
1. Горанская, Т.Г. Образ города в изобразительной искусстве Беларуси XX – начала XXI в.: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. искусствовед.(17.00.04) / Т.Г. Горанская // Центр исслед. белорусск. культ., яз. и лит. Нац. академ. наук Бел. – Минск, 2015. – 24 с.

2. Кизима, М.А. Имидж Минска: поиск основания позиционирования / М.А. Кизима // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании [Электронный ресурс] : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. 29–31 марта 2012 г. – Минск: Изд. центр БГУ, 2012. – с. 78–80. – Режим доступа : <http://www.elib.bsu.by>. – Дата доступа : 12.03.2016.

3. Лапочкина, В.В. Маркетинговый подход к формированию имиджевой стратегии туристских территорий / В.В. Лапочкина // Сб. мат. III региональной науч.-практ. конф. по проблемам развития внутреннего туризма в Центральной России. Ярославль, 2008. – С. 116–119.

4. Эрдынеев, Б.Ю. Стратегия формирования имиджа города: основные принципы и этапы / Б.Ю. Эрдынеев // Актуальные вопросы развития местного самоуправления: материалы межрегион. науч.-практ. конф., г. Улан-Удэ, 3 сент. 2010 г. / Союз представит. органов местного самоуправления Рос. Федерации, Улан-Удэнский гор. Совет Депутатов, Администрация г. Улан-Удэ: Изд-во Бурят. гос. ун-та, 2010. – С. 258–268.

Буканова П.С., студ. 350 т гр.

Научный руководитель – Красюк В.Ф.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ЭТИКЕТА В ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

Требования современного этикета складывались на протяжении многих столетий истории цивилизации, это результат опыта многих поколений. Правила, которые выработало человечество, являются международными и в целом едины во всех странах, хотя и имеют свои особенности в зависимости от национальных и исторических традиций и законов исповедуемой религии. В современном мире интерес к этике и этикету усилился в связи с проблемой психологических взаимоотношений в коллективе, влияющих на успех деятельности предприятия. Когда в деловой сфере, правительственных кругах, на производстве, в международных отношениях возникают конфликты, все чаще разрешение их ведется путем деловой беседы, переговоров. Поэтому актуальным является изучение культуры служебного общения, включающее правила делового этикета.

Этикет – установленный порядок поведения, свод правил поведения, нормы взаимоотношения людей, принятые в определенных социальных кругах.

Деловой этикет – важнейшая сторона профессионального поведения делового человека.

Деловое поведение – система поступков индивида, связанная с реализацией его деловых интересов и включающая взаимодействие с партнерами, клиентами, руководителями, подчиненными, коллегами. Деловое поведение реализуется через деловое общение, установление взаимоотношений и принятие решений, способствующих деловому успеху [1]. Различают несколько видов этикета, основными из которых являются:

- придворный этикет – строго регламентированный порядок и формы обхождения, установленные при дворах монархов;

- дипломатический этикет – правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контактах друг с другом на различных дипломатических приемах, визитах, переговорах;

- воинский этикет – свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;

- общегражданский этикет – совокупность правил, традиций и условностей, соблюдаемых гражданами при общении друг с другом.

Нормы этикета, в отличие от норм морали, являются условными, они носят характер как бы неписаного соглашения о том, что в поведении людей считать общепринятым, а что нет. Каждый культурный человек должен не только знать и соблюдать основные нормы этикета, но и понимать необходимость определенных правил взаимоотношений. Умение правильно вести себя в обществе имеет очень большое значение, оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает хорошие, устойчивые взаимоотношения. Но просто быть вежливым, доброжелательным и т.д. недостаточно. В деловом этикете общие принципы правильного поведения выражаются в следующих его основных понятиях:

- Делать все вовремя.
- Не говорить лишнего.
- Думать не только о себе, но и о других.
- Одеваться как положено.
- Говорить и писать хорошим языком.

1. Первое из таких обязательств – делать все вовремя означает необходимость прийти вовремя на работу, причем так надо делать каждый день. Вполне очевидно, что наличие такого отрицательного качества, как несвоевременность выполнения обязательств, влияет на служебное продвижение. Требование все делать вовремя касается и всей иной

профессиональной и служебной деятельности. Все дела должны делаться в срок. Поэтому важным является умение рассчитать необходимое для выполнения время, учитывая те возможные проблемы, которые трудно прогнозировать.

2. Не говорить лишнего. Суть этого принципа в том, что человек обязан хранить секреты своей организации. Причем речь идет о всех делах фирмы или учреждении, где он работает, – от технологических до кадровых. То же можно сказать и о тех подробностях своей личной жизни, о которых могут поведать друг другу сослуживцы.

3. Думать не только о себе, но и о других. Без этого не может быть и речи о каких-либо успехах. Всегда надо иметь в виду, что у всех есть свои интересы и во всякой точке зрения содержится частица истины, даже если вам кажется, что ваш оппонент или собеседник абсолютно не прав. Поэтому непреложным требованием делового этикета является необходимость уважать чужое мнение и стремление понять его.

4. Одеваться как положено. В этом принципе самое главное – необходимость вписаться в окружение на службе, а внутри этого окружения – в контингент работников вашего уровня. Помимо того, что вам надо «вписаться», ваша одежда должна быть выбрана со вкусом – соответствовать моде по фасону и цветовой гамме. То же касается обуви и аксессуаров.

5. Говорить и писать хорошим языком. Этот принцип означает, что все произносимое и написанное вами – записки, письма и т.д. – должны не только нести ясную и целенаправленную мысль, но и быть изложены хорошим языком, причем все имена собственные должны произноситься и писаться без ошибок [2].

Современную деловую жизнь невозможно представить без телефона. Благодаря ему многократно повышается оперативность решения

множества вопросов и проблем, отпадает необходимость посылать письма, телеграммы или совершать поездки в другое учреждение, город для выяснения обстоятельств какого-либо дела. По телефону можно сделать очень многое: провести переговоры, отдать распоряжения, изложить просьбу и т.д. Очень часто первым шагом на пути к заключению делового договора является телефонный разговор [3].

Основа успешного проведения делового телефонного разговора – компетентность, тактичность, доброжелательность, владение приемами ведения беседы, стремление оперативно и эффективно решить проблему или оказать помощь в ее решении. Важно, чтобы служебный, деловой телефонный разговор вёлся в спокойном вежливом тоне и вызывал положительные эмоции.

Итак, этикет делового общения является необходимой частью жизни человека, а также важнейшим видом отношений с другими индивидами. Главным регулятором отношений являются этические нормы, в которых выражаются представления о добре и зле, несправедливости и справедливости в поступках людей. Общаясь со своим начальником, подчиненными, коллегами, человек стихийно или сознательно опирается на этикет делового общения. В зависимости от понимания моральных норм, содержания и степени этикета индивид может сделать деловое общение эффективным, решить поставленные задачи, достигнуть цели или, наоборот, сделать его невозможным [4].

Таким образом, деловой этикет – инструмент, помогающий укрепить деловые связи, увеличить прибыльность и улучшить деловые отношения. В то время как неэтичное поведение и общение рано или поздно обернется если не прямыми экономическими убытками, то социальными и нравственными издержками как для предприятия, так и для социальной среды. Деловой этикет – важнейшая сторона морали профессионального

поведения делового человека. Знание его – необходимое профессиональное качество, которое надо приобретать и постоянно совершенствовать [5].

1. Кибанов, А.Я., Этика деловых отношений / под ред. А.Я. Кибанова, Д.Н. Захарова, В.Г. Коноваловой. – М. : ИНФРА, 2002. – 365 с.

2. Сидоров, П.И. Деловое общение / под ред. П.И. Сидорова М.Е. Путина, И.А. Коноплёва. – М. : ГЭОТАР-МЕД, 2004. – 365 с.

3. Лавриненко, В.Н. Психология и этика делового общения / В.Н. Лавриненко. – М. : ЮНИТИ, 1997. – 326 с.

4. Холопова, Т.И. Протокол и этикет для деловых людей / Т.И. Холопова, М.М. Лебедева. – М. : ИНФРА-М, 1995. – 143 с.

5. Кузин, Ф.А. Культура делового общения / Ф.А. Кузин. – М., 2000. – 325 с.

Буко А.В., студ. 102 гр.

Научный руководитель – Воронович И.Н.

НАСКАЛЬНАЯ ЖИВОПИСЬ ПЕРВОБЫТНЫХ ЛЮДЕЙ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ИХ МИРОВОЗЗРЕНИЯ

Несомненно, что мыслительные процессы находят своё самое замечательное выражение в речи, однако не менее красноречиво запечатлены они и в творениях человеческих рук. Рукотворные произведения человека – это воплощённая