

Этика и этикет делового человека

ЛЕКЦИЯ 8

План

1. Понятие коммуникативной личности делового человека.
2. Образ и стереотипы делового человека.
3. Коммуникативно-речевое пространство делового человека.
4. Типы речевой культуры делового человека.
5. Причины возникновения конфликтов в деловом общении.

Понятие коммуникативной личности делового человека

Коммуникативная личность — это личность, проявляющая себя в коммуникации, в процессах общения.

Коммуникативной личности свойственны характерные коммуникативные **компетенции**, определенный набор коммуникативных стратегий, актуальная тематика общения, обнаруживающая специфику сознания, типичные языковые ресурсы, использующиеся в разговоре.

Понятие коммуникативной личности делового человека

Коммуникативная стратегия — это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной **цели**, т.е. планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов и реализация этого плана.

Многие исследователи рассматривают коммуникативные стратегии как способ организации речевого поведения в соответствии с замыслом, **интенцией** коммуниканта.

Понятие коммуникативной личности делового человека

На формирование коммуникативной личности оказывают влияние несколько **факторов**, среди которых **национальность, возраст, пол, образование, профессия**. Определяющую роль в этом ряду играет именно профессиональная принадлежность человека.

Представители профессиональных сообществ характеризуются особым набором коммуникативных черт. Коммуникативная личность делового человека в этом смысле проявляет яркое своеобразие.

Для того чтобы выявить черты этого своеобразия, необходимо определить понятие "**деловой человек**".

Понятие коммуникативной личности делового человека

Понятие "деловой человек" в современной России довольно **расплывчато**. В сознании россиян деловой человек ассоциируется с несколькими **категориями** работающих граждан.

Прежде всего, это люди, занятые **частной предпринимательской деятельностью**, — предприниматели, бизнесмены, владельцы частной собственности.

Понятие коммуникативной личности делового человека

Категория "деловые люди" включает и **наемных руководителей производства** как высокого — **топ-менеджер**, так и среднего уровня — **менеджер**.

Традиционно работают в деловой сфере и **чиновники**. Каждая группа имеет социально-профессиональную специфику, обладает присущей только ей деловой культурой.

Образ и стереотипы делового человека

Стереотип — это устойчивое, часто упрощенное мнение относительно людей или ситуаций. Он зачастую позволяет судить о людях по ассоциации.

Люди всегда стремятся иметь полную информацию, поэтому каждый вырванный из контекста факт они дополняют собственными представлениями о том, какими должны быть отсутствующие факты.

Типичные стереотипы:

- ❑ «Все чиновники воруют».
- ❑ «Все преподаватели берут взятки».
- ❑ «Спортсмен не может быть умным, он развит только физически».
- ❑ «Женщина не может управлять бизнесом» и т. д.

Стереотипы в деловом общении мешают объективно оценить деловые и личные качества человека, выстроить с ним общение, поэтому **следует избегать стереотипов**, ведь деловое взаимодействие очень многообразно.

Коммуникативно-речевое пространство делового человека

Коммуникативная личность предпринимателя формируется общностью корпоративного сознания, которое выражается в наборе важнейших тем, организующих коммуникацию. Главная тема, преобладающая в коммуникативном пространстве предпринимателя, — **дело**.

О деле говорят всегда, в любых ситуациях. Занятостью на работе гордятся. Именно *дело* организует жизненное пространство предпринимателя. Вся жизнь не только самих предпринимателей, но и членов их семей принадлежит, подчинена делу.

Коммуникативно-речевое пространство делового человека

Предприниматели часто говорят о своей несвободе от дела. Например, владелец сети аптек рассказывает:

Внутренне мы все равно на работе / Ты не можешь себя уволить с работы / отпустить себя в отпуск / находишься на привязи / у меня мобильный никогда не отключается / и у меня / вот / и у жены //.

Коммуникативно-речевое пространство делового человека

Важная роль в коммуникативном пространстве предпринимателей принадлежит понятию "деньги", однако проявляется это в речи опосредованно.

Люди развитого уровня культуры не «выпячивают» свою состоятельность, уровень их доходов в неофициальной речи получает только косвенное проявление, например в упоминании об отдыхе за границей, о марке машины, о домработнице и т.д.

Важность денег в речи предпринимателей проявляется в том, что кажется на первый взгляд абсурдом — в свободе от денег, позволяющей выйти на новый уровень жизни. Значение денег проявляется в возможности «жить так, как тебе хочется». Наличие денег обеспечивает уверенность в себе, в своих силах, высокую оценку своих сил, возможностей.

Типы речевой культуры делового человека

Важнейшей характеристикой коммуникативной личности предпринимателя является уровень его речевой культуры.

Речевая культура — это отношение человека к знаниям о языке, стремление (или его отсутствие) к их расширению, умение (или неумение) полученными знаниями воспользоваться.

Типы речевой культуры делового человека

Впервые понятие "тип речевой культуры" ввел в научный обиход исследователь Н.И. Толстой, определив его как характер отношения человека к языку, его нормам, к культурным и нравственным ценностям.

Согласно его идеям, в пределах национального русского языка существует **четыре типа речевых культур** — элитарный, просторечный, арготический, народно-речевой.

Каждый из этих типов обслуживает особую сферу распространения русского общенационального языка: элитарный тип речевой культуры работает в литературном языке, просторечным владеют необразованные или малообразованные городские жители, арготическим — криминальные и полукриминальные круги общества, народно-речевым — носители диалектов.

Типы речевой культуры делового человека

Литературный язык действительно является сферой реализации **элитарного типа** речевой культуры, но владеют таким типом речевой культуры далеко не все носители литературного языка.

Наши современники, говорящие на **литературном русском языке**, являются носителями нескольких типов речевых культур в области литературного языка: **полнофункционального, неполнофункционального, среднелитературного и обиходного** (по мнению исследователя *Сиротининой О. Б.*, см. ее работу «Культура речи и речевая культура человека»).

Для удобства использования и в методических целях объединим полнофункциональный и неполнофункциональный типы речевой культуры в **высокий**, назовем среднелитературный тип речевой культуры **средним**, а обиходный, соответственно, **низким** типом речевой культуры.

Типы речевой культуры делового человека

Наблюдения за речью предпринимателей показывают, что самый распространенный тип речевой культуры в их профессиональной среде — **средний**.

В этом смысле предприниматели не отличаются от представителей других профессиональных сообществ, поскольку именно **средний тип речевой культуры** свойственен большинству населения современной России.

Однако все же предприниматели являются носителями различных типов речевых культур, речь которых различается по уровню грамотности, объему словаря, владению функционально-стилевой системой языка.

Типы речевой культуры делового человека

Прежде всего, учитываются уровень грамотности, наличие или отсутствие разного рода неправильностей. В речи носителей **высокого типа речевой культуры** они отсутствуют. Речь характеризуется абсолютной правильностью на всех уровнях.

Исключение составляет, например, профессионально обусловленное ударение: *газИрованная вода; или* ударение в таких группах глаголов, как *прОдали, уведоМили*; согласование подлежащего и сказуемого: *прошло ряд собраний* и т.п.

Типы речевой культуры делового человека

Речь предпринимателей **среднего типа речевой культуры** предполагает более широкий и стабильный круг **неправильностей**.

Допускаются ошибки в ударении: *начАл, звОнит, отзвОнится, обеспечЕние, квАртал, кетчУп.*

Много грамматических ошибок: *с Москвы, с Турции, с Китая, в корню, ездию, поехай.*

Типы речевой культуры делового человека

Низкий тип речевой культуры характеризуется сплошным полем грубых ошибок:

Больше я с вами делов иметь не буду //; то есть полученные средства // . Фамилию ихнюю упоминать не надо//; Я уехал с дома //; Какая у меня физаномия? Я отработал день/ какая может у меня физАномия быть? Вот / нормальная физАномия

Типы речевой культуры делового человека

Важным параметром, позволяющим различить уровни речевой культуры предпринимателей, является характеристика их **лексикона**, т.е. объем словаря, диапазон лексических средств, богатство или бедность синонимических рядов.

Если носители **высокого типа речевой культуры** в качестве синонимов используют весь широкий спектр слов, например устаревшие, книжные, разговорные, жаргонные слова, то носители средней и низкой культуры пользуются лексическими возможностями языка ограниченно.

Типы речевой культуры делового человека

Носители **высокого типа речевой культуры** широко используют заимствованную лексику, в том числе и малоизвестные термины иностранного происхождения: например *олигополия, репперный* (отраслевой) бизнесмен, активно приспособливают заимствования к системе русского языка (*бренд — брендовый, ревлон — ревноновский, бизнесмен — бизнесменка; бридж — бриджик*), используют иноязычные вкрапления, свободно владеют иностранными языками.

Заимствованная лексика в речи носителей **среднего типа речевой культуры** имеет иной характер, она менее разнообразна: *бутики, фитнес-центры, бонусы, шоу-программа, фирма, офис*.

В их речи отмечены ошибки в употреблении заимствованной лексики: *магазины в виде бутиков; подбор менеджменов и управленцев; идти на какие-то /свои нюансы //*.

Типы речевой культуры делового человека

В речи носителей **высокого типа речевой культуры** абсолютно исключены **обсценизмы**, т.е. ругательства в официальной ситуации. Однако в неофициальной обстановке они являются сигналами или раскрепощенного общения, или состояния эмоционального стресса. Носители этого типа речевой культуры используют заменители обсценизмов (*ё, блин*) как маркеры неофициальных дружеских отношений.

Носители **среднего типа речевой культуры** допускают в той или иной степени использование ругательств и в ситуации профессионального общения, и при общении с женщинами.

А представители **низкого типа речевой культуры** используют нецензурные слова без ограничений.

Типы речевой культуры делового человека

Такие составляющие языковой коммуникативной компетенции, как **выразительность и творческое своеобразие речи**, не свойственны предпринимателям и встречаются в их речи нечасто.

Немногочисленны примеры **словотворчества**: *заработки мизерабельные* (вместо мизерные); *афери-мошенничество недалекое такое*; *пичкать идеями*; *душить малый бизнес // С меня же срисовывают здесь / кондитерку срисовали уже //; ...ты должен административную структуру этого склада вообще перелопатить и сделать так / как тебе нужно / чтоб было легко управляться //* и т.д.

Типы речевой культуры делового человека

Таким образом, хотя предпринимателям в целом свойственен средний тип речевой культуры, в их среде встречаются и носители высокого и низкого типов речевых культур.

Речь представителей высокой речевой культуры, с одной стороны, и средней и низкой — с другой, различается не только в зависимости от того, знают ли они правила ударения, произношения, грамматического и лексического оформления речи, умеют ли пользоваться всеми лексическими и стилистическими возможностями языка, владеют или нет разными его стилями.

В большей степени различия связаны с **уровнем их общей культуры.**

Причины возникновения конфликтов в деловом общении

В сфере частного предпринимательства происходят **конфликты разного характера**.

Причины одних имеют социально-экономическую природу, причины других кроются в человеческой психологии, третьи возникают в результате собственно коммуникативных неудач. Конфликты в малом и среднем предпринимательских корпусах существенно отличаются от конфликтов в крупном бизнесе, в крупных компаниях и корпорациях.

Малый и средний бизнес представляют небольшие предприятия, владельцы которых часто не имеют специального образования, не знакомы с основами деловой коммуникации, руководят и «хозяйничают», «как бог на душу положит».

В этом случае наличие или отсутствие конфликтов напрямую зависит от уровня и типа речевой культуры предпринимателя.

Причины возникновения конфликтов в деловом общении

Конфликт – это всегда столкновение интересов, целей или мотивов, при котором ни одна из сторон не желает отступить.

Конфликт — это результат взаимодействия двух или более субъектов, имеющих взаимоисключающие цели и реализующих их один в ущерб другому. Конфликтам свойственна противоположность психологических установок и поведения, доходящая до психологической несовместимости, то есть неспособности партнеров продолжать совместную деятельность.

Деловой конфликт – это специфическое столкновение, которое возникает только в профессиональной сфере.

По некоторым оценкам более 65% проблем в организациях связаны с нарушением отношений, а не с профессиональными трудностями.

В среднем 25% времени руководителей уходит на разрешение конфликтов, но 70-80% из них в организациях так или иначе зависимы от деятельности руководства.

Люди, вовлеченные в конфликт, стараются искать себе сторонников, и поэтому он имеет тенденцию разрастаться. Конфликт не всегда деструктивен, иногда он несет в себе конструктивные выходы из сложившейся ситуации.

Этапы (цикл) конфликта

Основными этапами конфликта являются конфликтная ситуация, инцидент, кризис и разрыв отношений, завершение конфликта.

Конфликтная ситуация - такое положение сторон, при котором их интересы вступают в противоречие, но еще нет открытого столкновения. Элементы конфликтной ситуации: объект (неделим вообще или по справедливости); участники (оппоненты); признаки конфликта (дискомфорт, напряженность, недоразумение); результат конфликтной ситуации (исчезает с исчезновением объекта конфликта либо сохраняется, обостряется, трансформируется).

Инцидент - открытое столкновение сторон. Происходит случайно или целенаправленно и завершается либо **кризисом** и разрывом отношений, либо компромиссом.

Завершение конфликта выражается восстановлением сотрудничества, компромиссом, переходом конфликта из одного своего типа в другой.

Несмотря на то, что конфликт — это всегда процесс, он имеет определенные элементы, образующие его внутреннюю структуру :

1. Стороны конфликта (участники, оппоненты). В любом конфликте есть, как минимум, **две** конфликтующие стороны - отдельные индивиды или группы. Конфликты могут быть и многосторонними, когда во взаимодействии участвуют более двух сторон, различающихся по ролям в нем:

- участники конфликта делятся на **прямых** и **косвенных**. Среди прямых участников выделяют **просто активных** и **инициатора** (или зачинщика) конфликта. Косвенные участники могут явно или неявно поддерживать прямых участников или даже провоцировать конфликт для достижения собственных интересов;
- **организатор** конфликта — тот, кто его планирует и руководит его протеканием;
- **жертва** конфликта (пострадавший, тот, кто понес существенный урон от конфликта);
- **посредник** — это судья, который может содействовать уменьшению остроты или полному прекращению конфликта.

Элементы конфликта

2. **Предмет конфликта.** То, из-за чего возникает конфликт, объективно существующая или воспринимаемая в качестве таковой проблема; это то противоречие, ради разрешения которого стороны и вступают в конфликт. Предмет конфликта всегда реален и актуален. (Например, несправедливое, по мнению работников, отношение к ним, неумелое руководство и т. п.)

3. **Объект конфликта** — конкретная причина, видимая движущая сила конфликта. Он может быть реальным или ложным, потенциальным или актуальным, ложным и иллюзорным. Это материальная (ресурс), духовная (идея, норма, принцип и т. д.) или социальная (власть) ценность, к обладанию или пользованию которой стремятся оба оппонента.

Элементы конфликта

4. Условием конфликта является притязание одной из сторон на неделимость объекта, владение им. Таким объектом может быть что угодно: удобное месторасположение стола в офисе, размер прибавки к зарплате, авторское право, персональный автомобиль, предприятие, нефтяное месторождение и т. д., и т. п. Выделяют три типа объектов конфликта, которые:

- не могут быть разделены на части, владеть ими совместно с кем-нибудь невозможно;
- могут быть разделены на части в различных пропорциях;
- участники конфликта могут владеть ими совместно (это ситуация мнимого конфликта).

Элементы конфликта

5. ***Окружающая среда.*** Это совокупность объективных физических и социальных условий конфликта. Среда конфликта оказывает большое влияние на причины его возникновения и динамику.

Конфликты в деловых отношениях имеют нескольких разновидностей:

Реалистические. Целью таких столкновений является достижение каких-либо конкретных преимуществ и результатов.

Беспредметные. Их цель – обычная, ни с чем не связанная эмоциональная разрядка. В деловом общении второй вид конфликта почти не встречается.

Конструктивные. Носят созидательный характер.

Деструктивные. Являются разрушительными и часто выходят за рамки морально-этических норм.

Причины деловых конфликтов

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

- разные представления сотрудников о конечных целях деятельности;
- разный уровень интеллекта и образования;
- недостаток финансовых или человеческих ресурсов;
- неблагоприятные условия труда;
- несоответствие прав и обязанностей или неправильное их распределение в коллективе;
- неумение коллег правильно выстраивать коммуникацию друг с другом.

Причины деловых конфликтов

Эти причины приводят к тому, что деловые конфликты в коллективе, именуемые конструктивными, случаются с регулярной стабильностью.

Их устранение, прежде всего, означает избавление от причины, приведшей к разногласиям.

Кроме того, разрешение деловых конфликтов такого рода позволит улучшить производительность труда, а в дальнейшем приведет к развитию трудового коллектива и компании в целом.

Причины деловых конфликтов

Деструктивные конфликты в деловой среде рождаются благодаря субъективным причинам:

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

Причины деловых конфликтов

Такие конфликты являются крайне неприятными и последствия для делового общения могут быть весьма плачевными.

Отсутствие рабочего настроения, упадок сил и духа, формирование образа врагов в лице других коллег, враждебность в коллективе и нездоровая конкуренция вместо слаженности. Это лишь несколько примеров последствий деструктивного конфликта.

Чтобы этого не происходило, лучшим вариантом было бы предупреждение такого столкновения. Однако если инцидент уже произошел, то важно суметь его остановить.

Управление деловыми конфликтами

Разрешение конфликтов в деловом общении психологи рекомендуют провести в несколько этапов:

1. Для того чтобы враждующие стороны адекватно оценили ситуацию нужно чтобы они задались следующими вопросами:

- как я понимаю данную проблему? Что привело к возникновению конфликта?

- как мой оппонент видит эту проблему? В чем, по его мнению, причина конфликта?

- в каких вопросах мы с оппонентом расходимся во мнении, а в каких мы единогласны?

Управление деловыми конфликтами

2. Обе стороны должны определить, какие действия друг друга они считают неприемлемыми, а также найти цели, ради которых конфликт необходимо завершить.

3. Также конфликтующие должны определить, что им нужно сделать, чтобы разрешить конфликт. Какой из способов который они выбрали, вызывает у них чувство удовлетворения.

Управление деловыми конфликтами

После анализа данных вопросов и принятия решения о способе выхода из конфликта обе враждующих стороны должны реализовать этот способ. При этом важно объяснить, что саму ситуацию, которая послужила причиной разногласий вспоминать и снова прокручивать в голове категорически нельзя.

Предотвратить конфликты в деловом общении полностью практически невозможно. Но если каждый из сотрудников компании возьмет за правило следить за тем, чтобы споры и разногласия решались сразу, многих проблем удастся избежать.

Таким образом, причины конфликтов в предпринимательской среде носят социальный, экономический, психологический и культурно-речевой характер.

Конфликты малого и крупного бизнеса обнаруживают и различие, и сходство.

Актуальными причинами конфликтов в малом бизнесе выступают уровень культуры предпринимателя, кадровые проблемы, отношения как с партнерами, так и с подчиненными.

Конфликты крупного бизнеса являются результатом столкновения различных поведенческих стереотипов и ценностных установок.

