

Лекційний матеріал до теми 4. Етика та культура вербальної бізнес-комунікації

(за Л. Шульгіною, Ю. Прус)

Передбачений концепцією навчальної дисципліни «Бізнес-комунікація та корпоративна ідентичність сучасного педагога» інтерактивний формат лекцій проєктує самостійну підготовку та презентацію текстів лекцій за обраними темами програми, запропонований матеріал може використовуватися студентами за умови подальшого доповнення та удосконалення.

Етимологія терміну **«етика»** приводить нас до давньогрецького «етос», значення якого змінювалося з часом так: 1) місцеперебування, спільне житло; 2) звичай, темперамент, характер; 3) стиль мислення, усталена природа якогось явища. Пізніше видатний мислитель античності Аристотель (384-322 рр. до н. е.) взяв за основу значення етосу як характеру, темпераменту та утворив прикметник «етичний», яким позначив особливу групу позитивних характеристик людини: мудрість, мужність, помірність, справедливість.

Схожа етимологія терміну **«мораль»**. Давньоримський філософ Цицерон (106-43 рр. до н. е.) від латинського mos (moris) – крій одягу й мода, звичай і порядок, вдача і характер людини – утворив прикметник «моральний», тобто такий, що стосується характеру, звичаю.

Спочатку терміни «етика» та «мораль» були майже синонімами. З часом термін «мораль» стали вживати для позначення реальних явищ (таких як звичай суспільства, усталені норми поведінки, оціночні уявлення про добро, зло, справедливість тощо). А терміном «етика» назвали науку, що вивчає мораль. Однак, на практиці між мораллю як реальним явищем і етикою як наукою про нього, не існує чіткої межі.

Поняття «мораль» часто ототожнюють із поняттям «моральність». Згідно з ученням німецького філософа Гегеля, мораль – це форма суспільної свідомості, сукупності усвідомлюваних людьми принципів, норм, приписів, правил поведінки, а моральність – це втілення цих принципів, правил і норм у реальній поведінці людини та стосунках між нею та іншими людьми.

Таким чином, **етика** – це вчення про мораль, що досліджує закономірності та принципи її виникнення, розвитку і функціонування, роль і призначення моралі у житті окремої особи і суспільства.

Метою етики є раціональне обґрунтування моралі та виявлення її природи, сутності, місця і значення у розвитку людини і суспільства. У ній осмислюються, узагальнюються, систематизуються історичні форми моральності, аналізуються етичні доктрини, які прагнуть пояснити природу, закономірності розвитку, функції моралі, а також здійснюється аналіз механізмів моральної орієнтації і регуляції, виражених у системі цінностей, норм, принципів, понять моральної свідомості.

Етика як наука виникла і розвивалася у межах філософії і розглядалася як практична філософія або моральна філософія.

На сьогодні етичне знання включає шість змістовних блоків:

1. *Емпірична, або описова етика*, яка описує, констатує та аналізує вдачу, звичай, моральні чесноти представників різних народів і народностей, соціальних

груп і прошарків, різних спільнот, які й складають моральні стосунки у суспільстві на різних етапах його розвитку.

2. *Загальна теорія моралі, або філософські проблеми етики*, де мова йде про походження моралі, її сутність, структуру, специфіку, співвідношення моральної необхідності, свободи і відповідальності, моральні аспекти сенсу життя тощо.

3. *Нормативна етика* як зведення вимог, приписів суспільства і стереотипів поведінки особистості, її моральних якостей, які відповідають суспільним моральним нормам.

4. *Теорія морального виховання, або педагогічна етика*, яка забезпечує засвоєння індивідами встановлених моральних зразків поведінки.

5. *Професійна етика*, яка покликана описати й обґрунтувати особливості моралі різних професійних груп, виходячи зі специфіки їхньої діяльності.

6. *Історія етичної думки*, яка демонструє, як утворюється коло етичних проблем, як змінювались способи постановки проблем, підходи до їх вирішення, як поглиблювалось розуміння природи моралі, її призначення і функції у житті суспільства, а також закономірностей її розвитку і функціонування.

Найбільш яскраво людина виявляється у діяльності з іншими під час виконання професійних обов'язків. Від культури поведінки, говоріння, слухання та мови часто залежать результати професійної діяльності. Саме в цьому аспекті можна говорити про *професійну культуру*, тобто про відповідність поведінки, говоріння, слухання, мови у професійній діяльності загальноприйнятим нормам і принципам, насамперед моральним, а також вимогам, що ставляться саме до цієї професії. Людина, займаючись якимось видом діяльності, не тільки виявляє свої моральні риси, а й впливає через них на інших, ідучи до поставленої мети. Діяльність – це процес, за допомогою якого реалізується те чи інше ставлення людини до навколишнього світу, до завдань, які ставить перед нею життя, до інших людей.

Професійна мораль – це те, що конкретизує загальнолюдські моральні цінності (норми, принципи, поняття) у конкретних професіях. Особливості професійної моралі вивчає професійна етика. Коли говорять про професійну етику, мають на увазі, що це такі моральні обов'язки, в яких відбивається ставлення представника певної професії до об'єкта праці, до колег за професією, до партнерів, до суспільства загалом. Це насамперед усвідомлення своєї моральної відповідальності та готовності виконувати свій професійний обов'язок. Центральним поняттям професійної моралі є поняття професійного обов'язку, яке поєднується з поняттям відповідальності.

Культура слухання – це не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота, їй передують бажання почути, інтерес до співрозмовника. Те, як реагує на повідомлення іншого, залежить від рівня її моральності, її культури.

У діловому спілкуванні слухання займає 40% робочого часу, розмова – 35%, читання – 16%, письмо – 9%.

Бар'єри щодо ефективного слухання:

- відключена увага;
- невисока швидкість розумової діяльності;
- антипатія до чужих думок;

- потреба репліки;
- неприємний голос у співрозмовника.

Ділова етика виставляє до **культури мовлення** певні вимоги:

1. Дотримання лінгвістичних форм , яке передбачає:
 - правильну вимову слів; наголос;
 - правильну побудову фраз;
 - уміння логічно висловлюватися;
 - оптимальний набір слів синонімів;
 - недопускання слів “паразитів”.
2. Інформаційна насиченість повідомлення (не починати говорити до того, поки сам незрозумієш, про що і як ти хочеш сказати).
3. Оптимальна емоційна насиченість.
4. Оптимальне поєднання вербальних і невербальних компонентів та їх адекватність змісту.
5. Адекватність особистим якостям адресата (максимальне врахування особливостей того, до кого звернена комунікація: його професійні знання, компетенція, інтереси, цінності тощо).

Ділова бесіда. Ділова людина витрачає близько 75% робочого часу на усне спілкування, а тому оволодіння мистецтвом ведення ділової розмови багато в чому сприяє становленню її кар’єри.

Ефект ділової розмови залежить від того, як партнери готуються до неї, чи знають, якими принципами треба керуватися на окремих її стадіях, чи вміють контролювати свою поведінку під час розмови, чи вміють перетворити розмову на діалог, чи враховують психологічні особливості партнера.

Готуватися до ділової розмови слід системно. Необхідно чітко сформулювати її мету, зібрати необхідні дані, документацію, уважно продумати початок розмови, визначити, що може стати проблемою для партнера і які варіанти виходу з неї можна запропонувати. При особистому усному спілкуванні необхідно використовувати більше каналів передачі інформації (як вербальних так і невербальних), швидко реагувати на позицію партнера.

Ділові розмови поділяються на інформативні та дискусійні. Перші – коротші, і не вимагають зосередження уваги та узгодження думок.

Ділова розмова по телефону. Під час телефонної розмови необхідно реалізувати всі три підпроцеси ділового спілкування:

- сприйняття та оцінка партнерами один одного;
- обмін інформацією;
- організація взаємовідносин.

Правила раціонального телефонного спілкування виділяються для “вхідних” та “вихідних” розмов. Проте є загальні правила, яких треба дотримуватися:

- 1 – розмову з партнером по телефону слід вести на позитивному емоційному фоні;
- 2 – розмова повинна бути максимально насичена інформацією (проте із розумними межами);
- 3 – слова слід вимовляти звичайним рівним голосом. Чітко вимовляти дати, числа, прізвища, назви міст і т.п.;

4 – розмова має вестись у формі діалогу (якщо партнер надто довго роз'яснює – не слідмовчати);

5 – якщо з технічних причин зв'язок обірвався, відновлює зв'язок той, хто телефонував; 6 – закінчує розмову той, хто її почав. Іноді партнери-чоловіки віддають у цьому перевагу жінці, якщо вона – їхній співрозмовник.

Тривалість ділового телефонного спілкування в середньому складає 3,5 хв. Практикою встановлена наступна раціональна структура телефонної розмови, за часом:

- 1) взаємне представлення – 20 ± 5 сек;
- 2) введення партнера у проблему – 40 ± 5 сек;
- 3) обговорення ситуації – 100 ± 15 сек;
- 4) заключне слово – 20 ± 5 сек.

Ділове листування. У письмовому спілкуванні є свої переваги (подану таким чином інформацію партнер може вивчати в деталях, краще запам'ятати ключові моменти та підготуватися до відповіді), та недоліки (відсутність особистого спілкування, вивчення психологічних особливостей партнера та вияв партнерові свого ставлення тощо).

У діловому листуванні, неможливість безпосередньо передати позитивні емоції, як у випадку особистого спілкування, компенсується такими деталями як:

- якість паперу, на якому написано лист;
- чіткістю думок, викладених в листі;
- красивим розміщенням тексту на аркуші.

У практиці ділового спілкування поширені такі види письмових документів: особистий лист, службовий лист, комерційний лист, пам'ятна записка.

Ділові прийоми. Ділові стосунки не обмежуються виключно службовим приміщенням та офіційними розмовами. Існують речі, які за рядом обставин небажано обговорювати в офіційній манері. Для цього світова практика ділового спілкування визначила таку форму, як прийоми. Ця форма дозволяє обговорювати різні ділові проблеми в атмосфері невимушеності. Гарний інтер'єр, смачні страви, святковий одяг, приємна ввічлива розмова – все це сприяє зняттю психологічних перевантажень, налагодженню контактів, встановленню нових знайомств, обговоренню актуальних проблем у колі ділових партнерів. Запрошення на прийом надсилають на бланках, виготовлених друкарським способом. У запрошенні вказують: прізвище, ім'я, по-батькові особи чи назва організації, що влаштовує прийом; привід для прийому; вид прийому, дату, час та місце проведення. Іноді в запрошенні вказують форму одягу для чоловіків: звичайний костюм; темний костюм; смокінг; фрак.

Прийоми поділяються на денні та вечірні, без розсаджування та з розсаджуванням за столом. У разі якщо прийом із розсаджуванням за столом, то в нижньому правому куті запрошення позначається: "Просимо відповісти". У цьому випадку запрошений зобов'язаний повідомити, приймає чи не приймає він запрошення.

Щоб прийом пройшов організовано, запрошення розсилаються заздалегідь. Високих гостей краще запрошувати через кур'єра.

Прийоми з розсаджуванням не допускають запізнь. Прийом без розсаджування, навпаки, не передбачає ні приходу гостей вчасно, ні необхідності

залишатися на прийомі до кінця. Йдучи на прийом, запрошення краще взяти з собою, іноді запрошення залишають в фойє перед початком прийому.

Денні прийоми починаються о 13.00. До них належать: “бокал вина”, “бокал шампанського”, “ланч” (офіційний сніданок).

Вечірні прийоми починаються о 20.00 і пізніше. До них належать: “коктейль” (кілька видів вина), “а ля фуршет” (один-два види вина), “фуршет” (презентація, обід, вечеря).