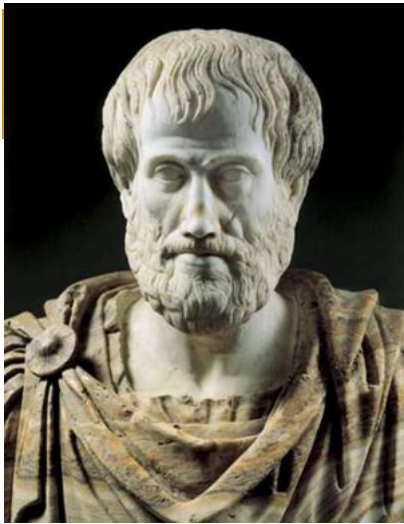


## **Лекция 1.**

# **Этика деловых отношений. Коммуникативная сторона общения**



РАСКАЗОВА ОЛЬГА АНАТОЛЬЕВНА, К.Э.Н.,  
ДОЦЕНТ ВШСТ ИПМЭИТ СПбПУ



**Основоположником этики** (от греч. «ethos» – обычай, порядок, традиция) был **Аристотель**, который в IV в. до н. э. ввел понятие «этический» для обозначения особых качеств человека – этических добродетелей.

**Этика** – область научных знаний, предметом изучения которой является мораль, нравственность как форма общественного сознания.



**Мораль** – система ценностей, существующая внутри общества, выполняющая функцию нормативного регулирования поведения человека.

Мораль подразумевает наличие **внешнего оценивающего субъекта** (других людей, общества, церкви и др.)

**Нравственность** – сфера духовной жизни человека и общества, включающая в себя различные принципы и нормы человеческого общежития.

Нравственность ориентирована **на внутренний мир человека** и его собственные убеждения.



**Деловая этика** — это совокупность этических принципов и норм, которыми должна руководствоваться менеджеры и сотрудники организации в своей деятельности.

*Основные проблемы **макроэтики**:*

- ✓ Отношения между организациями.
- ✓ Отношения между организацией и государством.
- ✓ Отношения между организацией и потребителями.
- ✓ Отношения между организацией и инвесторами.
- ✓ Отношения между организацией и местными сообществами.
- ✓ Отношения между организацией и окружающей средой.

*Основные проблемы **микроэтики**:*

- ✓ Этика и принятие управленческих решений.
- ✓ Власть и подчинение.
- ✓ Этика выгодных связей.
- ✓ Проблемы социальной ответственности.
- ✓ Проблема служебных разоблачений.

**«Декларация Ко»** является концентрированным сводом этических **принципов международного бизнеса**, принята **в 1994 г.** в Швейцарии.

*Принципы Декларации Ко:*

1. Ответственность бизнеса: от акционеров – к владельцам доли в бизнесе.
2. Экономическое и социальное влияние бизнеса: к прогрессу, справедливости и мировому сообществу.
3. Этика бизнеса: от буквы закона – к духу доверия.
4. Уважение правовых норм.
5. Поддержка многосторонних торговых отношений.
6. Бережное отношение к окружающей среде.
7. Избегать противозаконных действий.

**Деловое общение** – процесс установления и развития контактов между людьми, вызванный потребностью в совместной деятельности, проявляется в обмене информацией, в восприятии людьми друг друга и во взаимодействии людей друг с другом.



# Особенности делового общения

- регламентированность;
- строгое соблюдение его участниками формально-ролевых принципов взаимодействия;
- повышенная ответственность участников за его результат;
- строгое отношение к использованию его участниками речевых средств;
- наличие разных типов отношений между его участниками (субординационные и партнерские отношения).

**Цель делового общения** – организация плодотворного сотрудничества, создание оптимальных условий для успешного решения задач, стоящих перед организацией и отдельными сотрудниками.

В общении выделяют *три взаимосвязанные стороны*:

1. **Коммуникативная сторона** (коммуникация в узком смысле слова) состоит в *обмене информацией* между общающимися индивидами.
2. **Перцептивная сторона** общения означает *процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установления на этой основе взаимопонимания*.
3. **Интерактивная сторона** заключается в организации *взаимодействия* между общающимися индивидами.



# ПОНЯТИЕ КОММУНИКАЦИИ

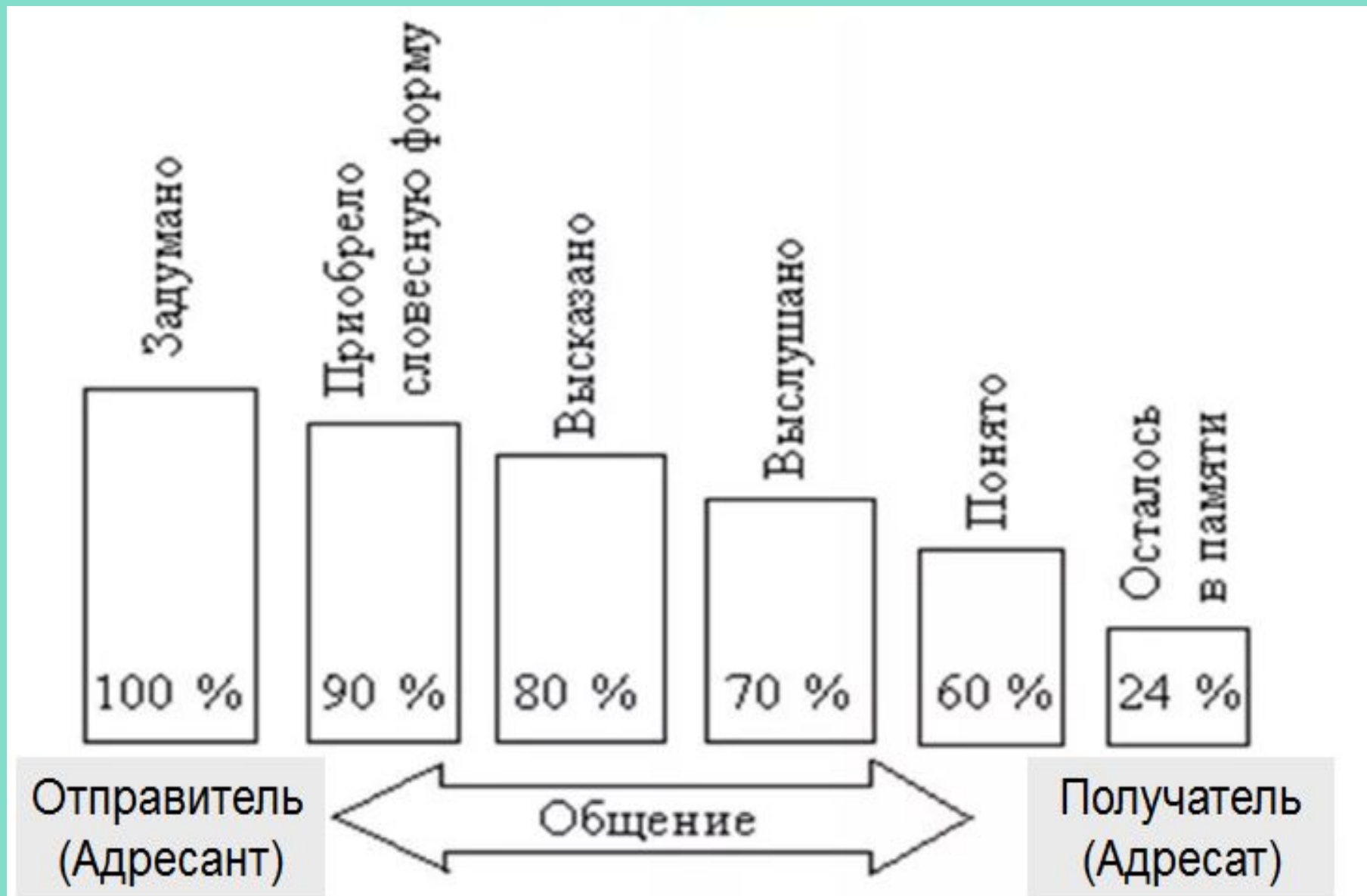
**Коммуникация** (лат. *communicatio* - сообщение, передача)

- процесс обмена информацией (*широкий смысл*)
- общение людей в процессе их совместной деятельности, обмен идеями, мыслями, чувствами, информацией (*узкий смысл*)

**Основа коммуникации** – коммуникационный процесс (*обмен информацией между двумя людьми и более*).

**Основная цель коммуникационного процесса** – обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена

# ПОТЕРИ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ОБЩЕНИИ



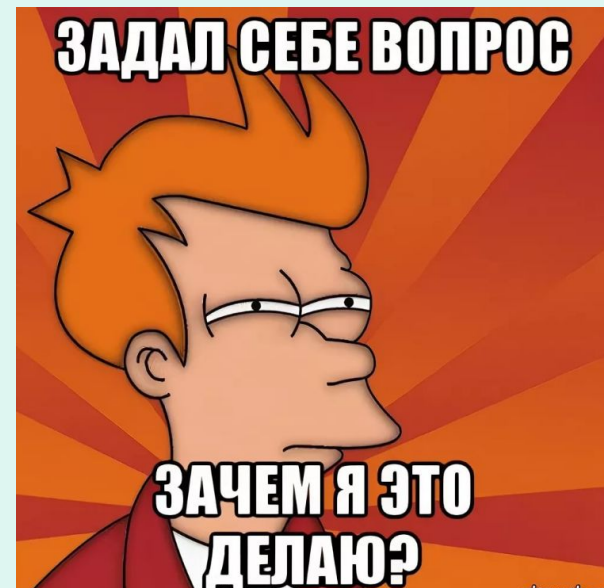
# БАРЬЕРЫ ОБЩЕНИЯ

**"Барьер" общения («шум»)** – это все что препятствует коммуникации, нарушает или искажает ее.



# 1. Мотивационный барьер

- ...возникает, если у партнеров разные **МОТИВЫ** вступления в контакт.
- *Например:* один заинтересован в развитии общего дела, а другого интересует только немедленная прибыль.



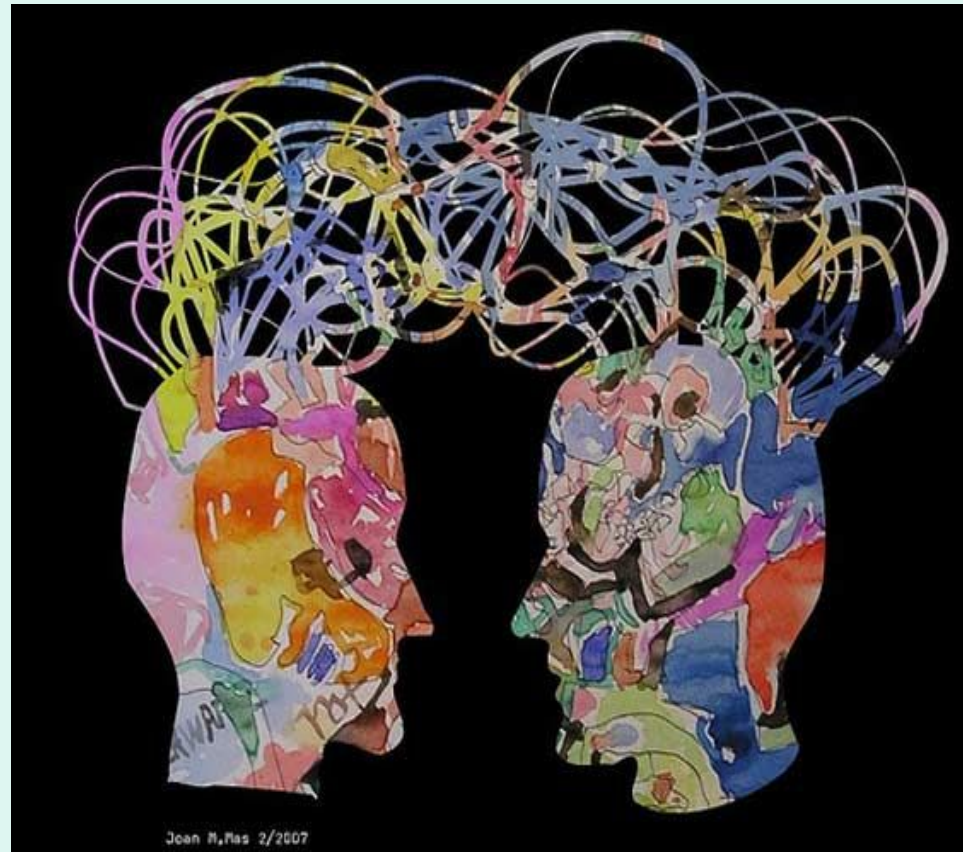
## 2. Этический барьер



**возникает тогда, когда взаимодействию с партнером мешает его нравственная позиция, несовместимая с вашей.**

# 3. Стилистический барьер -

**ЭТО  
несоответствие  
формы  
предоставления  
информации к ее  
содержанию.**



# 4. Семантический барьер -

происходит от различного понимания смысла слов отправителем и получателем информации.

- ✓ любое слово имеет обычно не одно, а несколько значений;
- ✓ «смысловые» поля у разных людей разные;
- ✓ зачастую используются жаргонные слова, тайные языки, часто употребляемые в какой-либо группе образы, примеры.

Бабушка подралась с внуком, доказывая ему, что чайник - посуда, мышь - животное, лайки - собаки, а ссылка - это Ленин в Шушенском!




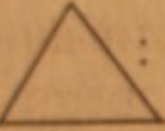
# 5. Логический барьер (неумение выразить свои мысли)


- возникает, если человек, с нашей точки зрения, говорит или делает что-то в противоречии с правилами логики;
- тогда мы не только отказываемся его понимать, но и эмоционально воспринимаем его слова отрицательно.

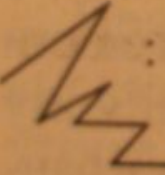


# ПСИХОГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ТИПЫ ЛЮДЕЙ И ОСОБЕННОСТИ ИХ МЫШЛЕНИЯ

 : а б в г д е ё ж з ....  
Детализируя до мелочей, излагая подробно, скрупулезно

 : .....(суть).....  
Сообщает лишь главное, детали опускает, говорит коротко и четко

 : а ..... д ..... к ..... с .....  
Излагает мысль сумбурно, непоследовательно, “рваная” и порой не законченная мысль

 : а ..... я  
Мысль делает искрометные, отчаянные прыжки, детали исключены

Доказательства подробные, аргументы веские, подтвержденные конкретными цифрами, фактами, точными сведениями.

Доказательства жесткие, конкретные, давление на партнера, в случае несогласия – силовое воздействие.

Аргументы типа: мне кажется, я чувствую; из частного, одного случая делаются обобщенные выводы; уход от предмета; рассказ о чувствах и отношениях.

Мыслит образно, мозаично, концептуально, вместо аргументов – образ, метафора, концепция, модель, иллюстрация, ход мысли правильный и интересный, но не всем понятный.

## **6. Фонетический барьер (плохая техника речи)**

**- Это препятствие, создаваемое особенностями речи говорящего.**

- Темп и скорость речи;**
- Тон речи;**
- Логические ударения;**
- Дикция, артикуляция;**
- Неречевые проявления голоса (хихикание, смешки, зевота и т.п.);**
- Звуки-разделители («э-э-э», «хм-м-м»), слова-паразиты;**
- Ошибки при ударении.**

# 7. Барьер «авторитет»

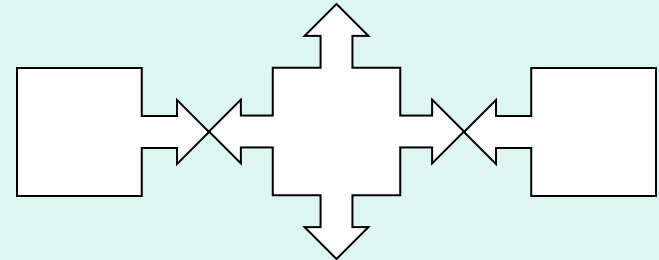
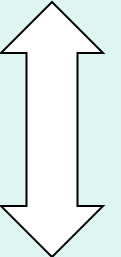
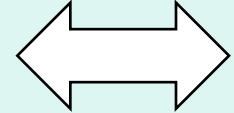
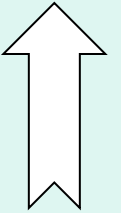
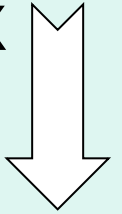
- Разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывается в доверии другим.

# 8. Барьер модальностей

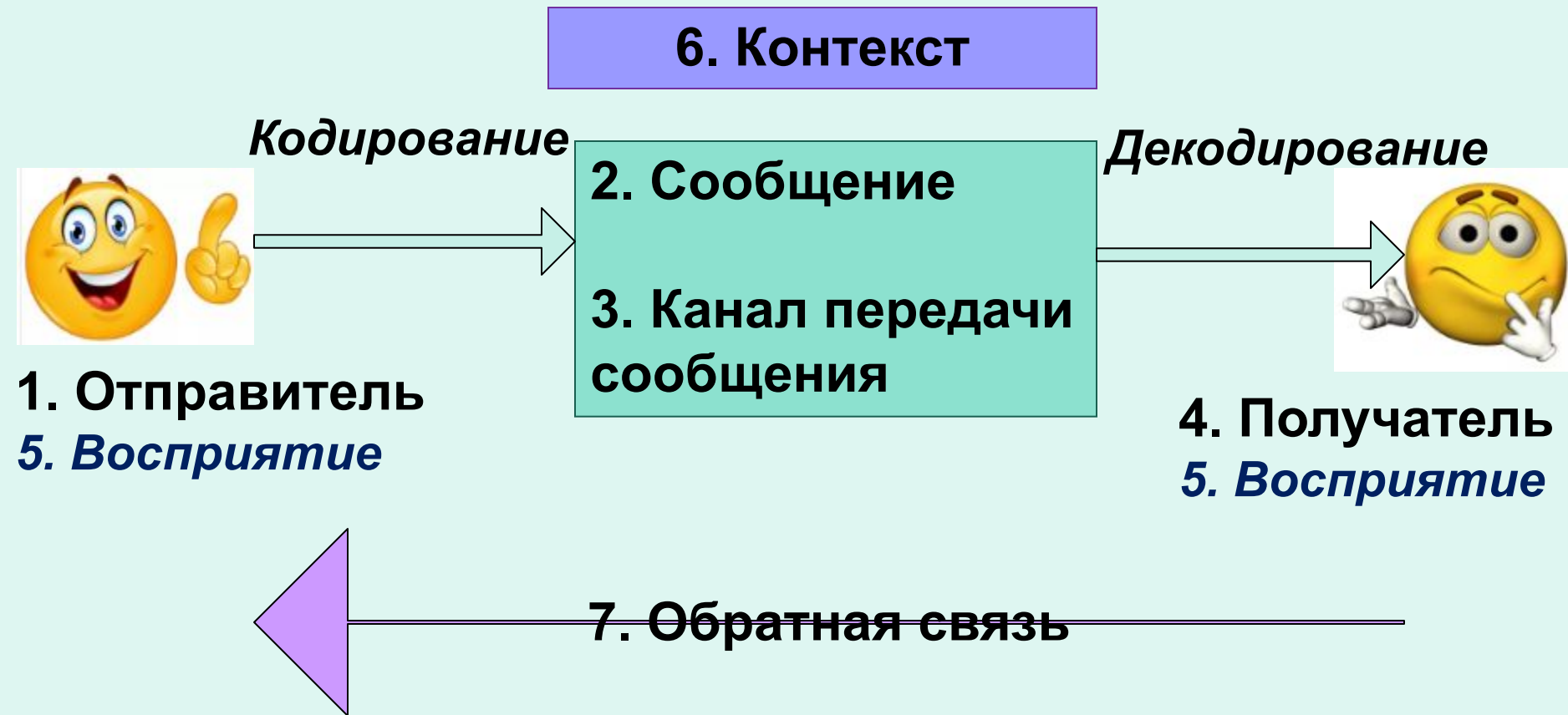
- возникает тогда, когда человек не задумывается о приоритетном канале восприятия информации.

# Система коммуникаций в организации

1. нисходящий уровень вертикальных коммуникаций
2. восходящий уровень вертикальных коммуникаций
3. коммуникации по горизонтали
4. коммуникации между руководителем и подчиненным
5. коммуникации между формальными группами и сообществами



# МОДЕЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА



# ЭЛЕМЕНТЫ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ

**Кодирование** – процесс превращения мысли в сообщение (их вербализация).

**Декодирование** – процесс понимания слов высказывания или превращения слов в мысль.



**1. Отправитель** – лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее.



**2. Сообщение** – информация, закодированная с помощью символов.



**3. Канал** – средство передачи информации.



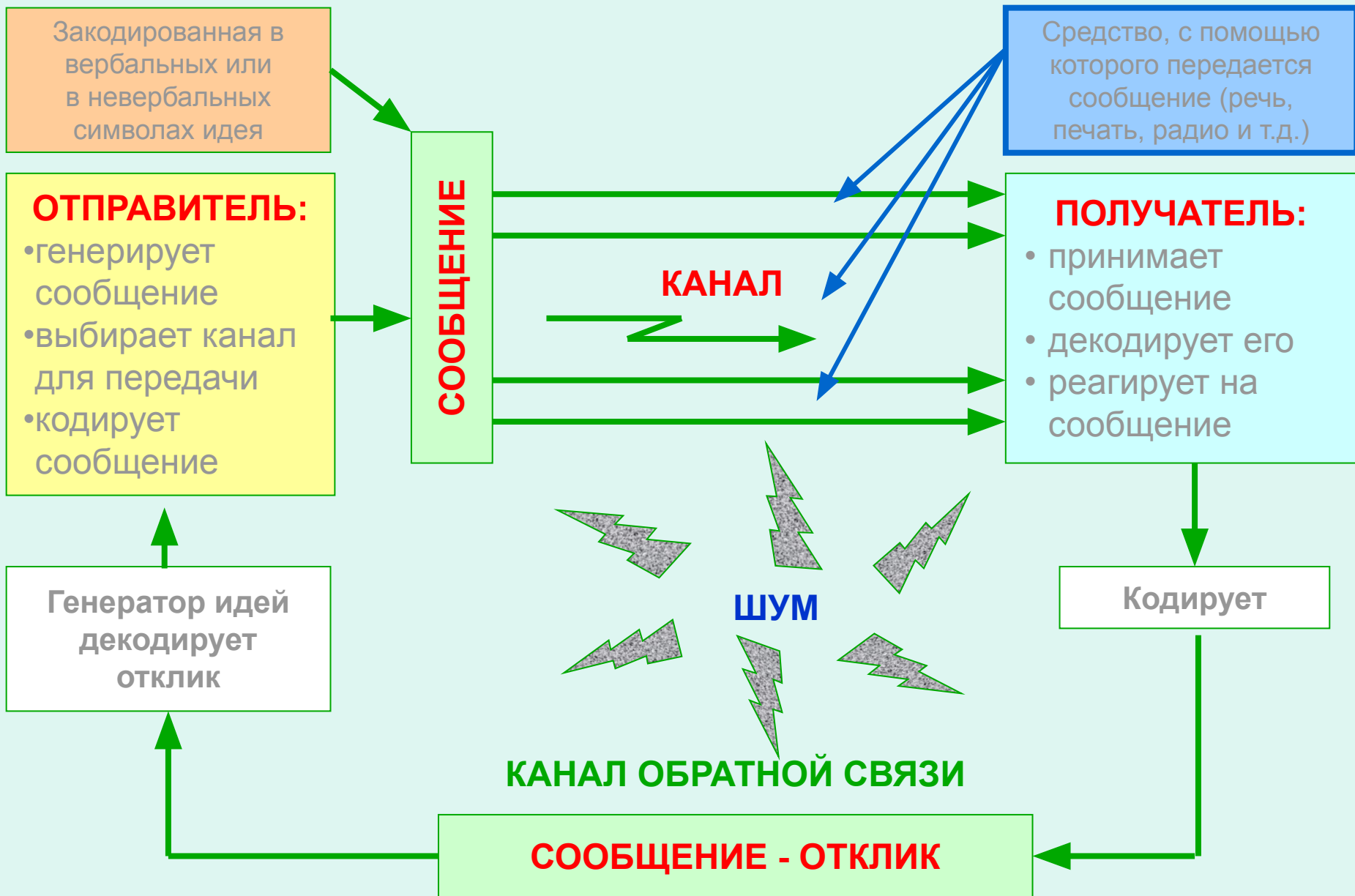
**4. Получатель** – лицо, которому

**5. Восприятие** – информация и которое предназначена для ее интерпретации участниками коммуникации с целью ее понимания (с т.з. их опыта, установок и др.).

**6. Контекст** – это обстоятельства (условия), в которых происходит коммуникация (место, время и т.п.).

**7. Обратная связь** – это реакция получателя на сообщение

# ПРОЦЕСС КОММУНИКАЦИЙ





**Спасибо за внимание!**