматривается. Но важно помнить, что восприятие социальных объектов обладает такими многочисленными специфическими чертами, что само употребление слова «восприятие» кажется недостаточно точным. Во всяком случае, ряд феноменов, имеющих место при формировании представления о другом человеке, не укладывается в традиционное описание перцептивного процесса, как он дается в общей психологии. В отечественной литературе весьма часто в качестве синонима «восприятие другого человека» употребляется выражение «познание другого человека».

Попытка выстроить структуру взаимодействия связана с описанием ступеней его развития, при этом взаимодействие расчленяется на стадии, которые оно проходит. Центральным понятием являются *социальные связи*, которые представлены как последовательное осуществление:

а) пространственного контакта,

б) психического контакта (взаимная заинтересованность),
в) социального контакта (совместная деятельность),
г) взаимодействия, что определяется как «систематическое осуществление действий, имеющих целью вызвать соответствующую реакцию со стороны партнера», наконец,

д) социального отношения (взаимно сопряженных систем действий). Хотя все сказанное относится к характеристике «социальной связи», «взаимодействие» представлено наиболее полно. Включение в число предпосылок взаимодействия «социального контакта», понятого как совместная деятельность, во многом меняет картину: если взаимодействие возникает как реализация совместной деятельности, то дорога к изучению его содержательной стороны остается открытой.

Кроме того, при абсолютном принятии лишь одного типа взаимодействий снимается принципиально важная проблема *содержания* деятельности, в рамках которой даны те или иные виды взаимодействия. Это содержание деятельности может быть различным. Можно констатировать кооперативную форму взаимодействия не только в условиях производства, но, например, и при осуществлении каких-либо асоциальных, противоправных поступков — совместного ограбления, кражи и т. д.

Кооперация в социально-негативной деятельности не обязательно та форма, которую необходимо стимулировать; напротив, деятельность, конфликтная в условиях асоциальной деятельности, может оцениваться позитивно.

Операция и конкуренция лишь формы «психологического рисунка» взаимодействия. Содержание и в том и в другом случаях задается более широкой системой деятельности, куда включены и кооперация, и конкуренция.

Таким образом, общение связано и с общественными, и с личными отношениями человека. В нем реализуется вся система отношений человека. В жизни отношения человека к окружающему миру опосредованы его отношением к людям и включены в общение.

Кроме того, общение неразрывно связано с человеческой деятельностью. Само общение между людьми происходит непосредственно в процессе деятельности, по поводу этой деятельности.

На основании вышесказанного следует отметить, что общение — сложное психологическое явление, в структуре которого выделяют три стороны, каждая из которых имеет свою специфику.

Коммуникативная сторона общения связана с обменом информацией, обогащением друг друга за счет накопления каждым запаса знаний.

Интерактивная сторона общения служит практическому взаимодействию людей между собой в процессе совместной деятельности, где проявляется их способность сотрудничать, помогать друг другу, координировать свои действия, согласовывать их. Отсутствие навыков и умений общения или недостаточная их сформированность отрицательно сказываются на развитии личности.

Перцептивная сторона общения характеризует процесс восприятия людьми других людей, процесс познания их индивидуальных свойств и качеств. Механизмами восприятия и познания друг друга в процессах общения являются идентификация, рефлексия и стереотипизация.

Таким образом, коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны общения в их единстве определяют его содержание, формы и роль в жизнедеятельности людей. Умение вести себя с людьми является одним из важнейших факторов, определяющим шансы добиться успеха в бизнесе, служебной или предпринимательской деятельности.

Дейл Карнеги заметил, что успехи человека в его финансовых делах даже в технической сфере только на 15% зависят от его профессиональных знаний и на 85% — от его умения общаться с людьми. Сформулированы и обоснованы основные принципы этики делового общения, или, как их чаще называют на Западе, заповеди (как выжить и преуспеть в мире бизнеса).

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 соображения 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.

7. *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.
8. *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.
9. *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.
10. *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.
11. На выбор метода воздействия на людей оказывают влияние разнообразные факторы, в том числе характер, содержание и ситуация общения (обычная, экстремальная), общественное или служебное положение (властные полномочия) и личностные качества субъектов общения.