

# Профессиональный этикет



# Этикет

- Этикет – система норм и правил, регулирующих внешние формы поведения людей и их взаимоотношения в процессе общения.
- Свое происхождение этикет получил в начале 17 века во Франции (при дворе Людовика XIV).
- Обозначает l’etiquette – ярлык, надпись, этикетка, совокупность правил.

# Этикет

- Идея этикета объединяет внутреннее нравственное содержание и его внешнее проявление в специализированных формах.
- Наличие готовых стереотипов должного поведения избавляет от необходимости каждый раз заново конструировать схемы общения.
- Древние греки обозначали совпадение «красивого» поведения с его нравственным смыслом понятием kalosagathos. Kalos – прекрасный, agathos –

# Этикет

- В современном деловом этикете подчеркивается функция этикета как «социальной игры по определенным правилам, которым должны следовать игроки».
- За нарушение правил «игры» следуют санкции, вплоть до исключения игрока из числа играющих.
- При нарушении этикетных норм формируется негативное общественное мнение (первые санкции) и прекращается общение с человеком, грубо нарушающим нормы (окончательные санкции).

# Моральные регуляторы

- Нравственные нормы запретительного и побудительного характера.
- Нравственные идеалы могут носить как обобщенный (сумма качеств), так и персонифицированный (идеальное Я) характер.
- Нравственные ценности – общечеловеческие, этнические, семейные, профессиональные обуславливают нравственную ориентацию людей.

# Моральные регуляторы

- Нравственные поступки – образец морального или аморального поведения.
- Нравственные традиции предполагают строгое соблюдение.
- Нравственные оценки даются авторитетными людьми, группами, коллективами, самой личностью, отражают уровень развития самосознания.

# Общие принципы этикета

- Гуманизм
- Целесообразность действий
- Эстетическая привлекательность поведения
- Уважение к традициям своей страны и стран, с представителями которых осуществляются контакты.

# Гуманизм

- Иначе «человечность» ориентирует на установление добрых отношений и плодотворное сотрудничество с разными людьми;
- Закрепляет нравственную основу современного делового этикета.
- Конкретизируется в требованиях, обращенных к культуре взаимоотношений, воплощается в вежливости.



# Вежливость

- Нравственное понятие, моральное качество, характеризующее поведение человека, для которого уважение к людям стало повседневной нормой поведения и привычным способом обращения к окружающим.
- Отражает признание достоинства личности.
- Противопоставляется грубости, хамству.
- Выражается в речевых оборотах типа: «Будьте любезны», «Благодарю вас», «Позвольте», «Пожалуйста» и др.

# Любезность. Деликатность

- В любезности проявляется не только желание быть полезным другому человеку, оказать ему услугу, но и быть приятным в общении.
- Своего рода неформальное отношение к партнерам по общению, сотрудникам.
- Деликатность проявляется в особой мягкости, тонкости, чуткости по отношению к партнерам по общению.

# Тактичность. Скромность.

- Тактичность выражается в чувстве меры, позволяющим точно улавливать границу в отношениях между людьми, нарушение которой вызывает обиду или раздражение.
- Предполагает учет состояния, пола, возраста, служебного положения, места и обстоятельств общения.
- Скромность выражается в адекватной самооценке человека, умении сопоставлять самооценку с мнением окружающих.
- Проявляется в естественной манере поведения, умении найти верный тон в общении, оставаясь собой.

# Точность. Пунктуальность. Обязательность.

- «Точность – вежливость королей и долг всех добрых людей» -изречение одного из французского короля Людовика XVIII.
- в современном деловом этикете проявляется не только в отсутствии опозданий, но и в соблюдении договоренностей, сроков выполнения работ, выполнении обещанного. (Джен Ягер –специалист в области современного делового этикета).

# Принцип целесообразности действий

- Определяет поведение людей в нестандартных деловых и жизненных ситуациях, которые постоянно ставят человека перед выбором модели поведения, опираясь лишь на здравый смысл.
- Так как все ситуации предусмотреть заранее невозможно, прибегают к данному принципу.

# Принцип эстетической привлекательности

- Ориентирует на красоту и уважение эстетических чувств других людей.
- На физиологическом уровне нами воспринимаются запахи, цвета, звуки, которые либо привлекают, либо отталкивают при общении.
- Современный этикет предполагает единство формы и содержания: хорошее отношение должно быть красиво оформлено.

# Принцип уважения к традициям

- Демонстрирует уважение к этикетным традициям других культур и помогает взаимопониманию в деловой области.
- Этичность – этикет ориентирован на добро.
- Удобство – нормы этикета не должны сковывать людей, не должны мешать деловым отношениям (помещение, мебель, одежда, правила).
- Консерватизм – способствует надежности, стабильности, незыблемости.

# Этикет приветствий и представлений

- Совокупность правил первоначального межличностного взаимодействия.
- Основные правила: вежливость, естественность, достоинство и тактичность.
- На характере приветствия не должно сказываться настроение или негативное отношение к другому человеку.
- Представление позволяет установить нужные и полезные связи.



# Этикет приветствий и представлений

- В речевом этикете деловых людей имеют большое значение комплименты, приятные слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности, ум делового партнера.
- Чтобы иметь право представлять людей друг другу, нужно быть знакомым с обеими сторонами, для которых представляющий выступает гарантом достоверности данных, порядочности представляемых.

# Деловой имидж

- Имидж (от англ. –image, образ) – сформировавшийся образ делового человека (организации), в котором выделяются ценностные характеристики и черты, оказывающие определенное воздействие на окружающих.
- Комплексное образование, складывается из многих составляющих: культура речи, манера одеваться, интерьер офиса и т.д.
- Привлекательный имидж является одним из факторов, определяющих деловой успех.
- Свойства имиджа:

# Свойства имиджа

- -имидж – это сознательное явление, он не существует только на уровне отдельного человека, т.е. объект должен быть известен какой-либо группе людей (партнеров, потребителей, клиентов и т.п.)
- -благоприятный имидж должен иметь точный адрес, вызывать к себе интерес, вызвать к себе интерес/ привлечь определенные группы партнеров;
- -имидж активен по своей сути, он способен воздействовать на сознание, эмоции, деятельность, как отдельных людей, так и целых групп;

# Свойства имиджа

- -имидж не является чем-то однажды заданным, сформированным, он динамичен, его атрибуты преобразуются, видоизменяются в соответствии с изменениями в самом себе;
- -имидж должен быть пластичным, оперативно изменяться, откликаясь на экономические, психологические, социальные условия;
- -имидж должен быть правдоподобным (соответствовать тому, что есть на самом деле или производить такое впечатление), в противном случае имиджу не верят, и он не достигает поставленной цели.

# Модель поведения

- Целостный комплекс знаков (речевых, неречевых, поведенческих), направленный на создание некоторого образа.
- Например, авторитарное поведение включает запелляционность суждений, категоричный тон, характерную жестикуляцию.
- Выбор модели поведения – это выбор таких вариантов поведения, которые помогают личности стать привлекательной.

# Модель поведения

- Правильный выбор модели поведения осуществляется на основании следующих критериев:
- -нравственная безупречность (честность, справедливость, совесть)
- -учет конкретной ситуации, в которой личность действует или оказалась по стечению обстоятельств;
- -цель, которую ставит перед собой личность;
- -самокритичная оценка существенных возможностей использования конкретной модели поведения

# Язык жестов

- Жесты — это движения различных частей тела (кистей рук, ног, головы), которые сопровождают речь человека. Они отражают истинное отношение к собеседнику, обсуждаемому событию или предмету, выражают скрытые намерения или желания человека. Жесты в каждой культуре различны.
- Они помогают сделать общение более живым и эмоциональным, дают дополнительную информацию собеседнику. В зависимости от функции, жесты делятся на группы.

# Язык жестов

- **Жесты-иллюстраторы**
- Это выразительные жесты, которые сопровождают повествовательную речь. Они помогают более полно передать описываемое событие, явление.
- 1) указатели (жесты указательным пальцем);
- 2) пиктографы (жесты, которые помогают представить размер или форму описываемых предметов);
- 3) кинетографы (непроизвольные движения телом);
- 4) жесты-отмашки рукой, головой;
- 5) идеографы (движения рук изображающие



# Язык жестов

- **Жесты-регуляторы**

- Такие жесты отражают отношение собеседника к чему-либо. Сюда относятся:
  - 1) кивок;
  - 2) улыбка;
  - 3) направление взгляда;
  - 4) осознанные движения руки.

- **Жесты-эмблемы**

- Эти жесты заменяют в разговоре слова или фразы. К примеру, если сжать ладони крест-накрест с обхватом, как при рукопожатии, на уровне груди, то это будет означать приветствие людей, находящихся на расстоянии. Если этот же жест сделать над головой, то он будет означать прощание. И не нужно никаких слов, все поймут это сообщение.

# Язык жестов

- **Жесты-адапторы**

- Эти жесты отражают индивидуальные привычки человека. Их производят руками. К ним относятся:

- 1) касание собеседника;

- 2) почесывание или подергивание определенных частей тела;

- 3) перебирание в руках мелких предметов (авторучка, пуговица на одежде и др.).

- **Жесты-аффекторы**

- Эти жесты посредством тела выражают определенные эмоции.

- В повседневной жизни наибольшее значение имеют жесты, которые отражают степень доверия к собеседнику, эмоциональный настрой общающихся людей. Сюда относятся и жесты, выражающие скрытую или явную агрессию.

# Приветствия

- «Доброе утро» принято говорить до 12.00
- «Добрый день» до 18.00
- «Добрый вечер» - после 18.00
- Не рекомендуется обращаться к вышестоящим лицам, хотя они могут так обращаться к подчиненным.

# Рукопожатия

- Регламентируется этикетом, требующим чувства меры и такта:
- Слишком продолжительное рукопожатие может вызвать чувство неловкости;
- Слишком сильное неуместно, поскольку не является состязанием в силе;
- Слишком слабое свидетельствует об отсутствии интереса.