

3. «История воздушной гимнастики» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://vk.com/wall-221771078_4. – Дата доступа 03.03.2025.
4. «ВОЗДУШНАЯ ГИМНАСТИКА» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artareaproject.ru/page/vozdushnaya-gimnastika>. – Дата доступа: 19.03.2025.
5. Кузнецов, Е. Цирк / Е. Кузнецов; [авт. послесл. Б. Бялик]. – М.: Искусство, 1971, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ruscircus.ru/glav14>. – Дата доступа 19.03.2025.

Самулина К.А., студент 101 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Белокурская Ж.Е.,
кандидат филологических наук, доцент

ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Понятие «коммуникация» является одним из самых емких концептов, которые функционируют в различных областях человеческой деятельности. Не зря ученые называют XXI век веком коммуникации. В настоящее время существует достаточно большое количество определений термина, которые, в основном, сводятся к тому, что коммуникация – это средство, с помощью которого люди конструируют и поддерживают свои отношения, обмениваются между собой информацией [1, с. 15].

Все виды коммуникации можно условно объединить в 2 группы: повседневные, то есть бытовые коммуникации, к числу которых относят межличностное, светское и ритуальное общение, и деловые, производственные,

что реализуются в таких сферах, как политика, наука, туризм, международные отношения, культура и т. д.

Итак, деловые коммуникации проявляются в области официальных отношений, целью которых является выработка конкретных решений в том или ином виде деятельности. При этом предполагается сохранение статусной роли участников общения: начальник, подчиненный, коллега, партнер и т.д.

Отыгрывая важную роль в общественной жизни, деловые коммуникации, по мнению известного российского ученого А.М. Руденко, являются главным практическим средством повышения социального статуса человека, выступая основой его профессионального успеха и фактором достижения материального благополучия [1, с. 8].

Успех деловой коммуникации зависит от следования следующим принципам:

- принципу кооперативности: «твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое решение»;
- принципу достаточности информации: «говори не больше и не меньше, чем требуется в данный момент»;
- принципу качества и правдивости информации: «не лги»;
- принципу целесообразности: «не отклоняйся от темы, сумей найти решение»;
- принципу ясности: «выражай мысли ясно и убедительно для собеседника»;
- принципу слушания: «умей слушать и понять нужную мысль»;
- психологическому принципу: «умей учесть индивидуальные особенности собеседника ради интересов дела» [1, с. 20-21].

Деловой этикет отыгрывает ключевую роль в сфере культуры и искусства в целом и в области социокультурных отношений в частности. Он определяет нормы и правила взаимодействия с различными участниками культурной среды.

Деловой этикет включает кодекс поведения людей, связанных с

выполнением ими служебных обязанностей наразличного рода официальных и культурных мероприятиях или в служебной обстановке.

Осуществление деловой коммуникации в социокультурной сфере требует особо строгого соблюдения предписаний делового этикета.

Отметим основные правила делового этикета для работников социокультурной сферы:

- правило устойчивости первого впечатления (в первые минуты общения нужно продемонстрировать статус профессионала, а также произвести лучшее впечатление);
- правило предсказуемости поведения в различных бизнес-ситуациях, то есть следование устойчивым шаблонам: не опаздывать на встречи и культурные акции, не заходить в кабинет, если дверь открыта, а руководителя (коллеги, партнера) нет;
- правило «бесполого сообщества» (если это касается рабочей обстановки), то есть не демонстрировать статусные различия; базовые правила гражданского этикета в деловом этикете не всегда приемлемы. Вместе с тем, никто не отменял уважительное отношение к женщине и т.п.;
- правило уместности (определенные правила должны выполняться в определенное время, в определенном месте, с определенными людьми);
- правило позитивности (если нечего сказать приятного или положительного, то лучше молчать);
- правило разумного эгоизма (выполняя свои рабочие функции, не следует мешать другим выполнять свои);
- правило наличия «эмоционального интеллекта» как показателя уровня успеха. Это правило особенно актуально для работников социокультурной сферы, поскольку управление своими эмоциями и внешнее соответствие им предполагает, с другой стороны, соответствующую реакцию на эффект целевой аудитории.

Стоит подчеркнуть, что ряд ученых считают, что «современный деловой этикет заключается в умении приспособиться к конкретной ситуации, не утрачивая своего социального статуса» [2, с. 13].

Деловой этикет в сфере культуры – это и своеобразная форма общественного контроля за поведением публичных личностей, известных в культурной сфере персон, поскольку они всегда находятся в центре внимания, и нарушения норм этикета всегда вызывает осуждение, соответственно – падение интереса к ним и даже потерю репутации.

Основой этикета в данной сфере деятельности является грамотная и культурная речь, отсутствие вульгарных и нецензурных слов, соблюдение элементарных ритуальных форм при приветствии, прощании, выражении благодарности и т.п.

Так, этикет предполагает почтительное обращение к собеседнику по имени и отчеству независимо от его статуса, что способствует активному и заинтересованному диалогу. Что касается использования форм «ты-вы», то их употребление, согласно этикетным правилам, определяется характером взаимоотношений, в том числе степенью знакомства, возрастом, традициями и т.д.

Правилами этикета допустимо, что более старший по возрасту сотрудник выбирает обращение на «ты» по отношению к молодому коллеге. Однако это все-таки противоречит правилам этики.

При общении в коллективе рекомендуется придерживаться официально-делового стиля, а информация должна быть по возможности краткой и понятной.

Деловой этикет предполагает следование правилам дресс-кода и демонстрацию хорошего вкуса сотрудников. Культура внешнего вида – это предмет отдельного разговора, но следует подчеркнуть, что внешний вид проецирует общее впечатление о человеке, отражая его характер и специфику деятельности в области культуры. Поэтому возможно использование

национальных (фольклорных) мотивов в одежде, но при этом следует соблюдать условие уместности.

В целом, необходимо подчеркнуть, что в организации (учреждении) социокультурной сферы особенно важно придерживаться принципов деликатности, тактичности, вежливости. Это касается как руководителя, так и всех членов коллектива, поведение которых определяется соответствующим уровнем воспитания и умением вести себя в обществе. Культура делового этикета в значительной степени выражается в сохранении, поддержании и уважении к культурным ценностям организации, ее истории, то есть этикет является частью социального уровня участников культурного взаимодействия.

Таким образом, деловой этикет в социокультурной сфере – это продуманная во всех деталях модель оптимального, результативного, интеллигентного и культурного (во всех смыслах этого слова) общения, обеспечивающего комфортные условия взаимодействия для всех участников как в рамках отдельного учреждения или организации, так и с целевой аудиторией.

Безусловно, данная проблема требует более детального освещения на конкретном фактическом материале.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Архангельская, М. Д. Бизнес-этикет, или Игра по правилам / М. Д. Архангельская. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 240 с.
2. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений : учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова; под ред. А. Я. Кибанова. – М. :Инфро-м, 2005. – 366 с.