

Корпоративный этикет и культура общения

Алина Пестова, Александр Макогонов

Казахская академия спорта и туризма (КазАСТ), Алматы, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель данной статьи – раскрыть особенности корпоративного этикета и культуры общения. В статье затрагиваются такие темы как: коммуникативная культура, показатели культуры речи в деловом общении, виды, формы и стили корпоративного общения. Особое внимание уделено навыкам, которыми человеку необходимо обладать для общения в деловых кругах. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме корпоративному этикету и культуре общения, так как в любой ситуации необходимо иметь хороший словарный запас, грамотно поставленную речь, умение правильно выходить из трудного разговора и обладать всеми необходимыми навыками для работы и делового общения.

Ключевые слова: коммуникативная культура, этикет, общение, собственная личность

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования: В статье затрагиваются такие темы как: коммуникативная культура, показатели культуры речи в деловом общении, виды, формы и стили корпоративного общения. Особое внимание уделено навыкам, которыми человеку необходимо обладать для общения в деловых кругах. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме корпоративному этикету и культуре общения, так как в любой ситуации необходимо иметь хороший словарный запас, грамотно поставленную речь, умение правильно выходить из трудного разговора и обладать всеми необходимыми навыками для работы и делового общения. В настоящее время актуальность данной темы высока, так как необходимо прививать новые навыки общения, с деловой и профессиональной точки зрения, время идет вперед, а значит многое меняется. Сейчас уже необходимо соблюдать этикет общения не только в устной форме, а также в письменном и электронном виде. Необходимо развивать социально-психологические умения, то есть ситуативно уметь понимать, когда можно или не стоит вступать в общение, когда необходимо снизить общение или наоборот подогреть разговор, уметь определять, когда нужно заканчивать разговор, научиться определять эмоциональный тон собеседника и подстраиваться, также необходимо научиться общению без психологических барьеров чтобы вам и вашему собеседнику было комфортно, заучить значение жестов, поз и ритма поведения, и уметь достигать поставленной цели.

Проблема исследования. Несмотря на то, что кризис в некоторой степени смягчил усиление технологического разрыва, развитие цифровой экономики в отдельных странах нуждается в дальнейшем государственном регулировании и институциональном оформлении. В ближайшем будущем работодатели столкнутся с нехваткой рабочей силы для удовлетворения новых требований, но такая же острая проблема затронет значительную часть населения трудоспособного возраста, которая не будет востребована в новых реалиях цифровой жизни. Готова ли отечественная экономика к краткосрочной и среднесрочной цифровизации, поскольку цифровой мир уже вошёл в нашу повседневную жизнь в большинстве своих сегментов?

Цель - раскрыть особенности корпоративного этикета и культуры общения.

Задачи:

1. Обсудить коммуникативную культуру в деловом общении;
2. Представлять показатели культуры речи в деловом общении;
3. Выявить управление корпоративным общением.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ научной литературы, синтез, обобщение. Анализ научной литературы. В данной статье при анализе текстов разных авторов используются определенные компоненты, такие как коммуникативная культура, этикет, общение, собственная личность, будут отделены от целого и проанализированы для обоснования цели.

Выполняется систематический анализ данных. Методологическое направление исследования, в основе которого лежит анализ взаимосвязей и связей сложного целостного объекта со многими элементами их совокупности. В этой статье некоторые компоненты, такие как коммуникативная культура, этикет, общение, собственная личность, будут проанализированы как часть целого.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ДИСКУСИЯ

Коммуникативная культура в деловом общении. Знания, умения, навыки в области организации взаимодействия людей и собственно взаимодействия в деловой сфере, позволяющие устанавливать психологический контакт с деловыми партнерами, добиваться точного восприятия и понимания в процессе общения, прогнозировать поведение деловых партнеров, направлять поведение деловых партнеров к желательному результату — все это включает в себя коммуникативная культура.

В основе коммуникативной культуры лежат общепринятые нравственные требования к общению, неразрывно связанные с признанием неповторимости, ценности каждой личности: вежливость, корректность, тактичность, скромность, точность, предупредительность.

Человек с высоким уровнем коммуникативной культуры обладает:

- эмпатией — умением видеть мир глазами других, понимать его так же, как они;
- доброжелательностью — уважением, симпатией, умением понимать людей, не одобряя их поступки, готовностью поддерживать других;
- аутентичностью — способностью быть самим собой в контактах с другими людьми;
- конкретностью — умением говорить о своих конкретных переживаниях, мнениях, действиях, готовностью отвечать однозначно на вопросы;
- инициативностью — способностью «идти вперед», устанавливать контакты, готовностью браться за какие-то дела в ситуации, требующей активного вмешательства, а не просто ждать, когда другие начнут что-то делать;
- непосредственностью — умением говорить и действовать напрямую;

- открытостью — готовностью открывать другим свой внутренний мир и твердой убежденностью в том, что это способствует установлению здоровых и прочных отношений с окружающими, искренностью;
- восприимчивостью — умением выражать свои чувства и готовностью принимать эмоциональную экспрессию со стороны других;
- любознательностью — исследовательским отношением к собственной жизни и поведению, готовностью принимать от людей любую информацию о том, как они воспринимают тебя, но при этом быть автором самооценки.

Человек начинает лучше понимать других, если познает следующие аспекты собственной личности:

- собственные потребности и ценностные ориентации, технику личной работы;
- свои перцептивные умения, т. е. способность воспринимать окружающее без субъективных искажений, без проявления стойких предубеждений в отношении тех или иных проблем, личностей, социальных групп;
- готовность воспринимать новое во внешней среде;
- свои возможности в понимании норм и ценностей других социальных групп и других культур;
- свои чувства и психические состояния в связи с воздействием факторов внешней среды;
- свои способы персонализации внешней среды, т. е. основания и причины, по которым что-то во внешней среде рассматривается как свое, в отношении которого проявляется чувство хозяина.

Необходимо развивать следующие социально-психологические умения:

- психологически, верно, и ситуативно обусловлено вступать в общение;
- поддерживать общение, стимулировать активность партнера;
- психологически точно определять «точку» завершения общения;
- максимально использовать социально-психологические характеристики коммуникативной ситуации, в рамках которой разворачивается общение;
- прогнозировать реакции партнеров на собственные действия;
- психологически настраиваться на эмоциональный тон собеседника;
- овладевать и удерживать инициативу в общении;
- провоцировать «желательную реакцию» партнера по общению;
- формировать и «управлять» социально-психологическим настроением партнера по общению;
- преодолевать психологические барьеры в общении;
- снимать излишнее напряжение;
- психологически и физически «соответствовать» собеседнику;
- адекватно ситуации выбирать жесты, позы, ритм своего поведения;
- мобилизовываться на достижение поставленной коммуникативной задачи.

Не менее важными составляющими коммуникативной культуры являются знания, умения и навыки, относящиеся к речевой деятельности, т. е. культура речи. В речевой деятельности можно выделить три стороны: содержательную, выразительную и побудительную.

Содержательная сторона речи характеризуется богатством, значительностью и доказательностью мыслей. Выразительность речи связана с ее эмоциональной окрашенностью: речь может быть яркой, образной, энергичной или, наоборот, сухой, вялой, тусклой.

Побудительная сторона речевой деятельности состоит во влиянии ее на мысли, чувства и волю слушателя. От уровня речевой культуры, охватывающей содержательную, выразительную и побудительную стороны, зависит степень восприятия речи слушателями.

Показатели культуры речи в деловом общении:

- словарный состав (исключаются оскорбляющие слух (нецензурные), жаргонные слова, диалектизмы);
- словарный запас (чем он богаче, тем ярче, выразительнее, разнообразнее речь, тем меньше она утомляет слушателей, тем больше впечатляет, запоминается и увлекает);
- произношение (нормой современного произношения в русском языке является старомосковский диалект);
- грамматика (деловая речь требует соблюдения общих правил грамматики, а также учета некоторых специфических отличий; в частности, центральное место в деловой речи должно быть занято существительными, а не глаголами);
- стилистика (к хорошему стилю речи предъявляются такие требования, как недопустимость лишних слов, правильный порядок слов, отсутствие стандартных, избитых выражений).

Особенности развития каждой личности, уникальность ее внутреннего мира и деловой среды позволяют говорить и об уникальности индивидуальной коммуникативной культуры. Важно помнить, что коммуникативная культура поддается развитию в процессе социально-психологического обучения.

Виды корпоративного общения.

Корпоративное общение — это процесс взаимосвязи и взаимодействия, в ходе которого происходит обмен деятельностью, информацией и опытом. Цель корпоративного общения — постановка определенных целей и конкретных задач. Этим оно отличается от общения в широком смысле слова.

В деловом корпоративном общении невозможно прекратить взаимоотношения с партнером (по крайней мере, без потерь для обеих сторон).

Значительную часть делового общения занимает служебное общение, т. е. взаимодействие людей, осуществляемое в рабочее время, в стенах организации.

Однако деловое (корпоративное) общение — понятие более широкое, чем служебное, так как включает в себя взаимодействие и наемных работников, и собственников-работодателей, которое происходит не только в организациях, но и на различных деловых приемах, семинарах, выставках и пр.

Корпоративное общение можно условно разделить на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (между партнерами существует пространственно-временная дистанция). Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное.

На рисунке 1 можно рассмотреть виды корпоративного общения:



Рисунок 1. Виды корпоративного общения

В таблице 1 представлены основные стили общения и их объяснение.

Таблица 1. Три основных стиля корпоративного общения

№п/п	Наименование	Определение
1	Ритуальный стиль	главной задачей партнеров является поддержание связи с социумом, подкрепление представления о себе как о члене общества. В ритуальном общении партнер — лишь необходимый атрибут, его индивидуальные особенности несущественны, в отличие от следования роли — социальной, профессиональной, личностной
2	Манипулятивный стиль	к партнеру относятся как к средству достижения внешних по отношению к нему целей. Огромное количество профессиональных задач предполагает именно манипулятивное общение. По сути, любые обучение, убеждение, управление всегда включают манипулятивное общение
3	Гуманистический стиль	направлен на совместное изменение представлений обоих партнеров, предполагает удовлетворение такой человеческой потребности, как потребность в понимании, сочувствии, сопереживании

Гуманистическое общение детерминруется не столько снаружи (целью, условиями, ситуацией, стереотипами), сколько изнутри (индивидуальностью, настроением, отношением к партнеру). В данном общении больше, чем в других видах, прослеживается зависимость от индивидуальности.

Партнер воспринимается целостно, без разделения на нужные и ненужные функции, на важные и неважные в данный момент качества. Вместе с тем существуют ситуации, когда данное общение и даже его отдельные элементы неуместны.

Кроме того, каждому человеку присущ свой индивидуальный стиль, или модель поведения и общения, который накладывает характерный отпечаток на его действия в любых ситуациях.

Индивидуальный стиль общения зависит от индивидуальных особенностей и личностных черт, жизненного опыта, отношения к людям, а также от характерного для данного общества вида общения.

Формы корпоративного общения: деловая беседа; деловые переговоры; спор, дискуссия, полемика; деловое совещание; публичное выступление; телефонные разговоры; деловая переписка.

Деловая беседа - передача или обмен информацией и мнениями по определенным вопросам или проблемам. По итогам деловых бесед принятие решений, заключение сделок необязательно.

Деловая беседа выполняет ряд функций, в том числе:

- взаимное общение работников из одной деловой сферы;
- совместный поиск, выдвижение и оперативная разработка рабочих идей и замыслов;
- контроль и координирование уже начатых деловых мероприятий;
- стимулирование деловой активности и пр.

Деловая беседа может предварять переговоры или быть элементом переговорного процесса.

- Деловые переговоры - основное средство согласованного принятия решений в процессе общения заинтересованных сторон. Деловые переговоры всегда имеют конкретную цель и направлены на заключение соглашений, сделок, контрактов.
- Спор - столкновение мнений, разногласия по какому-либо вопросу, борьба, при которой каждая из сторон отстаивает свою точку зрения. Спор реализуется в форме диспута, полемики, дискуссии и пр.
- Деловое совещание - способ открытого коллективного обсуждения проблем группой специалистов.
- Публичное выступление - передача одним выступающим информации различного уровня широкой аудитории с соблюдением правил и принципов построения речи и ораторского искусства.
- Деловая переписка - обобщенное название различных по содержанию документов, выделяемых в связи с особым способом передачи текста.

Письма, исходящие из вышестоящих организаций, содержат, как правило, указания, уведомления, напоминания, разъяснения, запросы. Подведомственные организации направляют вышестоящим сообщения, запросы. Организации обмениваются письмами, содержащими просьбы, предложения, подтверждения, извещения, сообщения и пр. Переписка как вид делового общения делится на собственно деловую и полуофициальную.

Деловое письмо - это корреспонденция, направленная от имени одной организации на имя другой. Она может быть адресована коллективу или одному человеку, выступающему в качестве юридического лица.

К такой корреспонденции относятся коммерческие, дипломатические и другие письма. Частным официальным письмом является деловое послание, которое адресуется от имени частного лица организации частному лицу. Деловая переписка сохраняет и в настоящее время ряд этических и этикетных норм и правил, которые очеловечивают ее, ограничивая ее канцелярский характер.

В деловом общении, особенно во взаимодействии руководителей и подчиненных, используются следующие методы воздействия: поощрение, критика, наказание. Основные этические требования к поощрениям - их заслуженность и соразмерность качеству и эффективности трудовой деятельности.

Критика является наиболее распространенной формой выражения неудовлетворенности деятельностью подчиненных или коллег по работе. Критика должна быть объективной (т. е. вызываться негативным поступком, неумелой и недобросовестной работой) и конструктивной, вселять в работника уверенность в его способностях, мобилизовывать на лучшую работу.

Наказание может быть осуществлено в виде выговора, штрафа, понижения в должности, увольнения. Основное этическое требование к наказаниям — их неотвратимость за систематические и осознанно допускаемые недостатки.

Управление корпоративным общением

Все многообразие форм и методов управления взаимодействием людей именуется управлением корпоративным общением. В процессе корпоративного общения благодаря установившимся контактам происходит восприятие людьми каких-то сведений, настроений, распространение или пресечение слухов, поддержка или развенчание источника информации. Вполне понятно, что все деловые люди должны владеть техникой живого контакта, как на индивидуальном, так и на коллективном уровне, а также умением обращаться со словом (Готсданкер, 2018).

При общении происходит взаимодействие по меньшей мере двух личностей, общение — вид самостоятельной человеческой деятельности и атрибут других ее видов.

Корпоративное общение — важнейший фактор не только становления и самосовершенствования работника, но и его духовного и физического здоровья.

Кроме того, общение — универсальный способ познания других людей, их внутреннего мира. Благодаря деловому общению работник приобретает свой неповторимый набор личностно-деловых качеств.

Имеются также главные функции корпоративного общения, которые можно увидеть на рисунке 2.



Рисунок 2. Главные функции корпоративного общения

Все это невозможно осуществить без коммуникативной техники общения, степень владения которой является самым главным критерием профессиональной пригодности работника.

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что корпоративный этикет и культура общения играют важную роль в профессиональных сферах и деловых отношениях (Асадов, Покровская, Косалимова, 2010). При помощи углубленного изучения и формирования данных качеств, и внедрения их во всех сферах изучения, таких как: туризм, ресторанное дело и гостиничный бизнес, менеджмент, и все, что касается общения и взаимодействия людей, это даст возможность в профессиональной деятельности проявить себя как образованную, коммуникабельную и профессиональную личность. Благодаря умениям пользоваться данными навыками можно обходить стороной различные конфликтные ситуации и выходить из них профессионально, в связи с этим профессионализм и уверенность будут расти вместе с опытом работы в любых сферах.

ВЫВОДЫ

Исходя из вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что корпоративный этикет и культура общения играют важную роль в профессиональных сферах и деловых отношениях. При помощи углубленного изучения и формирования данных качеств, и внедрения их во всех сферах изучения, таких как: туризм, ресторанное дело и гостиничный бизнес, менеджмент и все, что касается общения и взаимодействия людей, это даст возможность в профессиональной деятельности проявить себя как образованную, коммуникабельную и профессиональную личность. Благодаря умениям пользоваться данными навыками можно обходить стороной различные конфликтные ситуации и выходить из них профессионально, в связи с этим профессионализм и уверенность будут расти вместе с опытом работы в любых сферах

ЛИТЕРАТУРА

1. Асадов, А. Н., Покровская, Н. Н., & Косалимова, О. А. (2010). Культура делового общения: Учебное пособие.– СПб.: Изд-во СПбГУЭФ.
2. Готсданкер, А. (2018). Общение и доверие-ключевые факторы при управлении изменениями корпоративной культуры. Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 8(114), 4-4.
3. Кузнецов, И. Н. (2005). Деловое общение. Деловой этикет. Учеб. пособие для студентов вузов. Москва: ЮНИТИ – ДАНА. Электронный ресурс: <https://uchebnikfree.com/etiket-delovoy/delovoe-obschenie-delovoy.html>
4. Кузнецова, Ж. Г. (2016). Деловой этикет. Учебно-методическое пособие с комплектом заданий разного уровня для учащихся всех форм обучения. Иркутск. Электронный ресурс: http://www.razlib.ru/delovaja_literatura/delovoe_obshenie_delovoi_yetiket_ucheb_posobie_dlja_studentov_vuzov/p8.php
5. Семенов, И. (2018). Рефлексивно-психологическое проектирование продуктивного общения и доверия в научных конференциях школьников. In Развитие личностных потенциалов и универсальных способностей учащихся в исследовательской и проектной деятельности. Сер. «Библиотека журнала «Исследователь/Researcher», Серия «Методические материалы»» Москва: Межрегиональное общественное движение творческих педагогов «Исследователь», 58-61.

CORPORATE ETIQUETTE AND CULTURE OF COMMUNICATION

Alina Pestova, Alexander Makogonov

Kazakh Academy of Sports and Tourism (KazAST), Almaty, Kazakhstan

ABSTRACT

Object of the analysis. Investigation problem. This article's aim is to reveal the features of corporate etiquette and communication culture. The article deals with such topics as: communicative culture, indicators of speech culture in business communication, types, forms and styles of corporate communication. Particular attention is paid to the skills that a person needs to have in order to communicate in business sphere. The article is devoted to the current problem of corporate etiquette and communication culture, since in any situation it is necessary to have a good vocabulary, competently delivered speech, the ability to correctly exit a difficult conversation and have all the necessary skills for work and business communication.

Research methods. Scientific literature analysis, synthesis, generalization. Analysis of scientific literature. In this article, when analyzing the texts of different authors, certain components are used, such as communicative culture, etiquette, communication, self-identity, will be separated from the whole and analyzed to justify the goal.

Systematic data analysis is performed. Methodological direction of research, which is based on the analysis of interconnections and connections of a complex integral object with many elements, their totality. In this article, some of the components, such as communication culture, etiquette, communication, self, will be analyzed as part of a whole.

Outcomes and conclusions. Based on the above, it can be concluded that corporate etiquette and communication culture play an important role in professional spheres and business relationships. With the help of in-depth study and formation of these qualities, and their implementation in all areas of study, such as: tourism, restaurant business and hotel business, management, and everything related to communication and interaction of people, this will give an opportunity in professional activities to prove oneself as educated, communicative and professional personality. Thanks to the ability to use these skills, you can bypass various conflict situations and get out of them professionally, in this regard, professionalism and confidence will grow along with experience in any areas.

Keywords: communicative culture, etiquette, communication, own personality

Gautas 2020 04 20

Priimtas 2021 01 30