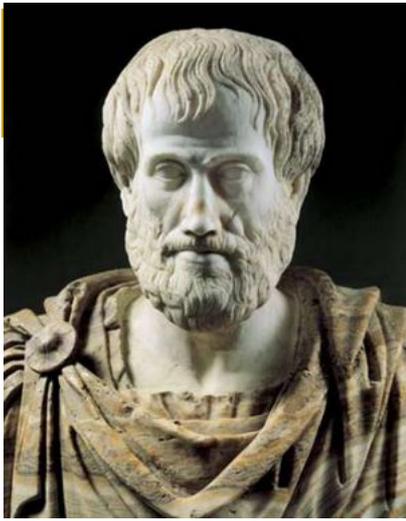


Лекция 1.

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

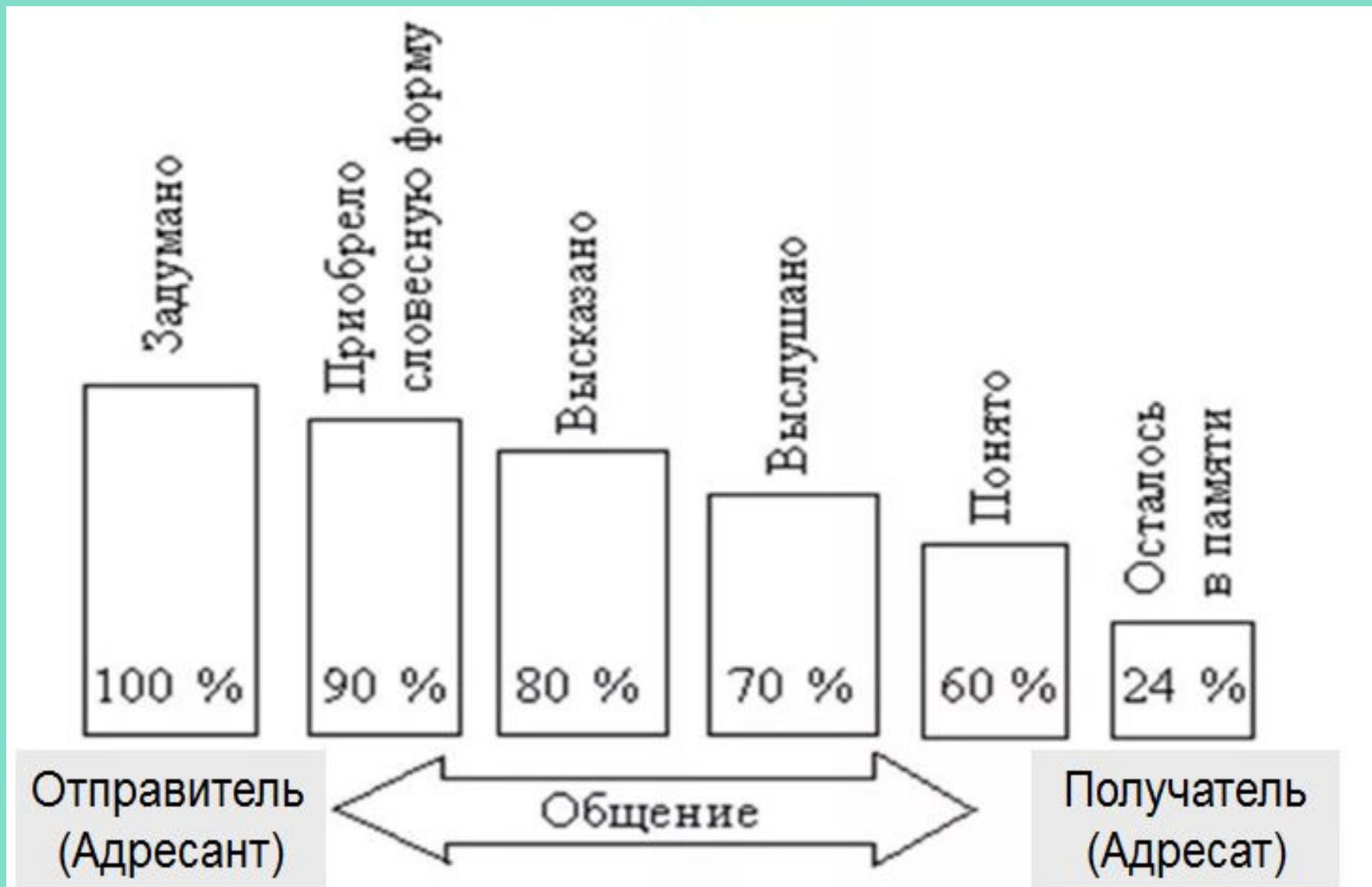
Коммуникация (лат. *communicatio* - сообщение, передача)

- 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



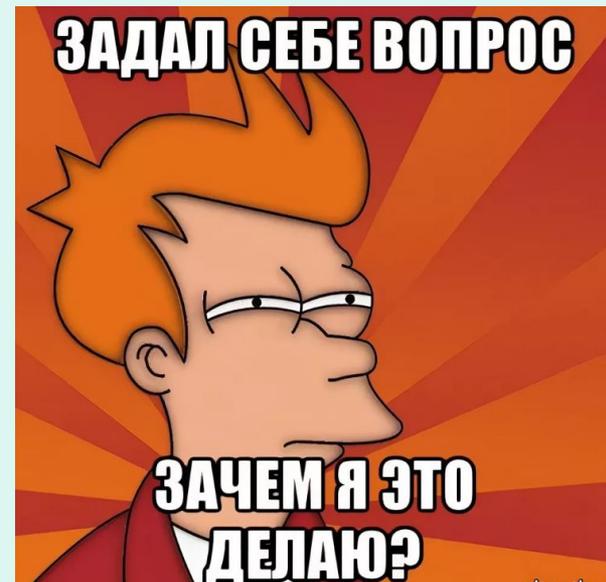
БАРЬЕРЫ ОБЩЕНИЯ

"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!

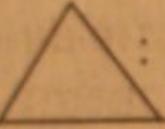


5. Логический барьер (неумение выразить свои мысли)

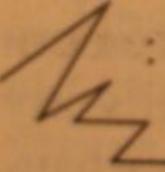
- возникает, если человек, с нашей точки зрения, говорит или делает что-то в противоречии с правилами логики;
- тогда мы не только отказываемся его понимать, но и эмоционально воспринимаем его слова отрицательно.

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»

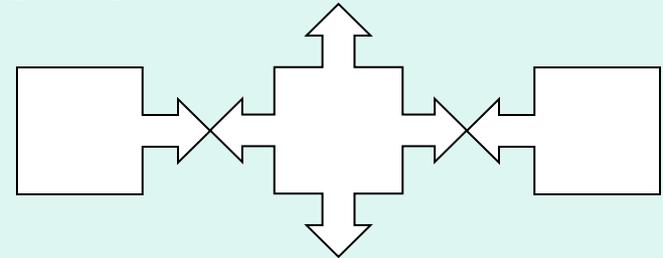
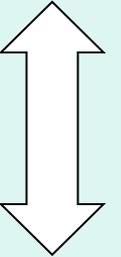
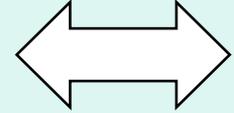
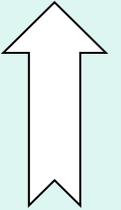
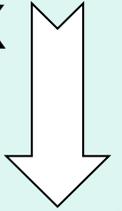
- Разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывается в доверии другим.

8. Барьер модальностей

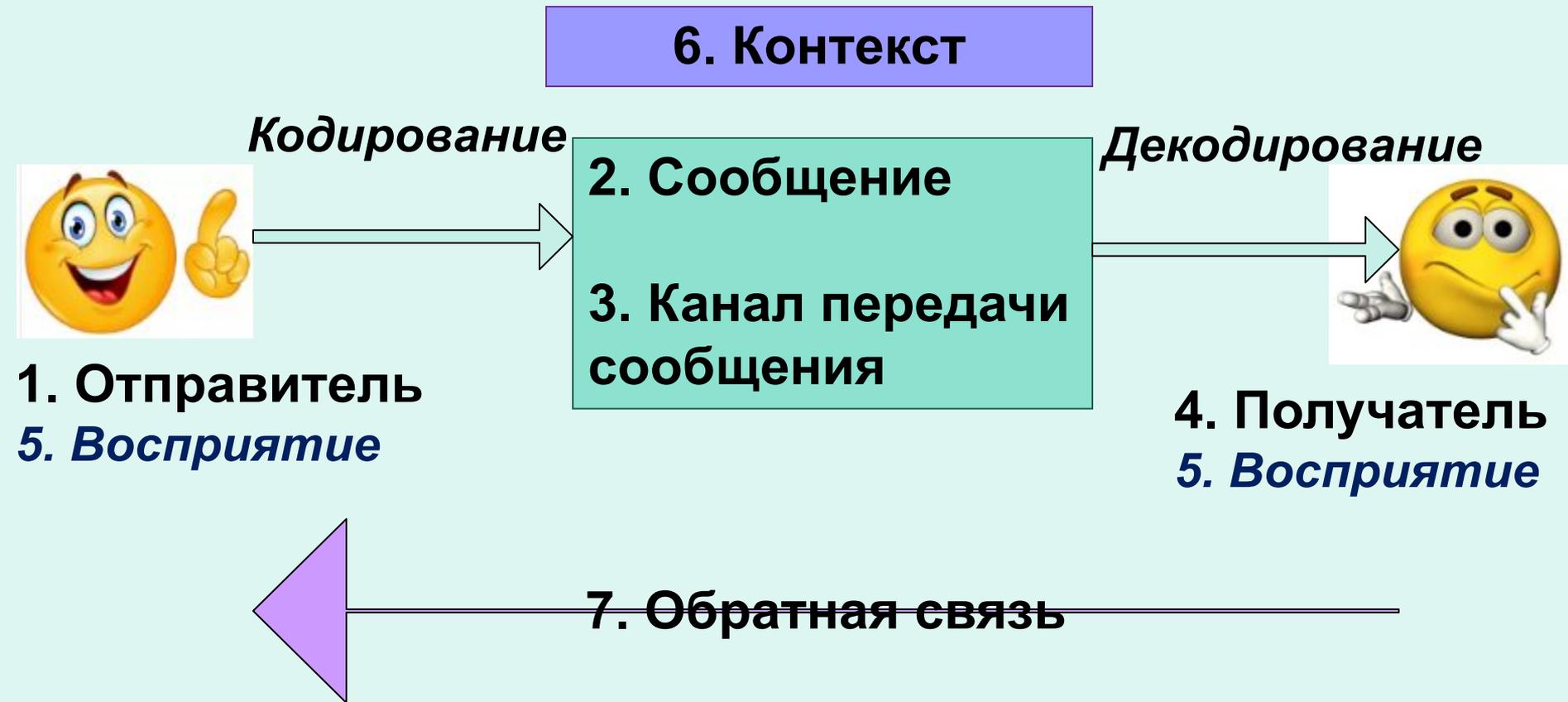
- возникает тогда, когда человек не задумывается о приоритетном канале восприятия информации.

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



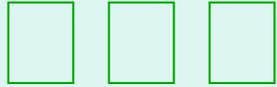
МОДЕЛЬ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОЦЕССА



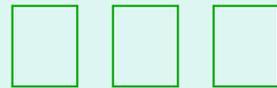
ЭЛЕМЕНТЫ ПРОЦЕССА КОММУНИКАЦИИ

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.



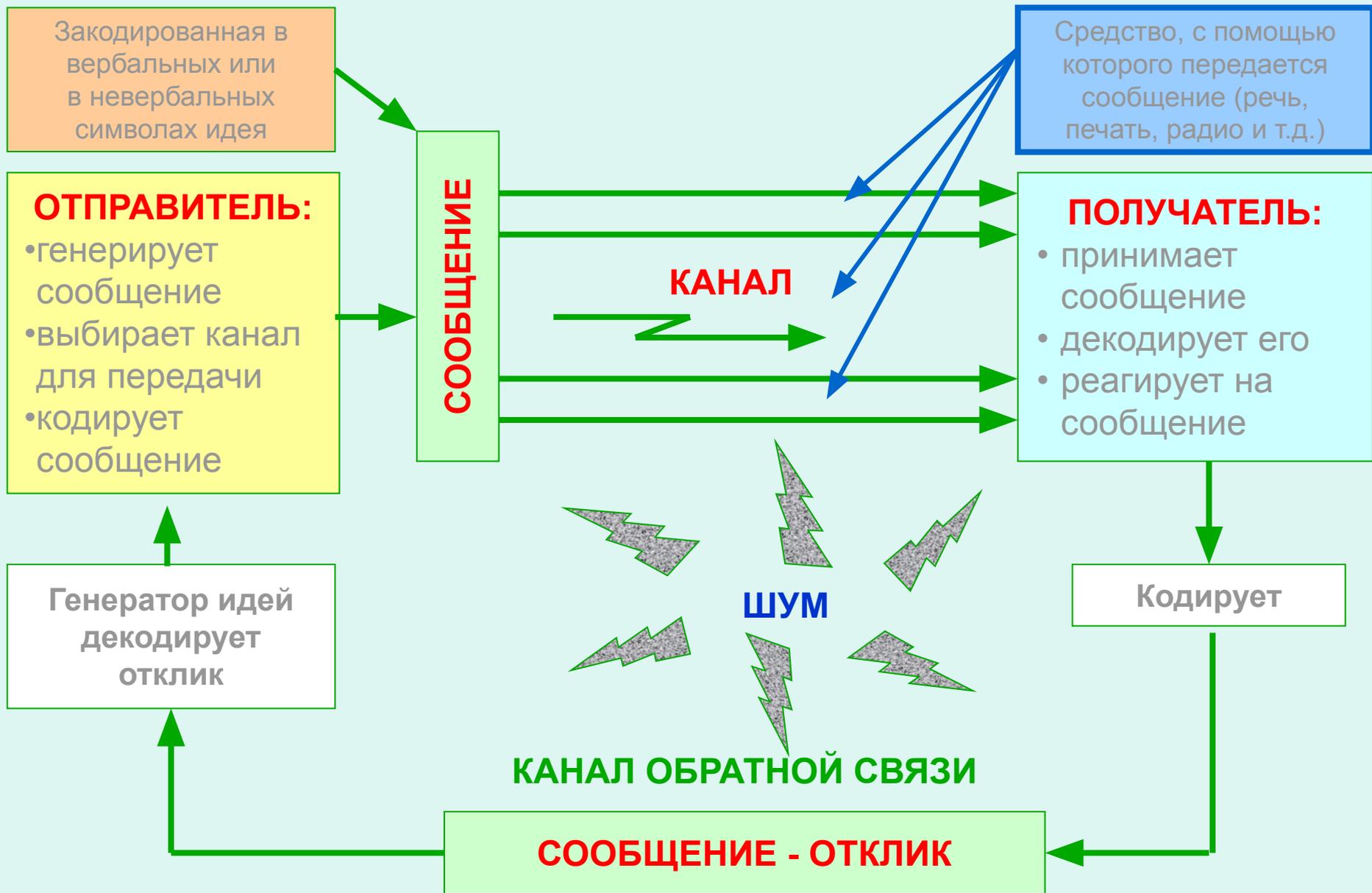
4. Получатель – лицо, которому

5. Восприятие – предназначена информация и которое интерпретирует ее участниками коммуникации с уникальным пониманием (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!