

Г. М. ШЕЛАМОВА

ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА И ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ

УЧЕБНИК

*Рекомендовано
Федеральным государственным учреждением
«Федеральный институт развития образования»
в качестве учебника для использования в учебном процессе
образовательных учреждений, реализующих программы
начального профессионального образования*

*Регистрационный номер рецензии 061
от 7 апреля 2009 г. ФГУ «ФИРО»*

11-е издание, стереотипное



Москва
Издательский центр «Академия»
2013

УДК 301.151(075.32)
ББК 88я723
Ш 42

Рецензенты:

кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики и психологии
профессионального образования ГОУ КРИПО г. Кемерова *О. С. Рапоцевич*;
методист лаборатории психологии ГОУ КРИПО *А. А. Карманов*;
педагог-психолог профессионального училища № 67 г. Новокузнецка
В. М. Котикова

Шеламова Г. М.

Ш 42 Деловая культура и психология общения : учебник для нач.
проф. образования / Г.М.Шеламова. — 11-е изд., стер. — М. :
Издательский центр «Академия», 2013. — 192 с.

ISBN 978-5-7695-9916-3

Данный учебник является частью учебно-методического комплекта по
общепрофессиональной дисциплине «Основы деловой культуры».

В учебнике изложены общие вопросы этики и культуры делового обще-
ния, раскрыты психологические стороны деловых контактов. Рассмотрено
проявление индивидуальных особенностей личности при деловом общении.
Приведены сведения о типах конфликтов, способах выхода из них и прави-
ла поведения в конфликтных ситуациях. Тесты, включенные в книгу, помо-
гут читателям лучше узнать себя.

Учебник может быть использован при изучении общепрофессиональной
дисциплины «Основы деловой культуры» в соответствии с ФГОС НПО.

Для учащихся учреждений начального профессионального образования.

УДК 301.151(075.32)
ББК 88я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение
любым способом без согласия правообладателя запрещается*

© Шеламова Г. М., 2009
© Шеламова Г. М., 2012, с изменениями
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2012
© Оформление. Издательский центр «Академия», 2012

ISBN 978-5-7695-9916-3

Данный учебник является частью учебно-методического комплекта по общепрофессиональной дисциплине «Основы деловой культуры».

Учебно-методические комплекты нового поколения включают традиционные и инновационные учебные материалы, позволяющие обеспечить изучение общеобразовательных и общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Каждый комплект содержит в себе учебники и учебные пособия, средства обучения и контроля, необходимые для освоения общих и профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований работодателя.

Учебные издания дополняются электронными образовательными ресурсами. Электронные ресурсы содержат теоретические и практические модули с интерактивными упражнениями и тренажерами, мультимедийные объекты, ссылки на дополнительные материалы и ресурсы в Интернете. В них включен терминологический словарь и электронный журнал, в котором фиксируются основные параметры учебного процесса: время работы, результат выполнения контрольных и практических заданий. Электронные ресурсы легко встраиваются в учебный процесс и могут быть адаптированы к различным учебным программам.

Учебно-методический комплект включает электронный образовательный ресурс «Основы культуры профессионального общения» для профессии 100116.01 «Парикмахер» и «Основы деловой культуры» для профессии 100701.01 «Продавец, контролер-кассир».

Учебно-методический комплект разработан на основании Федерального государственного образовательного стандарта начального профессионального образования с учетом его профиля.

Этот учебник адресован всем тем, чья деятельность (в будущем или настоящем) связана с общением, всем, кто по роду своего занятия должен эффективно и грамотно общаться с людьми, кто стремится совершенствовать межличностные отношения.

Содержание учебника соответствует требованиям Государственного стандарта профессионального образования.

Основной целью учебной дисциплины, которую вам предстоит изучить, является формирование профессионала с определенными психологическими и нравственными качествами, необходимыми в повседневной деятельности.

Немецкий филолог, философ, языковед Вильгельм Гумбольдт (1767—1835) отметил, что для человека нет ничего более интересного, чем люди. Мы ежедневно общаемся с людьми (дома, на работе, в транспорте, магазине...), взаимодействуем с ними и пытаемся сделать выводы о поведении окружающих. Так, например, мы умеем «читать», т. е. определять по внешним проявлениям — мимике, голосу — эмоциональное состояние другого человека. С раннего детства малыши очень по-разному ведут себя и разговаривают с разными людьми — бабушкой, папой, мамой. Они рано начинают понимать, в какой момент можно подойти с просьбой (потребовать), а когда нужно промолчать или отложить просьбу до лучших времен. Как видите, повседневный опыт подсказывает нам разные тактики поведения, и в этом смысле мы можем смело назвать себя психологами.

Умение различать настроение других людей, особенности их характера и поведения в общении относится к области житейской психологии. Официальная наука опирается на житейскую психологию и появилась лишь в последней четверти XIX века (в 1879 г. немецкий психолог В. Вундт основал в г. Лейпциге первую лабораторию экспериментальной психологии).

Слово «психология» происходит от греческих слов: *psyche* (душа) и *logia* (наука, понимание) — и означает «наука о душе». С момента своего возникновения, полная тайн и загадок, она привлекает внимание мыслящих людей.

В настоящее время **психология** — это наука о закономерностях развития и функционирования психики как особой формы жизнедеятельности. Психология представляет собой разветвленную систему наук, в ней выделяются относительно самостоятельные подотрасли: возрастная психология, педагогическая, медицинская, военная, социальная, психология управления и другие.

В учебнике рассматривается социальная психология, изучающая закономерности общения, межличностного познания и группового поведения, а также раскрывается значение этики и деловой культуры при установлении контактов. Знание психологии, этики общения и культуры поведения всегда востребовано и практически необходимо.

К началу XXI века было сделано множество замечательных открытий в различных областях науки: физике, химии, генетике, медицине, но человек до сих пор остается самой сложной и непознанной загадкой, а значит, поговорка «чужая душа — потемки» еще долго останется актуальной. Ведь даже интерес к себе у человека имеет две стороны. С одной стороны, его интересуется он сам. Вспомните, как на общегрупповой фотографии мы ищем свое лицо: «Как получился?» С другой стороны, мы не всегда хотим (не всегда стремимся, опасаемся) получить представление о себе, увидеть свои негативные стороны, узнать «горькую» правду. Мы охотно замечаем недостатки другого, объясняем плохое поведение партнера его изъянами и в то же время неохотно обсуждаем свои недостатки, а недостойное поведение (конечно, не характерное для нас) объясняем (оправдываем) внешними обстоятельствами: «так звезды легли», «жизнь заставила»...

Исследования, проводимые психологами и социологами, показывают, что мы в большей степени озадачены тем, как изменить других людей. Причины своих личных неудач и неблагополучия мы ищем в других людях, в сложившихся ситуациях и обстоятельствах, но не в себе.

Каждый человек уникален, неповторим. Знать себя, управлять собой, ощущать радость общения, адаптироваться в новых условиях, жить в согласии с другими, а также научиться слышать, слушать и понимать человека — вот основные задачи изучаемой дисциплины. Эти задачи могут быть легко решены при грамотном построении деловых отношений.

Деловые отношения относятся к типу общественных отношений и рассматриваются как взаимосвязи между партнерами, кол-

легами, возникающие в процессе совместной деятельности и в коллективе. При деловых отношениях работники должны ориентироваться на партнера, на потребителя, что, в свою очередь, повышает интерес к профессиональной деятельности. Деловые отношения тесно связаны с общением.

Общение — это сложный процесс установления и развития контактов между людьми. Главным в общении является не заучивание правил, а владение культурой взаимоотношений и культурой речи для того, чтобы кратко и точно, выразительно и доходчиво передать собеседнику свою мысль. В нем раскрываются такие ценности, как чуткость, отзывчивость, доброта, сопереживание и понимание. Все эти ценности неразрывно связаны с **культурой поведения**, т.е. с такими поступками и формами общения людей, которые основаны на нравственности, эстетическом вкусе, а также соблюдении определенных норм и правил.

В учебнике «Деловая культура и психология общения» материал систематизирован и структурирован в удобной форме для его усвоения в соответствии с требованиями к изучаемой дисциплине и в соответствии с учебной программой. После каждого параграфа приводятся вопросы для самопроверки знаний, способствующие подготовке читателей к профессиональной деятельности. Предлагаемые психологические тесты помогут определить ваши потенциальные возможности и слабые стороны, что поможет в самосовершенствовании, самокоррекции и раскрытии своих способностей. В разделе «Приложение» предлагаются вопросы и задания, ответив на которые вы можете самостоятельно определить уровень освоения данной учебной дисциплины.

Изучив учебник «Деловая культура и психология общения», Вы будете **знать**:

- о психологических основах делового общения и его значении в профессиональной деятельности работников сферы обслуживания, сферы услуг, управления;
- о вербальных (словесных), невербальных (бессловесных) средствах общения и их роли при установлении контакта с клиентами;
- о восприятии, понимании человека в процессе общения, искажении представлений о человеке и влиянии механизмов восприятия на эффективность общения;

- правила установления деловых контактов и об их влиянии на эффективность взаимодействия и степень взаимопонимания;
- правила трактовки невербальных средств общения;
- техники общения, правила слушания и о видах слушания;
- об этикете в деловом общении: словесном (культура речи) и невербальном (рукопожатие, улыбка, взгляд, мимика, позы и жесты);
- правила этикета и нормы этического взаимодействия;
- о деловом этикете служебных отношений и культуре поведения;
- приемы эффективного общения по телефону;
- как провести деловую беседу и какие виды вопросов при этом использовать (открытые и закрытые вопросы, риторический вопрос, вопросы, подавляющие сопротивление), правила аргументации;
- об этических требованиях к деловой переписке; о составлении делового письма; видах деловых писем;
- о видах визитных карточек и правилах их оформления;
- о видах деловых приемов: «завтрак», «а-ля фуршет», «коктейль» и др.;
- правила поведения за столом;
- требования к сувенирам и подаркам в деловой сфере и повседневной жизни;
- требования к одежде и внешнему облику деловой женщины и делового мужчины. Рекомендации специалистов в области имиджологии;
- требования этикета у разных народов;
- об индивидуальных особенностях личности (темперамент, характер, воля, способности, эмоции и чувства) и их влиянии на эффективность делового общения;
- о структуре конфликтов и правилах поведения в конфликтных ситуациях.

Изучив учебник, вы будете **уметь**:

- понимать запросы и потребности конкретных групп клиентов (в соответствии с их индивидуальными особенностями), их требования к качеству обслуживания;

- устанавливать контакт и гибко реагировать на возникшую проблему в процессе делового общения;
- понимать человека и осмысленно ставить себя на его место;
- находить общий язык с разными людьми;
- разрешать конфликтные ситуации;
- квалифицированно взаимодействовать с посетителями, клиентами, потребителями услуг;
- использовать свой потенциал, познавая свои возможности;
- соблюдать этикетные нормы поведения;
- организовывать проведение деловой беседы;
- пользоваться визитными карточками;
- применять на практике правила поведения за столом;
- использовать на практике правила вручения и принятия подарка;
- применять на практике рекомендации специалистов в области имиджологии.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Народные поговорки, пословицы, сказки и мифы, притчи служат истоками психологических теорий и отраслей психологии. Приведите примеры метких пословиц и поговорок, в которых отражаются знания житейской психологии.
2. Меняется ли ваше поведение в зависимости от того, с кем вы общаетесь?
3. Умеете ли вы принять замечание с достоинством и должным образом отреагировать на него?

Не спешите с ответами, задумайтесь над своим поведением и постарайтесь критически (как бы со стороны) оценить его. Учебник поможет вам разобраться в хитросплетениях межличностного общения, в котором необходимо не только знать свои сильные и слабые стороны, но и научиться переводить слабые стороны в сильные.

ЭТИКА И КУЛЬТУРА ПОВЕДЕНИЯ

«Проще что-то сделать сразу хорошо, чем потом объяснять, почему это сделано плохо», — писал американский поэт Лонгфелло (1807 — 1882).

В настоящее время уделяется пристальное внимание изучению этики деловых отношений с целью повышения уровня культуры этих отношений. Этика охватывает широкий круг вопросов, ее необходимо учитывать в отношениях внутри одной организации и между организациями. Без соблюдения деловой этики и культуры поведения большинство людей в коллективе чувствуют себя дискомфортно, незащищенно.

Важнейшей стороной профессионального поведения является деловой этикет, который предписывает нормы поведения на работе, на улице, в гостях, в транспорте и т.д. Речевой этикет, искусство ведения телефонных разговоров, правила переписки и внешний вид служат признаками вашей воспитанности, респектабельности и уверенности в себе.

Помните, что в деловых отношениях мелочей не бывает.

1.1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ ЭТИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Как известно, человек в течение жизни вступает в деловые отношения с другими людьми. Одним из регуляторов этих отношений является мораль, в которой выражены наши представления о добре и зле, о справедливости и несправедливости. Мораль дает человеку возможность оценить поступки окружающих, понять и осмыслить, правильно ли он живет и к чему надо стремиться. Человек может сделать общение эффективным, достичь определенных целей, если он правильно понимает моральные нормы и опирается на них в деловых отношениях. Если же он не учитывает моральные нормы в общении или

искажает их содержание, то общение становится невозможным или вызывает трудности.

Кто же создал правила человеческого поведения? Почему одно поведение одобряется обществом, а другое — осуждается? На эти вопросы отвечает этика.

Этика — это одна из древнейших отраслей философии, наука о морали (нравственности). Термин «этика» происходит от греческого слова *ethos* (этос) — обычай, нрав. Термин «этика» был введен Аристотелем (384—322 гг. до н. э.) для обозначения учения о нравственности, причем этика считалась «практической философией», которая должна дать ответ на вопрос: «Что мы должны делать, чтобы совершать правильные, нравственные поступки?»

Первоначально термины «этика» и «мораль» совпадали. Но позже, с развитием науки и общественного сознания, за ними закрепилось различное содержание.

Мораль (от лат. *moralis* — нравственный) — это система этических ценностей, которые признаются человеком. Она регулирует поведение человека во всех сферах общественной жизни — в труде, в быту, в личных, семейных и международных отношениях.

Важнейшими **категориями этики** являются «добро», «зло», «ответственность», «справедливость», «долг».

Добро и зло — показатели нравственного поведения, именно через их призму происходит оценка поступков человека, всей его деятельности. Этика рассматривает добро как объективное моральное значение поступка. Оно объединяет совокупность положительных норм и требований нравственности и выступает как идеал, образец для подражания. Добро может выступать как добродетель, т. е. являться моральным качеством личности. Добру противостоит зло, между этими категориями с основания мира идет борьба. Часто мораль отождествляется с добром, с положительным поведением, а зло рассматривается как аморальность и безнравственность. Добро и зло — противоположности, которые не могут существовать друг без друга, как свет не может существовать без тьмы, верх без низа, день без ночи, но они тем не менее не равнозначны.

Действовать в соответствии с моралью — значит выбирать между добром и злом. Человек стремится построить свою жизнь таким образом, чтобы уменьшить зло и умножить добро. Другие важнейшие категории морали — долг и ответственность — не могут быть правильно поняты и тем более не могут стать важными принципами в поведении человека, если он не осознал сложность и трудность борьбы за добро.

Нормы морали получают свое идейное выражение в заповедях и принципах. Одно из первых в истории правил нравственности формулируется так: «поступай по отношению к другим так, как ты хотел бы, чтобы они поступали по отношению к тебе». Это правило появилось в VI—V вв. до н. э. одновременно и независимо друг от друга в различных культурных регионах — Вавилоне, Китае, Индии, Европе. Впоследствии оно стало именоваться «золотым», так как ему придавалось большое значение. В наши дни оно также остается актуальным, и всегда надо помнить, что человек становится человеком только тогда, когда он стремится увидеть человеческое в других людях. Потребность относиться к другим, как к самому себе, возвышать себя через возвышение других и составляет основу морали и нравственности.

В Евангелии от Матфея сказано: «Итак, во всем как хотите, чтобы с вами поступали люди, так и поступайте вы с ними» (гл. 7, ст. 12).

Нравственная жизнь человека и общества разделяется на два уровня: с одной стороны, то, что есть: сущее, нравы, фактическое повседневное поведение; с другой стороны, то, что должно быть: должное, идеальный образец поведения.

Нередко в деловых отношениях мы сталкиваемся с противоречиями между сущим и должным. С одной стороны, человек стремится вести себя нравственно, как говорят, должным образом, с другой — желает удовлетворить свои потребности, реализация которых часто связана с нарушением нравственных норм. Эта борьба между идеальным и практическим расчетом создает внутри человека конфликт, который острее всего проявляется в этике деловых отношений, в деловом общении. Поскольку этика делового общения является частным случаем этики вообще и содержит в себе ее основные характеристики, то под **этикой делового общения** понимается совокупность нравственных норм и правил, регулирующих поведение и отношения людей в профессиональной деятельности. Поэтому при изучении курса «Деловая культура и психология общения» мы будем говорить о том, как следует поступать в деловом общении.

Нормы и правила поведения, действующие в обществе, предписывают человеку служить обществу, согласовывать личные и общественные интересы. Моральные нормы опираются на традиции и обычаи, а мораль учит нас делать каждое дело так, чтобы не навредить людям, которые находятся рядом.

Одним из основных элементов культуры делового общения является нравственное поведение людей. Оно опирается на общече-

ловеческие моральные принципы и нормы — уважение человеческого достоинства, честь, благородство, совесть, чувство долга и другие.

Совесть — это моральное осознание человеком своих действий, благодаря чему мы контролируем свои поступки и даем оценку своим действиям. Совесть самым тесным образом связана с долгом. **Долг** — это осознание добросовестного исполнения своих обязанностей (гражданских и служебных). Например, при нарушении долга, благодаря совести, человек несет ответственность не только перед другими, но и перед собой.

Для морального облика человека огромное значение имеет **честь**, которая выражается в признании моральных заслуг человека, в репутации. Честь офицера, честь бизнесмена, рыцарская честь — именно она требует от человека поддерживать репутацию социальной или профессиональной группы, к которой он принадлежит. Честь обязывает человека добросовестно трудиться, быть правдивым, справедливым, признавать свои ошибки, быть требовательным к себе.

Достоинство выражается в самоуважении, в осознании значимости своей личности; оно не позволяет человеку унижаться, льстить и угодничать ради своей выгоды. Однако чрезмерное чувство собственного достоинства не очень украшает человека. Способность личности быть сдержанной в обнаружении своих достоинств называется **скромностью**. Человеку, который чего-то стоит, нет нужды выставлять напоказ свои достоинства, набивать себе цену, внушать окружающим представление о собственной незаменимости.

Неотъемлемой частью культуры делового общения является **благородство**. Благородный человек верен своему слову, если даже оно дано врагу. Он не позволит грубость по отношению к малоприятным для него людям, не будет злословить о них в их отсутствии. Благородство не требует огласки и благодарности за помощь и сочувствие.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Как возникли и что выражают термины «этика» и «мораль»?
2. Что такое «добро» и «зло»?
3. Сформулируйте «золотое правило» нравственности.
4. Какие основные элементы входят в понятие «культура делового общения»?

1.2. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

На Востоке и в Западной Европе с древних времен большое значение придавали необходимости учитывать этические нормы и ценности в деловом общении. Особенно подчеркивалось их влияние на эффективность ведения дел.

Профессиональными моральными нормами были и остаются вежливость, предупредительность, тактичность, трудолюбие.

Вежливость — это выражение уважительного отношения к другим людям, их достоинству. В основе вежливости лежит доброжелательность, которая проявляется в приветствиях и пожеланиях. Например, мы желаем доброй ночи, доброго утра, успехов, здоровья и т. п. Широко известны слова испанского писателя Мигеля Сервантеса (1547—1616) о том, что ничто не обходится нам так дешево и не ценится так дорого, как вежливость. Вежливый человек — это **предупредительный** человек, он стремится первым оказать любезность, первым уступит место в транспорте, подержит дверь.

Сродни вежливости нравственная норма — **корректность**, которая означает умение держать себя в рамках приличия в любых



Вежливый человек — это предупредительный человек

ситуациях, и особенно в конфликтных. Корректное поведение проявляется в умении выслушать партнера, в стремлении понять его точку зрения. Вежливость обуславливается **тактом** и **чувством меры**. Быть тактичным — значит умело сделать замечание, не унижая достоинство человека, предоставить ему возможность выйти из затруднения с честью.

Совокупность моральных норм, определяющих отношение человека к своему профессиональному долгу, входит в понятие **профессиональная этика**. К некоторым видам профессиональной деятельности общество предъявляет повышенные моральные требования, требует высокой квалификации работников при исполнении своих профессиональных обязанностей. Это относится к работающим в сфере услуг, на транспорте, в здравоохранении, в области управления, воспитания и им подобных, так как объектами деятельности этих профессиональных групп являются люди.

Каждый вид профессиональной этики определяется своеобразием профессиональной деятельности и имеет свои специфические требования в области морали. Например, профессиональная этика воинской службы требует четкого выполнения служебного долга, мужества, дисциплинированности, преданности Родине. Своеобразие медицинской этики ориентировано на здоровье человека, его улучшение и сохранение. Однако любая специфика профессиональной этики невозможна без учета общечеловеческих ценностей и этических норм. Рассмотрим профессиональную этику на примере.

Независимо от социального положения и возраста мы все являемся покупателями. Чего хочет покупатель от продавцов? Во-первых, приобретения качественного, модного, удобного товара по приемлемой цене. Во-вторых, компетентности, внимательного и вежливого отношения к себе при выборе покупки. Следовательно, задача продавца состоит в удовлетворении запросов и желаний потребителя. Поэтому важнейшими требованиями профессиональной этики работника торговли по отношению к покупателю являются внимательность, вежливость, доброжелательность.

Деловое отношение продавца и покупателя начинается с приветствия, которое обязательно должно сопровождаться улыбкой. За приветствиями следуют слова: «Пожалуйста, что вас интересует?» или «Я вас слушаю». Если продавец уже обслуживает клиента, он должен извиниться и попросить подождать, а не говорить: «Вы что, не видите, что я занята?». Освободившись, продавец вы-



Продавец обязан быть сдержанным в различных ситуациях

ясняет, какой товар его интересует и по какой цене, после чего сообщает характеристики имеющихся товаров.

Продавец-профессионал должен учитывать пол, возраст покупателя и стремиться определить его психологические особенности (агрессивность — уравновешенность, решительность — нерешительность, доверчивость — недоверчивость). Установлено, что в магазине различается поведение молодых и пожилых людей, мужчин и женщин. Например, мужчины посещают магазин целенаправленно, они знают, что им нужно купить, и при наличии товара покупают его. Они в большей степени, чем женщины, подвержены влиянию продавца и часто ожидают от него совета, ориентируются на его мнение. Женщины в своем выборе полагаются на себя; они долго рассматривают изделие, и поэтому не рекомендуется их торопить.

Профессионализм продавца повышает его этическая воспитанность, которая проявляется в речи, мимике, жестах; грубость, вульгарность и раздражительность недопустимы. Продавец обязан быть сдержанным в различных ситуациях, например когда покупатель долго рассматривает товар, расспрашивает и интересуется подробностями, хотя покупать данный товар не собирается. Он должен быть сдержан даже с невоспитанным и агрессивным покупателем, поскольку ответ грубостью на грубость не дает положительного эффекта. Наоборот, атмосфера становится напряжен-

ной, назревает конфликт, который нередко влечет вмешательство администрации. Окончанием общения продавцов с нами, покупателями, являются прием оплаты за выбранный товар и его упаковка, после чего продавец должен поблагодарить за покупку.

В свою очередь нам, покупателям, не надо забывать о вежливости, о необходимости сдерживать свои негативные эмоции и плохое настроение.

Особое место в этике торговли занимает требование к внешнему виду и одежде. Безвкусная и неопрятная одежда, непричесанные волосы и грязные руки могут отвлечь покупателя от покупки и посещения магазина. Кроме того, работникам торговли необходимо следить за своей речью при общении не только с покупателями, но и между собой.

Итак, если объектом вашей деятельности являются люди, то, несмотря на специфику профессии, всегда нужно обращать внимание на правила и нормы поведения, на обязанности по отношению к клиенту, к коллегам; уметь владеть собой, быть терпеливым, внимательно выслушивать посетителя, а также иметь надлежащий внешний вид и владеть культурой речи.

Различают несколько видов этикета:

- придворный — порядок и формы обхождения, установленные при дворах монархов;
- дипломатический — правила поведения дипломатических работников и официальных лиц во время различных визитов, встреч, переговоров;
- воинский — свод общепринятых в армии правил и норм поведения, без которых порядок был бы невозможен;
- общегражданский (светский) — правила, традиции и условности, соблюдаемые гражданами при общении друг с другом;
- деловой этикет.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Охарактеризуйте понятие «профессиональная этика».
2. Каким нравственным требованиям соответствуют действия работников в следующих ситуациях?
 - A. Кассир сбербанка отлучился с рабочего места и этим вызвал задержку в обслуживании клиентов. Возвратившись на рабо-

чье место, сказал: «Извините, что задержал вас, сейчас быстро все улажу».

- Б. В секции самообслуживания покупательница брала пару туфель для примерки и при этом несколько пар, стоявших рядом, упали. Покупательница растерялась и смутилась. Продащица спокойно подошла и поставила обувь на место, сказав покупательнице: «Ничего страшного, это происходит часто».

1.3. ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ

«Приличие — это наименее важный из всех законов общества и наиболее чтимый», — писал французский писатель-моралист Ф. Ларошфуко (1613—1680).

В начале XVIII века Петр Великий издал указ, согласно которому подлежал наказанию каждый, кто вел себя «в нарушение этикету».

Этикет — слово французского происхождения, означающее манеру поведения. Родиной этикета считается Италия. Этикет предписывает нормы поведения на улице, в общественном транспорте, в гостях, в театре, на деловых и дипломатических приемах, на работе и т. д.

К сожалению, в жизни мы нередко сталкиваемся с грубостью и резкостью, неуважением к личности другого. Причина в том, что мы недооцениваем значение культуры поведения человека, его манер.

Манеры — это способ держать себя в общении с другими людьми, внешняя форма поведения, а также тон, интонации и выражения, употребляемые в речи. Кроме того, это жесты, походка, мимика, характерные для человека.

Хорошими манерами считаются скромность и сдержанность человека в проявлении своих поступков, умение контролировать свое поведение, внимательно и тактично общаться с другими людьми. Дурными манерами считаются: привычка громко говорить и смеяться; развязность в поведении; употребление нецензурных выражений; грубость; неряшливость внешнего вида; проявление недоброжелательности к окружающим; неумение сдерживать свое раздражение; бестактность. Манеры относятся к культуре поведения человека и регулируются этикетом, а подлинная культура поведения — там, где поступки человека во всех ситуациях основаны на нравственных принципах.

Дейл Карнеги писал, что успехи того или иного человека в его финансовых делах процентов на 15 зависят от его профессио-

нальных знаний и процентов на 85 — от его умения общаться с людьми.

Деловой этикет — это свод правил поведения в деловых, служебных отношениях. Он является важнейшей стороной профессиональной морали человека.

Хотя этикет и предполагает установление лишь внешних форм поведения, но без внутренней культуры, без соблюдения этических норм не могут сложиться настоящие деловые отношения. Джен Ягер в своей книге «Деловой этикет» отмечает, что каждая проблема, связанная с этикетом, начиная от хвастовства и кончая обменом подарками, должна решаться в свете этических норм. Деловой этикет предписывает соблюдение правил культурного поведения, уважительного отношения к человеку.

Джен Ягер сформулировала шесть основных заповедей делового этикета.

1. **Делайте все вовремя.** Опоздания не только мешают работе, но и являются первым признаком того, что на человека нельзя положиться. Принцип «делайте все вовремя» распространяется на отчеты и любые другие поручаемые вам задания.

2. **Не болтайте лишнего.** Смысл этого принципа в том, что вы обязаны хранить секреты учреждения или конкретной сделки так же бережно, как и тайны личного характера. Никогда никому не пересказывайте того, что вам приходится иногда услышать от сослуживца, руководителя или подчиненного об их личной жизни.

3. **Будьте любезны, доброжелательны и приветливы.** Ваши клиенты, заказчики, покупатели, сослуживцы или подчиненные могут сколько угодно придираться к вам — это неважно: все равно вы обязаны вести себя вежливо, приветливо и доброжелательно.

4. **Думайте о других, а не только о себе.** Внимание должно проявляться не только в отношении клиентов или покупателей, оно распространяется на сослуживцев, начальство и подчиненных. Всегда прислушивайтесь к критике и советам коллег, начальства и подчиненных. Не начинайте сразу огрызаться, когда кто-то ставит под сомнение качество вашей работы, покажите, что цените соображения и опыт других людей. Уверенность в себе не должна мешать вам быть скромным.

5. **Одевайтесь, как положено.**

6. **Говорите и пишите хорошим языком¹.**

¹ Ягер Дж. Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса: пер. с англ. — М., 1994. — С. 17—26.

Этикет выражается в самых разных сторонах нашего поведения. Например, этикетное значение могут иметь разнообразные движения человека, позы, которые он принимает. Сравните вежливое положение лицом к собеседнику и невежливое — спиной к нему. Такой этикет называется **невербальный** (т. е. бессловесный). Однако самую важную роль в этикетном выражении отношений к людям играет речь — это **словесный этикет**.

Персидский писатель и мыслитель Саади (между 1203 и 1210—1292) сказал: «Умен ты или глуп, велик ты или мал, не знаем мы, пока ты слова не сказал». Сказанное слово, будто индикатор, покажет уровень культуры человека. И. Ильф и Е. Петров в романе «Двенадцать стульев» высмеяли жалкий набор слов из лексикона Элочки-«людоедки». А ведь Элочка и ей подобные встречаются нередко, и разговаривают они на жаргоне. **Жаргон** — это «испорченный язык», цель которого — обособить какую-то группу людей от остальной части общества. Важнейшей стороной речевого этикета является недопустимость жаргонных слов и нецензурной лексики.

Заметное место в деловом этикете занимают слова приветствия, благодарности, обращения, извинения. Продавец обратился к покупателю на «ты», кто-то не поблагодарил за услугу, не извинился за проступок — такое неисполнение норм речевого этикета оборачивается обидой, а порой и конфликтами.

Специалисты по деловому этикету большое значение придают **обращению**, ведь от того, как мы обращаемся к человеку, зависит форма дальнейшего общения. Бытовой русский язык не выработал универсального обращения, как, например, в Польше — «пан», «пани», поэтому при обращении к незнакомому человеку лучше использовать безличную форму: «извините, как пройти...», «будьте добры...» но не всегда можно обойтись без конкретного обращения. Например: «Уважаемые товарищи! В связи с ремонтом эскалатора вход в метро ограничен». Слово «товарищ» — исконно русское, до революции им обозначали должность: «товарищ министра». В Словаре русского языка С.И. Ожегова одним из значений слова «товарищ» является «человек, близкий кому-нибудь по общности взглядов, деятельности, условиям жизни и т. п., а также человек, дружески расположенный к кому-нибудь»¹.

Также в обиходе используется слово «гражданин». «Гражданин! Не нарушайте правила дорожного движения!» — это звучит строго и официально, а от обращения «Гражданка, встаньте в

¹ Ожегов С.И. Словарь русского языка. — М.: Русский язык, 1988. — С. 652.

очередь!» веет холодом и большой дистанцией между общающимися. К сожалению, чаще всего употребляется обращение по половому признаку: «Мужчина, подвиньтесь!», «Женщина, уберите сумку с прохода!» В речевом общении, кроме того, существуют исторически сложившиеся стереотипы. Это слова «сударь», «сударыня», «господин» и множественное число «господа», «дамы». В деловых кругах используется обращение «господин».

При применении любой формы обращения следует помнить, что оно должно демонстрировать уважение к человеку, учитывать пол, возраст и конкретную обстановку. Важно точно чувствовать, к кому мы обращаемся.

Как следует обращаться к коллегам, подчиненным, руководителю? Ведь выбор обращения в официальных отношениях довольно ограничен. Официальными формами обращения в деловом общении являются слова «господин» и «товарищ». Например, «господин директор», «товарищ Иванов», т. е. после слов обращения необходимо указывать на должность или фамилию. Часто можно услышать, как руководитель обращается к подчиненному по фамилии: «Петров, принеси-ка мне отчет за I квартал». Согласитесь, что такое обращение имеет оттенок неуважительного отношения руководителя к подчиненному. Поэтому такое обращение использовать не следует, лучше заменить его именем-отчеством. Обращение по имени-отчеству соответствует русской традиции. Это не только форма обращения, но и демонстрация уважительного отношения к человеку, показатель его авторитета, занимаемого положения в обществе.

Полуофициальным обращением является обращение в форме полного имени (Дмитрий, Мария), которое предполагает использование в разговоре обращения как «ты», так и «вы». Данная форма обращения встречается нечасто и может настраивать собеседников на строгую тональность в разговоре, на его серьезность, а иногда означает недовольство говорящего. Обычно такое обращение используют старшие по отношению к младшим. В официальных отношениях следует обращаться всегда на «вы». Сохраняя официальность отношений, стремитесь вносить в них элемент доброжелательности и теплоты.

Необходимо соблюдать деликатность, чтобы любое обращение не превращалось в фамильярность и панибратство, которые характерны при обращении только по отчеству: «Николаич», «Михалыч». Обращение в такой форме возможно со стороны пожилого подчиненного, чаще всего рабочего, к молодому начальнику (мастеру, бригадиру). Или, наоборот, молодой специалист обращается к пожилому рабочему: «Петрович, постарайся закончить работу к

обеду». Но иногда такое обращение несет оттенок самоиронии. При этой форме разговора используется обращение на «ты».

В деловом общении большое значение придается переходам в обращении с «вы» на «ты» и наоборот, переходу от официального обращения к полуофициальному и бытовому. Эти переходы выдают наше отношение друг к другу. Например, если начальник всегда обращался к вам по имени-отчеству, а затем, вызвав к себе в кабинет, вдруг обратился по имени, можно предположить, что предстоит доверительная беседа. И напротив, если в общении двух людей, у которых было принято обращение по имени, вдруг используется имя-отчество, то это может говорить о натянутости отношений или официальности предстоящего разговора.

Немаловажное место в деловом этикете занимает **приветствие**. Встречаясь друг с другом, мы обмениваемся фразами: «Здравствуйте», «Добрый день (утро, вечер)», «Привет». Люди по-разному отмечают встречу друг с другом, например: военные отдают честь, мужчины обмениваются рукопожатием, молодежь машет рукой, иногда люди при встрече обнимаются. В приветствии мы желаем друг другу здоровья, мира, счастья. В одном из стихотворений русский советский писатель Владимир Алексеевич Солоухин (1924—1997) написал:

Здравствуйте!

Поклонившись, мы друг другу сказали,
Хотя были совсем незнакомы. Здравствуйте!

Что особого тем мы друг другу сказали?

Просто «Здравствуйте», больше ведь мы ничего не сказали.

Отчего же на капельку солнца прибавилось в мире?

Отчего же на капельку радостней сделалась жизнь?

Постараемся ответить на вопросы: «Как приветствовать?», «Кого и где приветствовать?», «Кто приветствует первым?»

Входя в кабинет (комнату, приемную), принято приветствовать находящихся там людей, даже если вы не знакомы с ними. Первым здоровается младший, мужчина с женщиной, подчиненный с начальником, девушка с пожилым мужчиной, но при рукопожатии порядок обратный: первым руку подает старший, начальник, женщина. Если женщина ограничивается при приветствии поклоном, то мужчине не следует протягивать ей руку. Не принято обмениваться рукопожатием через порог, стол, через какую-либо преграду.

Здороваясь с мужчиной, женщина не встает. Мужчине, здороваясь, всегда рекомендуется вставать, за исключением случаев,



Первым руку подает старший, начальник, женщина

когда это может потревожить окружающих (театр, кино) или когда это сделать неудобно (например, в машине). Если мужчина желает подчеркнуть особое расположение к женщине, то при приветствии он целует ей руку. Женщина подает руку ребром ладони к полу, мужчина поворачивает ее руку так, чтобы она была сверху. Рекомендуется наклониться к руке, но прикасаться к ней губами не обязательно, при этом помните, что прикасываться к руке дамы лучше в помещении, а не на улице. Правила приветствовать друг друга действуют у всех народов, хотя формы проявления этих правил могут существенно различаться.

Обязательным условием делового контакта является **культура речи**. Культурная речь — это прежде всего правильная, грамотная речь и, кроме того, верный тон общения, манера разговора, точно подобранные слова. Чем больше словарный запас (лексикон) человека, тем он лучше владеет языком, больше знает (является интересным собеседником), легче выражает свои мысли и чувства, а также лучше понимает себя и других.

Специалисты рекомендуют:

- следить за правильным употреблением слов, их произношением и ударением;
- не использовать обороты, содержащие лишние слова (например, «абсолютно новый» вместо «новый»);

- избавляться от слов-«паразитов» («так сказать», «такая», «ну» и т.д.);
- избегать заносчивости, категоричности и самонадеянности.

Привычка говорить «спасибо», вежливость и учтивость, использование подходящего языка и умение одеваться соответствующим образом относятся к числу ценных черт, которые увеличивают шансы на успех.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что означает слово «этикет»?
2. Сформулируйте основные принципы делового этикета.
3. Почему по речи судят об общей культуре человека?
4. Подготовьте сообщения (доклады): «Роль этикета в моей будущей профессии»; «Значение культуры речи в профессиональной карьере».
5. Вспомните кинофильм Э.Рязанова «Служебный роман», в котором Лия Ахеджакова замечательно сыграла роль секретарши. Какие принципы делового этикета ее героиня нарушала?
6. Какие основные формы обращения и приветствия вы используете в повседневной жизни?

1.4. ВНЕШНИЙ ОБЛИК ЧЕЛОВЕКА

«По одежке встречают, по уму провожают», — говорит русская народная мудрость.

Часто приходится слышать о том, что нельзя делать вывод о человеке по первому впечатлению. Однако, по подсчетам психологов, люди в 85 случаях из 100 свое отношение к другому человеку строят на основе внешнего впечатления. Особенности внешнего вида человека информируют нас о возрасте, социальной, национальной и профессиональной принадлежности. Вот почему в общении важны и сказанные слова, и внешний вид.

С древних времен люди стремились к совершенству. Умение сделать себе имидж (образ), создать у себя и окружающих уверенность в собственной привлекательности и яркой индивидуальности — это искусство, которое постигалось веками. Человек



При выборе одежды важно уметь подобрать гардероб в соответствии со своей внешностью, возрастом, вкусом и ситуацией, а не слепо идти за модой

учился создавать свой образ при помощи одежды, макияжа, прически. Умение красиво одеваться в соответствии с жизненными ситуациями — это талант. Нелепо смотрится вечерний туалет в дневное время, а уж если в таком наряде явиться на службу, до которой добираться на общественном транспорте, — это гротесковая ситуация.

Главной ошибкой, по словам признанного специалиста в области деловой одежды Дж.Т.Моллой, является слишком преувеличенное значение своей привлекательности и усердное следование моде. Действительно, люди, особенно молодежь, забывают, что **мода** предлагает общее направление, безликий стандарт, который не подчеркивает индивидуальность. В выборе одежды важно уметь подобрать гардероб в соответствии со своей внешностью, возрастом, вкусом и ситуацией, а не слепо идти за модой. Человек должен выработать свой **стиль** в одежде, поскольку мода переменчива, а стиль остается. Вам, наверное, знакома ситуация: одежда модная, хорошо сидит на фигуре и цвет ваш, но не радует глаз, не греет душу — это означает, что одежда не вписывается в ваш стиль, не соответствует вашему образу и характеру.