

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РЕФЕРЕНТСЬКОЇ ТА ОФІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 17. Етикет ділового спілкування секретаря-референта. Етичні норми спілкування (4 год.)

Л.1.(2 год.)

1. Етикет, етика: загальні поняття.
2. Основні принципи ділового етикету за Д. Ягером.
3. Ділове спілкування секретаря-референта, його особливості.
4. Публічний виступ у діловому спілкуванні.

1. Етикет, етика: загальні поняття

Ключовими категоріями професійної діяльності секретаря-референта є «етика», «етикет».

Етикет – це сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших, форми звертання, манери, стиль одягу тощо). Це складова зовнішньої культури окремої людини і суспільства в цілому. Етикет є певною формою церемоніалу, це мова символів.

Попри універсальний характер етикету є певні особливості його прояву в сім'ї, у громадських місцях, на роботі тощо.

Норми етикету: ввічливість, тактовність, коректність, вихованість.

Основою норм етикету є: дотримання певної дистанції між працівниками різних рангів, толерантне ставлення до думок інших, уміння визнавати свої помилки, бути самокритичним, уміння використовувати в суперечці аргументи, а не владу чи авторитет та ін.

Деякі з етичних правил, норм записані в вигляді законів і нормативів, деякі є елементом традиції, культури, моралі.

Існує **п'ять видів етикету:** придворний, військовий, дипломатичний, загальногромадянський і діловий (службовий).

Діловий етикет – норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки і спілкування при вирішенні ділових проблем; це встановлений порядок і норми взаємовідносин на службі, з керівництвом, у відносинах між колегами, партнерами, клієнтами.

Сфери та форми ділового етикету:

- офіційні та протокольні форми привітання та представлення;
- подарунки в ділових відносинах;
- етикет національних символів;
- візитна картка;
- діловий одяг;
- ділова субординація;
- етикет в рекламі та ін.

Різновидом ділового етикету є *службовий етикет*.

Службовий етикет – це сукупність доцільних правил поведінки там, де відбувається професійна діяльність (на виробництві, в організації).

Дотримання правил і вимог службового етикету є обов'язковим для всіх – це сприяє створенню сприятливого морально-психологічного клімату для людей, під впливом якого формується гарний настрій людини.

Діловий етикет потрібно розглядати в поєднанні з етикою, оскільки лише за такої умови його використання є плідним.

Етика (з грецьк. *ethos* – норов, звичай, характер) – система знань (наука) про мораль та моральність, їх сутність та історію розвитку, їх роль та місце в житті людини. Це система знань про добро та зло, їх актуалізацію в житті та поведінці людини (взаємодія керівника з підлеглими, співробітників між собою, працівників будь-якої установи з клієнтами тощо).

2. Основні принципи ділового етикету за Д. Ягером

Важливим аспектом подальшого розвитку ділового етикету стосунків є пошук, вироблення його ключових принципів. Американський соціолог Джен Ягер визначає шість принципів ділового *етикету*:

- ✓ пунктуальність (вчасно виконувати роботу);
- ✓ конфіденційність (не говорити зайвого);
- ✓ ввічливість, привітність і доброзичливість;
- ✓ уважне ставлення до навколишніх;
- ✓ зовнішній вигляд (уміти правильно одягатися);
- ✓ грамотність (говорити і писати гарною мовою).

3. Ділове спілкування секретаря-референта, його особливості

Спілкування завжди пов'язане з певним предметом спілкування, який визначає сутність, специфіку спілкування. Існує спілкування інтимне, професійне, світське, ділове та ін.

Предметом ділового спілкування виступає “діло”, справа, коли співрозмовники взаємодіють з приводу конкретного “діла”.

Ділове спілкування – це процес встановлення і розвитку контактів між людьми, що виникає з потреби їх спільної діяльності. Змістом ділового спілкування є обмін інформацією і досвідом, що передбачає досягнення певної мети і вирішення конкретної проблеми.

Ділове спілкування – це спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників.

Ділове спілкування є специфічною формою контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації.

Секретар здійснює безліч ділових контактів з керівником, співробітниками, відвідувачами, телефонними абонентами, і саме його компетентність, тактовність, ерудиція, етика, мова створюють імідж організації чи, навпаки, дискредитують.

Правила ділового спілкування:

- уникати в розмові слова «я». Входити в інтереси інших та не випинати власну особистість;
- уникати розмов, що неприємні співрозмовникові та засмучують його. Теми слід обирати ті, які становлять спільний інтерес зі співрозмовником. Цікавитися чужими інтимними справами недоречно і вкрай нечемно;
- необхідно уміло підтримувати розмову, правильно висловлюватися, не вживати вульгарних виразів, не переобтяжувати мову іноземною лексикою й абстрактними поняттями;
- відповідати на запитання чи розмовляти тією мовою, якою до нього звертаються. Однак у товаристві, де спілкуються однією мовою, розмовляти з кимось іншою не рекомендується;
- не слід викрикувати, привертаючи увагу сторонніх, як і мовити дуже тихо;
- не проявляти свою нудьгу або втому;
- не перебивати співрозмовника;
- привернути до себе увагу можна завдяки логічності думки, переконливості аргументації, дотепності й емоційності відповіді. Секретареві не варто гарячкувати, поспішати залагодити справу, слід бути розважливим і приязним;
- терпляче вислуховувати і те, з чим не згодні;
- говорити тактовно, ніколи не вживати неприємного тону;
- тактовність щодо інших й емоційна стриманість щодо себе;
- ввічлива форма відповідей необхідна, як і ввічливі запитання.

Культура спілкування – це набуті людиною знання, вміння та навички спілкування, створені, прийняті та реалізовані в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку.

Стилі та моделі ділового спілкування. У процесі спілкування кожна людина виробляє власний стиль, тобто сукупність найтиповіших рис поведінки в цьому процесі. З огляду на налаштованість, поведінку партнерів виокремлюють такі стилі спілкування:

1. *Ритуальний.* Суть його полягає в дотриманні співрозмовниками прийнятих для певних ситуацій етикету, формальних і неформальних правил та норм поведінки. Таке спілкування не має на меті змінити погляди партнера.

2. *Маніпулятивний.* Партнери ставляться один до одного, як до засобу досягнення мети. Маніпулятивно впливаючи одне на одного, вони намагаються вирішити свої питання.

3. *Гуманістичний.* Спілкування зумовлене станами переживання й усвідомлення поведінки особистості.

Для характеристики системи дій, що їх виконують суб'єкти спілкування, використовують поняття "модель". Існує п'ять типів моделі спілкування.

Запобігливий тип. Один із співрозмовників намагається догодити іншим, вибачається, не вступає в суперечки. Не отримавши схвалення інших, погоджується з будь-якою критикою на свою адресу.

Звинувачувальний тип. Особа цього типу шукає винних, нерідко поводить зухвало, говорить різко й жорстко і в такий спосіб прагне завоювати авторитет, владу над іншими.

Розважливий тип. Коректна, надто спокійна людина, яка все розраховує наперед, має монотонний голос.

Віддалений тип не реагує на жодні запитання, часто говорить недоречно, невчасно і невлучно.

Врівноважений тип. Поведінка такої особи послідовна, гармонійна, до співрозмовників ставиться відкрито, чесно, не принижує інших.

Засоби ділового спілкування

Засоби спілкування поділяються на *словесні (вербальні) і несловесні (невербальні)*. До словесної техніки спілкування належать засоби повідомлення, його форма й риторичні прийоми. У свою чергу несловесна техніка охоплює: тон, темп та інтонацію мовлення, пантоміміку (позу, жести), контакт очима, міміку.

Вербальне (лат. *verbum* – слово) **спілкування** – це усне, словесне спілкування, учасники якого обмінюються висловлюваннями щодо предмета спілкування.

Залежно від комунікативної ситуації використовують *розмовну мову* (у повсякденному спілкуванні), *літературну мову* (опрацьована майстрами слова природна мова, яка є мовним еталоном народу), *писемну мову* (фіксування на певних носіях – папері тощо – інформації і прочитання написаного), *усну мову* (артикуляційне відтворення інформації та сприйняття її на слух).

Невербальне спілкування – це обмін інформацією між людьми за допомогою комунікативних елементів (*жестів, міміки, виразу очей, постави та ін.*), які разом із засобами мови забезпечують створення, передавання і сприйняття повідомлень. Психологами встановлено, що за допомогою слів передається лише 7% інформації, тоді як за допомогою звукових засобів (тон голосу, інтонація тощо) – 38%, а за допомогою міміки, жестів, пози – 55%.

Невербальні засоби спілкування:

– *кінесичні* (грец. *kinesis* – рух) – виражають загальну моторику різних частин тіла (міміка, жести, постави, хода, контакт очима);

– *проксемічні* (лат. *proximus* – розташований близько) – пов'язані з організацією простору між його учасниками (відстань між мовцями, дистанція, вплив території, просторове розміщення);

– *екстралінгвістичні* (лат. *extra* – поза, зовні і *lingua* – мова) охоплюють позамовну сферу, в межах якої розвивається мова. Їх підрозділяють на:

– *просодичні* (грец. *prosodikos* – той, що стосується наголосу) фонетичні характеристики мовлення (швидкість мови, висота голосу, його тональність і діапазон).

– *таксестичні* (лат. *tactum* – зачіпати, торкатися) пов’язані з тактильними особливостями сприйняття (рукостискання, поцілунки, дотики, прогладжування, поплескування);

– *ольфакторні* (лат. *olfactus* – чути нюхом) – вплив на комунікацію запахів тіла, косметики, предметів особистого вжитку;

– *хронемічні* (грец. *chronos* – час) вплив факторе часу на спілкування (час очікування початку спілкування; час, проведений разом у спілкуванні; час, протягом якого триває повідомлення мовця).

У невербальному спілкуванні кінетичні засоби (“мова тіла”) є найуживанішими. Найчастіше *жести* засвідчують такі психологічні стани учасників спілкування, як *відкритість, підозра й потаємність, заперечення, сумнів, готовність, довіра, незадоволення* тощо.

4. Публічний виступ у діловому спілкуванні

Публічний виступ – це усне монологічне висловлювання з метою впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування використовуються різні жанри промов: *переконувальна, інформаційна, урочиста, привітальна*.

Мати що сказати – основна передумова гарного і правильного мовлення. В процесі підготовки публічного виступу саме процедура інвенції (пошуку і попередньої систематизації матеріалу) забезпечує змістовність промови. В процесі інвенції оратор має відповісти на чотири запитання.

1. *Про що розказати* (тобто визначити предмет, тему виступу)?
2. *Для чого про це розповідати* (визначити мету виступу)?
3. *Що саме про це розповісти* (визначити коло питань промови)?
4. *Що на цю тему сказали інші* (зібрати матеріал з різних джерел, зіставити, поєднати його зі своїм матеріалом)?

Те, про що хоче сказати промовець, має потрапити в поле уваги (інтересу) слухачів, тільки тоді він може розраховувати на успіх.

Визначення мети промови – надзвичайно важливий етап у підготовці до виступу.

По-перше, слухачі, як правило, пасивні учасники риторичної ситуації (розслаблені, незібрані, незосереджені, втомлені, займаються паралельно ще чимось іншим тощо), відтак їхня увага не буде сконцентрована на промові.

По-друге, чітко ж визначена мета на початку підготовки промови полегшує подальшу роботу. Адже меті підпорядковується весь риторичний текст.

Яким же чином формується зміст промови? Один з найефективніших методів – **метод запитань** (запитання активізують мислення, уяву). Варто записувати всі запитання, які спадають на думку, навіть, на перший погляд, безглузді, несерйозні, недоречні. Іноді саме такі запитання стають початком нової, оригінальної концепції.

Отже, **на етапі винайдення матеріалу для промови потрібно:**

- ✓ вибрати тему виступу, гармонізуючи в ній індивідуальний і суспільний інтереси;
- ✓ чітко визначити мету свого виступу, конкретну і загальну, а відтак визначити вид промови: розважальна, інформаційна, переконання;
- ✓ розробити зміст промови, тобто виділити коло питань, проблем даної теми, які будуть подані в промові, підібрати фактичний (емпіричний) матеріал;
- ✓ сформулювати свою позицію, систематизуючи емпіричний та енциклопедичний матеріали.