**ЛЕКЦІЯ 9**

**Тема 5:** *Культура спілкування і етикет*

**План**

1. Етика комунікації та морально-психологічні принципи спілкування. Спілкування як мистецтво бути собою і мистецтво бути іншим.
2. Етика ділового спілкування.
3. Комунікативні моральні риси людини: чесноти і вади, толерантності, співчуття, милосердя, віротерпимості, ввічливості та взаємоповаги.
4. Конфлікт та морально-етичні аспекти його вирішення.
5. Етикет та ритуал

**1. Етика комунікації та морально-психологічні принципи спілкування. Спілкування як мистецтво бути собою і мистецтво бути іншим**

Спілкування як комунікативна діяльність включає багатогранний світ людських стосунків, коли одночасно відбувається обмін діями, вчинками, думками, почуттями, переживаннями, а також звернення людини до власної душі, своїх спогадів, мрій, сумління. Без спілкування неможливий повноцінний розвиток людини, як особистості. Спілкування є формою творчої активності, яка допомагає засвідчити різні грані людського таланту. Відсутність повноцінного спілкування приносить великі втрати людині, викликає значні деформації внутрішнього світу і психічного стану. Кожна людина боляче переносить стан самотності й ізольованості від оточуючих.

*Вищий сенс спілкування – це самовизначення, самореалізація, самоствердження і взаємозбагачення однієї особи через іншу.* Але якщо людина в процесі спілкування вище всіх підносить саму себе, переслідує якісь корисливі цілі, якщо для неї усі інші стають лише засобом для задоволення власних потреб, то таке спілкування постає аморальним, і воно, фактично, не досягає своєї мети. Спілкування, побудоване на грубості, підступності, брехні, приносить великі розчарування, завдає душевних страждань, пекельних мук. Як висловився один із класиків французької екзистенціальної філософії Ж. П. Сартр, «пекло – це інші».

*Спілкування вважається мірилом моральної культури людини. Етика спілкування засвідчує моральність особистості, являється віддзеркаленням індивідуальної моральної свідомості, що є сукупністю конкретних навичок, умінь, установок, почуттів.* Окрім моральної свідомості важливою є культура почуттів і культура поведінки. Морально зріла особа із сформованим знанням культурних моделей поведінки, етикетних правил повинна вміти їх адекватно використовувати в кожній конкретній життєвій ситуації.

*Спілкування передбачає обмін інформацією, тобто комунікації.* Спілкування і комунікації не є тотожними поняттями, бо мають змістовні відмінності. ***Комунікація*** *(лат. communico – спілкуюсь із кимсь) – це смисловий та індивідуально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією у різноманітних процесах соціальної взаємодії.* ***Спілкування*** *ж передбачає не просто обмін інформацією, але й обмін враженнями, душевними переживаннями, почуттями, емоціями, досвідом.* Здатність відчувати людина набуває тільки у спілкуванні, яке характеризується власне суб’єкт-суб’єктною спрямованістю. Спілкування за змістом є поняттям більш ширшим і загальним, а комунікація – конкретним, яке означає лише один із його типів, тобто соціальну взаємодію. *Комунікація буває вербальною (словесною) і невербальною – безсловесною, (тілесно чуттєвою, мімічною, знаковою, візуальною). Комунікація у вузькому розумінні має однонаправлений характер, бо інформаційне повідомлення може стосуватись будь-кого, в тому числі і технічних засобів, а тому не завжди передбачає суб’єкт-суб’єктної взаємодії. У справжньому спілкуванні кожен із його учасників звертається до свого партнера саме як до суб’єкта – неповторної індивідуальності.*

Інколи комунікацію розуміють ширше, по-суті, ототожнюючи її із спілкуванням. Сучасні філософи, опрацьовуючи проблему спілкування в аспекті людської екзистенції (виявляючи найбільш важливі особливості людського способу буття), здебільшого оперують поняттям «комунікації». Видатний німецький філософ ХХ ст. К.Ясперс протиставляє «екзистенційну комунікацію» повсякденному спілкуванню. Він трактує її як «співвідношення» неповторних індивідуальних екзистенцій, як глибоко інтимне й особистісне спів-буття в істині, за допомогою якого реалізується людська автентичність. Сучасна людина, навіть не усвідомлюючи цього, завжди відчуває різницю між повсякденним поверховим і глибинним екзистенційним існуванням. Концептуальні засади цього досвіду якраз і розкриває у своїй комунікативній філософії К.Ясперс. Доповнюють цю проблематику етичні розробки К.-О. Апеля, зокрема його принцип «ідеальної комунікативної спільноти», а також праці А.Піпера, що стосуються побудови цілісної системи етичних імперативів. Узагальнений зміст їх напрацювань можна звести до моральної вимоги: «Чини так, ніби ти є членом ідеальної комунікативної спільноти». Цю вимогу можна назвати "категоричним імперативом" людського спілкування.

Фундаментальні теоретичні підвалини спілкування опрацьовуються сьогодні у сфері багатьох гуманітарних наук, передовсім, психології, педагогіки, соціології, естетики. І це не випадково, бо всезростаюча соціальна мобільність, динамізм життя розширюють спектр людських взаємин. Бурхливий ритм сучасної цивілізації, невпинний розвиток електронних інформаційних засобів з’єднують людей різних країн, материків, різних національностей, конфесійних і культурних орієнтацій. Саме спілкування, а не просто комунікація, здатне поєднати людей у реальну живу спільноту. *Потреба людини у спілкуванні стосується насамперед діалогу, безпосередньої зустрічі з іншим реально існуючим «Я».*

*Поряд з діалогічним всезростаючого значення набуває спілкування монологічне, коли особа спілкується сама із собою на рівні внутрішніх діалогів, роздумів, спогадів, мрій тощо.* Суттєвим у людському спілкуванні є також контакти із навколишнім світом: із природними явищами, представниками живої природи або сакральних пам’яток, мистецьких творів тощо. Чим ширші обрії такого спілкування, тим багатшою є світ особистості, а також потреба у творчій активності і взаємному обміні інформацією із іншими.

***Спілкування*** *передбачає не лише* ***інтелектуальний аспект****: рівень знань, ерудованість, володіння цікавою інформацією, вміння підтримувати розмову, виявляти кмітливість, формулювати думку, – але включає також* ***чуттєво-емоційний аспект****.* Емоційною реакцією на спілкування є стан задоволення, або незадоволення, який полегшує або ускладнює процес спілкування. У типовій комунікативній ситуації почуття стримуються, але при загостренні відносин можуть «вибухати». Як правило це відбувається тоді, коли людина не спроможна впливати на розвиток ситуації в потрібному їй напрямку, а відтак втрачає контроль над собою.

***Емоція***  *(лат. emoveo – збуджую, хвилюю) – це чуттєва реакція, що виникає внаслідок зовнішніх і внутрішніх подразнень, що спричиняють зміну у психо-фізіологічному стані людини.* Почуття постають суб’єктивною реакцією людини на оточуючий світ. Культура почуттів особистості виявляється в адекватності її емоційних реакцій комунікативній ситуації, у здатності реагувати на неї, відповідно її реальному стану, вміння співпереживати тому, із ким відбувається діалог, тощо. Почуття людини формуються та облагороджуються в процесах виховання і навчання, набуття життєвого і суспільного досвіду, врешті – у самовихованні. Культура почуттів шліфується, відточується шляхом змістовного їх наповнення, збагачення, деталізації. Почуття разом із переконаннями визначають моральну позицію особистості. Поняття добра, милосердя, справедливості, що усвідомлені людиною раціонально (за допомогою знань, розуму), в той же час виявляються чуттєво (ірраціонально) у формах доброзичливості, прихильності, симпатії, любові тощо. У звичайному ході життя емоції виникають спонтанно, як довільні реакції на різні ситуації, без логічного аналізу чи раціональних обґрунтувань. Але опираються вони на набуті знання, досвід, практику численних спілкувань. Окрім того, людські почуття постають виявом єдності етичного й естетичного у ставленні до інших. Наприклад, вихована і тактовна людина емоційно доброзичливим поглядом чи усмішкою, жестом виявить своє прихильне ставлення до співбесідника. Емоційний контакт є важливою передумовою нормально, результативного спілкування.

*До важливих умов людського спілкування слід віднести й певні особливості людей за їх завдатками, психо-фізіологічними характеристиками.* Не всім людям потреба і здатність до спілкування притаманна однаковою мірою; це зумовлюється психічними і фізіологічними властивостями індивіда, його певними природними завдатками. Від давніх часів відомі *чотири типи людського* ***темпераменту:******сангвінік, холерик, меланхолік і флегматик***, які визначають відповідний характер, здібності, особливості психологічної реакції особистості. За ***психологічними особливостями*** *люди поділяються на* ***інтровертів*** *– замкнених на себе, заглиблених в себе, самоспоглядальних, які здебільшого є індивідуалістами, а також на* ***екстравертів*** *– відкритих назовні, спрямованих до контактів, товариських, які є яскраво вираженими колективістами*. На здатність до спілкування впливають такі фізіологічні особливості, які відомий вчений фізіолог І.П.Павлов пов’язував із взаємодією в людини двох протилежних нервових процесів: збудження і гальмування. В залежності від співвідношення цих процесів виявляються такі антиподи проявів людської поведінки, як: а) сила і слабкість, б) врівноваженість і неврівноваженість, в) активність, рухливість і повільність, інертність. В конкретних випадках на комунікантів (тих, хто комунікує, або діалогістів, співбесідників) впливає також їх самопочуття, стан здоров’я, настрій, що має властивість змінюватись.

*Культура спілкування залежить значною мірою від практичного оволодіння людиною його нормами і правилами.* *Спілкування* можна назвати процесом виховання і самовиховання, коли комуніканти активно впливають один на одного за допомогою як *вербальних, так і невербальних засобів*.

***Вербальне*** *(лат. verbum – слово) спілкування здійснюється засобом усної і писемної мови, а також за допомогою електронно-технічних засобів.* Мова є засобом передавання думок, ідей, почуттів. Вона пов’язана із мисленням і співвідноситься із загальною культурою людини. Культура мовлення виявляється у вмінні в залежності від комунікативної ситуації використати чи розмовну, чи літературну мову, звернутись до усної, чи письмової форми. Для того, щоби зрозуміло і ясно висловитись необхідно володіти достатнім словарним запасом і вміти мислити логічно ясно і послідовно. Важливо слідкувати за чистотою мови, звільнятись від помилок у вимові слів, від частого вживання слів-паразитів, слідкувати за темпом мови, дикцією, гучністю голосу, його тембром, проте не забувати й про різноманітність мовних комунікацій. Мова має відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів.

Мовне спілкування тою чи іншою мірою супроводжується «мовою тіла», тобто ***немовними (невербальними)*** *комунікативними елементами – жестами, мімікою, поглядом, поставою, якимись виразними рухами, тощо*. В процесі спілкування людина свідомо або підсвідомо здійснює різні фізичні рухи, що є частиною її фізіологічної природи. Навіть при значних зусиллях і не зважаючи на наполегливі тренування індивіду не вдається цілковито контролювати невербальну поведінку. Наприклад у скрутній ситуації у людини пітніє чоло, червоніє обличчя, тремтять руки, розширюються зіниці, бігає погляд, тощо. Про характер людини може багато розповісти постава, хода, жести, манера одягатись, тощо. Мистецтво ефективного спілкування базується на вмілому використанні системи невербальних засобів, вихованні уважності, спостережливості, аби правильно сприйняти, оцінити партнера і повести себе відповідно тій чи іншій ситуації.

*Мета і цілі спілкування можуть бути дуже різноманітними; відповідно до них виділяють такі* ***основні типи спілкування****:*

- *етикетний* (формальний, неглибокий), обумовлений звичаями ставлення до людей: наприклад, пасажири, покупці, випадково знайомі, які випадково зустрічаються з приводу виконання певних побутових потреб;

- *діловий* (сфера трудової або соціальної діяльності, виробництво), де утворюються певні соціальні спільноти з метою виконання функціональних обов’язків: наприклад, співробітники, учні, студенти, інші колективи;

- *товариський,* що формується на базі ділових стосунків, коли члени колективу сповідують принципи ціннісного визнання один одного, відчувають командну єдність, проявляють співучасть, підтримку, об’єднуються на основі як спільної справи, так і ідеї;

- *дружній,* що передбачає значно глибший рівень духовної єдності, особливу міцність стосунків на основі спільних інтересів, симпатії, а також психологічної сумісності, єдності ціннісних орієнтирів, готовності до безкорисливої підтримки, навіть самопожертви;

- *інтимний* (сімейно-шлюбні і родинні зв’язки), що передбачає не лише дружбу, але й кохання, високий рівень близькості, відповідальності, турботи за кожного із членів цілої сім’ї чи родини.

Кожен із наведених типів спілкування передбачає відповідний спосіб поведінки, застосування певних комунікативних засобів. Спілкуючись, партнери необхідно впливають один на одного, і в залежності від ситуації можуть відповідно змінювати власну або чужу поведінку. *Конкретна взаємодія суб’єктів, спроба регулювати хід взаємовідносин за допомогою вербальних і невербальних засобів визначається як* ***інтеракція*** ( лат. inter – поміж, та actio – дія, дозвіл; нашою мовою дослівно – взаємодія або «дія між»). Так, *американський психоаналітик Е.Берн (1910 – 1970) виділяє такі типи інтеракцій, які використовують у повсякденному спілкуванні*:

- *ритуальна взаємодія*, яка побудована на звичних фразах на кшталт: «Привіт!», «Як справи?», «До зустрічі» тощо;

- розважальна взаємодія, яка супроводжується розмовами про різні життєві ситуації, якісь спільні актуальні події;

- *спільна цілеспрямована активність*, яка пов’язана із вирішенням спільних справ, плануванням зустрічі, порядку виконання тих, чи інших видів робіт;

- *пасивна взаємодія*, коли партнери вимушено опинились разом, психологічно не налаштовані один на одного, але мусять про щось розмовляти;

- *ігрова взаємодія* (суспільна, побутова, сімейна, інтимна) – її використовують, аби досягнути певних цілей, граючи (штучно чи охоче) відповідну роль. Така гра іноді межує із лицемірством, яке засноване на фальшивих почуттях;

- *інтимна взаємодія*, що передбачає довірливе і відверте ставлення одне до одного при наявності таких елементів спілкування, що прийнятні лише між цими конкретними людьми.

Якщо хтось ініціює певний тип інтеракції, то інший може його прийняти або змінити, запропонувавши свій. Кожна людина в силу власної індивідуальності виробляє свій стиль спілкування. В процесі життя цей стиль кристалізується, формується схильність до якихось типових рис поведінки, засвоюються стереотипні навички і прийоми. Для досягнення порозуміння комунікантам необхідно враховувати особливості такого психологічного феномену, як трансакція (досл. з лат. – звернення) – взаємодія, яка включає подразнення (запитання) і реакції (відповідь) між певними станами «Я».

*Поведінку кожної людини зумовлюють три різні родинно-вікові стани «Я»:*

*- «Я – батько (мати)»:* базується на авторитарному принципі, який містить вказівку, догматичні вимоги, повчальні настанови: «Що Ви собі дозволяєте?», «Щоб я більше не повторював», «Ви повинні...», тощо. Така людина, спілкуючись апелює до того, що має бути, аніж що є реально. Це критичний стан, який не враховує, що людина може помилятись, спізнюватись тощо;

*- «Я – дорослий»:* такий стан особистості, яка незалежно від віку відповідально і продумано ставиться до вирішення проблем.

*- «Я – дитя»:* передбачає імпульсивну і спонтанну поведінку. Адже діти добре засвоюють методи пристосування і інтуїтивно правильно реагують на різні ситуації. Стан «Я *–* дитя» передбачає кілька варіантів поведінки: природне «Я *–* дитя», пристосовницьке «Я *–* дитя» і «маленький професор».

Низка взаємопов’язаних трансакцій спрямовує хід бесіди і партнери можуть обирати різноманітні стани як щодо своєї реакції, так і щодо стану «Я» того, з ким відбувається спілкування.

*Мистецтво спілкуватись передбачає вміння перевтілюватись і майстерно грати певні ролі, що прийнято називати* ***мистецтвом «бути іншим»****.* Відомо, що існує істотна відмінність між людиною, якою вона є «на людях», в суспільстві, і людиною, якою вона є «вдома», на самоті. Входячи в контакти з іншими людьми, просто виходячи в людське співтовариство, людина ніби одягає маску і стає іншою. **«*Люди-маски»*** *– це ті люди, що вміють перевтілюватись, поводитись інакше, видавати себе за інших залежно від ситуації.* Майстерність точно грати роль залежить від того, наскільки щиро ця роль зіграна. Адже свідомо чи несвідомо людина наслідує інших, переймає їхні звички, манери, відтворює вчинки та дії відомих літературних персонажів, кіногероїв, артистів тощо. *Як мистецтвом є вміння «бути іншим», так само мистецтвом є і вміння «бути собою».* Цього мистецтва можна досягти завдяки великій праці над собою, все життя прямуючи через «інших» до себе, аж доки не досягнеш вищого ідеалу, коли вже зайвим стане грати ролі, а сформується власний стиль поведінки, прийде мудрість і з’явиться здатність людини бути природною і щирою. Сьогодні це здебільшого вважають ознаками наївності і слабкості, хоча насправді саме ці риси характеризують інтелігентну і високодуховну особу, котра відзначається цілісністю і вмінням поєднувати різні образи, постійно змінюватись в процесі самовдосконалення.

Спілкування вимагає від комунікантів врахування деяких бар’єрів, труднощів комунікації, через які можливе ускладнення взаємостосунків. Ці перепони можуть бути інтелектуального, мотиваційного та емоційного характеру. Їх чітке окреслення допоможе швидше віднайти прийнятні шляхи для вирішення різного роду суперечностей. Так, емоційні бар’єри може створити неприваблива і неохайна зовнішність, незадоволений вираз обличчя, зневажливий погляд, розв’язні манери, брутальний тон, негативні скиглення, неуважність. Етика спілкування вимагає також врахування ряду таких специфічних бар’єрів, що стосуються національності, мови, конфесійної належності, політичної орієнтації тощо. Врахування цих бар’єрів допоможе запобігти зайвих ускладнень у спілкуванні і дозволить створити позитивний емоційний клімат.

**2. Етика ділового спілкування**

Розглядаючи діяльність людини, її спілкування з іншими крізь призму етичних норм і цінностей, можна зрозуміти природу *етики ділового спілкування.* До процесу спільної діяльності, до ділового спілкування долучається багато людей. Кожна людина є особистістю з позитивними та негативними рисами. До того ж кожна сфера життя та діяльності людини має певну специфіку. Тому постає питання про визначення моральних передумов, що впливають на ділові стосунки між людьми. *У процесі спільної діяльності та ділового спілкування формується* ***етика ділового спілкування*** *як сукупність цінностей та норм, що орієнтують і регулюють дії людей.*

*Мораль і моральність не існують поза суспільством, без взаємодії людей.* Вони значною мірою залежать від особливостей розвитку суспільства, насамперед від соціально-економічного ладу, що панує в ньому. Тривалий час у Європі, зокрема в епоху Відродження, етичним нормам і правилам належала першість під час розв’язання економічних проблем порівняно, скажімо, з прагненням до вигоди, до наживи. Етичний підхід, зокрема, прослідковується у працях французьких моралістів ХVI–ХVIII ст. М. Монтеня, Ф. Ларошфуко, Б. Паскаля та ін. За часів раннього капіталізму виникла суперечність між ставленням до діла та етичними нормами. Встановлюється така особливість мислення, коли характерним є систематичне прагнення отримати законний прибуток у межах своєї професії. У суспільстві формується органічна солідарність людей, що ґрунтується на взаємодоповненості ролей і професій, а також ідея професійної відданості, певного аскетизму в поведінці та спілкуванні людей. Взаємини між людьми і при вирішенні економічних питань певною мірою регулювалися вищими цінностями, зокрема релігійними (це особливо характерно для протестантської етики). З розвитком ринкових відносин людина дедалі більше стає самотньою, віддаляється від суспільства, від собі подібних, від тих, хто знаходиться поруч. Людина стає прагматичною, а суспільство під впливом грошей стає дедалі раціональнішим. Гроші починають бути засобом будь-якого обміну, зокрема в економіці, мистецтві, науці, практиці. Їх вплив поширюється, звичайно, на ділові стосунки між людьми та на спілкування. У такому суспільстві зростають корумпованість, жорстокість, егоїзм, індивідуалізм та ін.

Отже, суспільство, яке стоїть на шляху «гроші заради грошей», «виробництво заради виробництва», «дія заради дії», приречене до морального занепаду. Щоб цьому запобігти, суспільство має повернутися до обов’язкової первинності етичних норм над прагненням досягти економічних результатів будь-якою ціною. Йдеться про моральну відповідальність кожного за себе та за інших, за життя загалом. І тут люди мають усвідомити, що індивідуальної відповідальності для розв’язання цієї проблеми явно замало. Потрібні спілкування, діалог індивідів, дискусія, хоча лише прагнення до цього не досить. Дискусія про майбутні цінності, їх ієрархію, реальні зміни в суспільстві буде тим досконалішою, чим незалежнішими будуть індивіди, які беруть у ній участь, чим більше вони прагнутимуть використати раціональні аргументи, не надаючи жодному з них абсолютного чи остаточного змісту, чим більше спілкування між людьми буде спрямоване на досягнення вільного консенсусу між ними

*Загроза дегуманізації виникає там, де людина звикає ототожнювати себе зі своєю функцією, своєю соціальною роллю. Образ такої самовідчуженої людини-функціонера, людини-рольовика став так би мовити «кошмаром» технічної цивілізації останніх століть.* Події, що відбуваються в окремій країні й у всьому світі, змушують людей переглянути систему цінностей як суспільства, так і окремої особистості. Керівники організацій, які успіх економічної діяльності пов’язують безпосередньо з людьми, уважно слідкують за цими процесами і своєчасно реагують на них. Вони враховують будь-які зміни у ставленні людей до звичаїв, традицій, релігії, праці, освіти тощо. Якщо ці зміни орієнтацій на певні цінності своєчасно не помітити, виникнуть додаткові труднощі. Саме зміна цінностей була однією з причин зниження темпів зростання промислового виробництва у США в 1965 р. Підприємці, які не усвідомили характер подій, що відбулися, почали скорочувати кадри і втрачати клієнтів. Тим з них, хто продовжував поважати особистість, задовольняти потреби клієнтів та орієнтуватися на високу професійну майстерність працівників, падіння виробництва майже не загрожувало.

Звичайно, люди мають добре заробляти, аби жити в добрих умовах. Однак якщо весь час людина присвячує себе тільки роботі, ігноруючи власні інтереси та інтереси сім’ї, вона врешті-решт рано втрачає здоров’я, не здатна народжувати нові ідеї, перестає бути цікавою у спілкуванні. Щоб цього не сталося, зазначає Е. Фромм, людина повинна орієнтуватися не на принцип «мати», а на принцип «бути». Це означає, що людина може й хоче жити повним життям. Вона хоче здобувати знання та віддавати їх, обирати заняття до вподоби, поєднувати продуктивну виробничу діяльність із власними інтересами в інших сферах. Розумні керівники поділяють такі орієнтації своїх підлеглих, не заважають їхнім прагненням до самореалізації, і не тільки при виконанні ними своїх професійних обов’язків. Як свідчить досвід кращих корпорацій світу, від цього виграють всі: кожна окрема людина і організація загалом.

Принципи моралі мають загальне соціальне значення і поширюються на всіх людей, уособлюючи те загальне, основне та первинне, що уможливлює ці вимоги та становить ціннісний базис суспільства, взаємовідносин людей. Моральні принципи підтримують і санкціонують в узагальненій формі суспільні підвалини життя, соціальний устрій, спілкування. Вони претендують на абсолютність, не допускають винятків. Будучи узагальненими, моральні принципи відбивають соціально-історичні умови буття людини, її сутнісні потреби.

Нині у складних умовах ринкових відносин людям доводиться робити вибір щодо орієнтації на справедливе ставлення до інших і врахування їхніх інтересів чи на егоїзм; на активність чи пасивність; на агресію чи альтруїзм; на любов до людей чи байдужість до них і т. ін. Цей вибір проявляється в поведінці людини та в її спілкуванні з іншими. Під час такого вибору людина звертається або до прийнятих суспільством, або до особистих моральних норм і принципів.

*В умовах жорсткої конкуренції та зниження життєвого рівня людей зростає значення таких рис характеру людини, як стійкість, лояльність, вірність, милосердя та ін.* Ідеться про мораль співвіднесення, дилема якої ґрунтується на тому, що не варто слухати ані друзів, ані ворогів, коли совість підказує «вчини так». Під час спілкування — це вміння говорити так, щоб не принижувати гідності людей, вступати з ними в переговори, йти на компроміси, витрачаючи миттєву власну вигоду, але зберігаючи доброзичливі стосунки. Кожен, хто знайомий з історією створення та розвитку відомої американської компанії *«ІBM»,* погодиться з тим, що своїм успіхом вона значною мірою зобов’язана *морально-етичним ідеям її засновника Томаса Дж. Уотсона-старшого* (1914 р.), аніж технічним нововведенням або фінансовим ресурсам. Він як честолюбивий підприємець, безумовно, хотів бачити свою компанію такою, що досягла успіху. Але маючи власні моральні цінності, він не хотів це робити в будь-який спосіб.

На шляху до успіху Т. Уотсон хотів об’єднати людей єдиною метою. *Тому він розробив кодекс поведінки працівників компанії, принципи якого дуже прості:*

*- кожна людина заслуговує на повагу;*

*- кожний клієнт фірми має право на особливу увагу та найкраще обслуговування;*

*- усе, що робиться у фірмі, має постійно вдосконалюватися.*

Цих принципів дотримуються й зараз всі працівники фірми — від адміністраторів найвищого рангу до підсобників. Зазначені принципи становлять стрижень усієї діяльності компанії, до якої всі ставляться з повагою і довірою, що безпосередньо впливає на кожний крок і всю політику «ІBM». Мабуть, тому за 34 роки нікого не звільнили через скорочення програм, штатів, асортименту продукції чи бюджету. Але незалежно від посади розлучалися з тією людиною, яка порушувала моральні норми компанії або припускалася помилок у роботі і не бажала співпрацювати з іншими.

За правилами ділового спілкування, прийнятими в «ІBM», усі її працівники у своїх діях мають керуватися високими нормами ділового спілкування: «Кожний, з ким ви маєте справу, повинен розраховувати на справедливе і неупереджене ставлення до себе з вашого боку. Чесність є невід’ємною частиною моральної поведінки, а довіра необхідна для встановлення добрих та міцних стосунків».

Існує чимало етичних критеріїв цивілізованого спілкування, зокрема чесність, порядність, справедливість. *У розвинених країнах, наприклад, без цих критеріїв у діловому спілкуванні між фірмами, банками й окремими людьми сучасне підприємництво було б неможливим.*

Нафта та нафтопродукти, акції та інші цінні папери на мільйони доларів щодня продаються на основі усних переговорів без свідків. Так само на великі суми щороку продаються товари солідними торговими фірмами без попереднього оформлення контрактів. Така практика сучасного підприємництва є наслідком довготривалого процесу розвитку бізнесу, під час якого сформувалися найоптимальніші моральні принципи та правила, яких ці підприємці дотримуються.

*Для досягнення ефективності в діловому спілкуванні необхідно також керуватися такими етичними поняттями, як повага, співчуття, справедливість та ін.*

Основою гуманістичних комунікативних установок є повага. Це таке ставлення до людини, коли враховується людська гідність. Повага доповнюється пошаною, тобто визнанням особистих чеснот індивіда та його приналежності до певної спільності. Якщо ми ставимося шанобливо до іншої країни або до якоїсь фірми, то поважатимемо також їхніх представників і виявимо це у своєму ставленні до них, що сприятиме встановленню контакту, взаємодії. Спілкування буде відкритим і націленим на продуктивний діалог, на співробітництво і злагоду, ґрунтуватиметься на врахуванні моральних норм і принципів справедливості, рівноправності, доброзичливості, ввічливості та ін.

Повага до співрозмовників, опонентів по спілкуванню, толерантність тісно пов’язані із самоповагою. Як би не ставилися до нас інші люди під час спілкування, у ділових взаєминах, самоповага буде тим моральним механізмом, який допоможе нам не допустити приниження, глузування тощо. Людина з розвиненою самоповагою чинитиме опір цьому, виявить волю, відстоюючи свою гідність, честь. Християнська мораль вчить бути терплячим, але це не означає, що слід миритися зі злом, агресією, брутальністю, безчестям. Кожен із нас має робити все, що може, в межах норм моралі, щоб не допускати цього, щоб попереджати такі прояви у процесі спілкування з іншими людьми.

Повага та увага до клієнтів є безперечно основою довготривалих відносин. Компанія, яка підходить до ділових відносин лише з позицій власної користі, не може розраховувати на лояльність іншої сторони. А будь-яке зроблене клієнтові добро потім, як правило, повертається назад. Коли виникають нові ринки збуту продукції, до них швидко линуть різні корпорації, компанії, фірми з інших країн.

Багато компаній намагаються будь-що збути свою продукцію, навіть низької якості. Відчувається це зараз і в Україні. Але якщо такі компанії зорієнтовані тільки на отримання тимчасової користі, то зв’язки не будуть тривалими. Вони завжди відчуватимуть опір з боку тих, кого принижують. І, навпаки, компанії, які в таких умовах встановлюють ділові контакти, поважаючи слабких сьогодні партнерів, допомагають їм, створюють основу для співробітництва в майбутньому.

**3. Комунікативні моральні риси людини: чесноти і вади, толерантності, співчуття, милосердя, віротерпимості, ввічливості та взаємоповаги**

Культура спілкування є однією із найбільш важливих форм зовнішнього прояву внутрішньої культури особистості. Моральні норми визначають зміст певних дій і вчинків, мотивів поведінки, а культура спілкування засвідчує як саме реалізуються моральні вимоги, яка манера і стиль поведінки людини як у повсякденному житті, так і в трудовій діяльності чи в товаристві друзів і колег.

*Етична оцінка людської діяльності випливає із єдності суб’єктивного і об’єктивного, духовного і практичного, взаємозалежності мотивів, дій і результатів.* Добрі вчинки і добрі наміри безперечно характеризують високу моральну культуру особистості. Проте не можна судити про таку культуру на підставі одного, чи кількох вчинків. «Коли людина здійснює який-небудь моральний вчинок, – писав Ф.Гегель, – то це ще не робить її доброчинною; доброчинною вона стає лише тоді, коли такий спосіб поведінки є постійною рисою її характеру». Спрямованість поведінки, постійна схильність чинити так, а не інакше, визначає сутність індивідуальної моральності.

Треба враховувати, що людське спілкування багатофункціональне, а тому у різних випадках одна і та сама особа може поводитись по-різному: тут на манеру спілкування впливають обставини, оточення, власне самопочуття, особливості комунікативної ситуації (по-різному може себе вести людина в радісних або трагічних випадках). Але ніколи моральна людина у спілкуванні не дозволяє собі вдаватися до агресії, зневаги, нетерпимості, брутальної лайки. Комунікативні навички людини формуються протягом усього життя в процесі виховання і самовиховання, коли усталеними стають певні манери, рухи, слова, а також спосіб ставлення до інших. В цьому контексті прийнято говорити про так звану «звичну поведінку». Звички закріплюються в результаті багаторазового повторення певних дій, часто успадкованих, але здебільшого надбаних шляхом наслідування і систематичної праці над собою через навчання і виховання.

*Моральна людина виховує в собі звичку шанобливого ставлення до оточуючих, дисциплінованості, організованості, порядності.* Така людина ввічлива, тактовна, піклується про інших, вміє прощати і довіряти. Позитивне значення звички в тому, що вона не потребує попереднього осмислення, бо здійснюється вже механічно. *Звички стають міцними, якщо опираються на переконання, тобто глибоке розуміння того, що найменший відступ від моральності принижує гідність інших і не додає честі власній персоні.* Але в певних ситуаціях суб’єкт поведінки може зраджувати своїм звичкам, коли опиняється перед складною проблемою морального вибору: людина не завжди може передбачити якісь негативні наслідки своїх, на перший погляд, правильних дій. Важливо вміти творчо регулювати свої навики, аби не бути рабом власних звичок*. Відступ від власних морально-етичних норм обов’язково викликає в моральній людині стан незадоволення собою, внутрішній неспокій, докори сумління і каяття.* Протиріччя в процесах комунікації неминучі, вони постають знов і знов, а тому своєчасне конструктивне вирішення кожного протиріччя дозволяє утримувати міжособове спілкування на належному рівні. До ***«золотих правил»*** спілкування відносяться: *рівність, взаємоповага, доброзичливість, милосердя, толерантність, делікатність, неупередженість, вміння вислухати іншу людину, зрозуміти її, тактовність, довіра.* ***Аморальними*** ***ж рисами*** у процесі спілкування вважаються: *егоїзм, користолюбство, нетактовність, помста, зрада, підступ, шантаж, неповага, грубість, брутальність, жорстокість.*

*Культура і стиль поведінки особи засвідчує наявність особистого* ***іміджу*** англ. image – образ, подоба, зображення, яке пов’язане із лат. – imitari – імітувати)*.* Сучасні дослідники по-різному визначають зміст поняття «імідж», але *здебільшого трактують як знаковий замінник, який відображає основні риси портрета людини.* Переважно цей термін вживають у значенні штучно створеного образу особи, чи будь-якого об’єкта, наприклад фірмового, товарного, чи політичного тощо. Процес його створення є цілеспрямовано організованим на досягнення чітко заданих характеристик.

Сьогодні цей термін є надто популярним, особливо у сфері ділового спілкування. Але особистий імідж і є образом кожного індивіда. Він визначається усією сукупністю внутрішніх і зовнішніх факторів та елементів, що надають людині у взаєминах з іншими людьми стабільних виявлень. Як правило, людина повинна проводити порівняння власного «само-іміджу» та свого іміджу у сприйнятті інших людей. *Розрізняють кілька варіантів іміджу, зокрема:*

*- дзеркальний* – це наше уявлення про себе;

*- реальний* – погляд на себе з боку;

*- ідеальний* – підхід до носія іміджу, що може бути названий ідеалізуючим;

*- створений* – це образ суб’єкта, що є продуктом дій іміджмейкерської кампанії. Якщо створений імідж «зношується», тобто вже себе не виправдовує, то його заміняють іншим.

Імідж – це уявлення про людину, що передає видиму, фасадну сторону її образу; в іміджі манери, жести, міміка, окремі мовні вирази виступають в якості найбільш виразних характеристик. Людина, яка є справжньою особистістю (героєм), засвідчує свою сутність справами. Герой творить себе сам, уособлюючи піднесений ідеал, а створений імідж може часом і не мати нічого спільного із реально існуючим його носієм, тобто імідж носить умовну символічну природу. Але заданий людині імідж може спонукати її до підкріплення його змісту життєво значними справами. Імідж може стимулювати підвищення власної самооцінки, додавати впевненості, підносити соціальну і особисту відповідальність, сприяти розвитку позитивних моральних рис, як-от доброзичливість, привітність, ввічливість, щиросердність, тощо. Отже, щоб удосконалюватись духовно, утверджуватись у діяльності, здобувати повагу серед оточуючих людина зобов’язана дбати про свій особистий імідж, постійно змінювати його у кращу сторону, досягаючи гармонії між своїм зовнішнім образом і внутрішньою сутністю. Звичайно, найбільш сталими іміджами людини є ті, що їх вона образа та витворила сама.

Сформована і зріла особистість не є байдужою до того, як її сприймає оточення. Така людина обов’язково накреслює свій ідеальний образ (імідж) і критично себе оцінюючи, намагається виробити і удосконалити манери і прийоми спілкування, які продиктовані певним рівнем моральної свідомості. *Саме в молоді роки формуються ті чесноти, які визначать спосіб доброчесної поведінки.* Хоча в молодіжному середовищі і культивуються певні норми, які є свідчать про приналежність до певних угрупувань, відданість певним кумирам, все ж вони не можуть бути відірваними від загальноприйнятих правил суспільної поведінки. Моральні чесноти засвідчують ставлення людини до моральних норм та цінностей. *Моральні норми і цінності реально впливають на людську поведінку, коли добре усвідомлюються, стають особистими життєвими сенсами.* Адже моральні імперативи не можливо комусь насильно нав’язати, змусити визнати ті, чи інші еталони моралі (що є навіть аморальним). Кожна людина опирається на власний досвід, має власні нахили, які творять цілісність її морального образу. Якщо людина намагається буквально втілити, повторити у своєму житті той ідеал, який видається їй абсолютно довершеним, то вона ризикує міфологізувати своє життя, піддаючись спокусі відтворити міф у власному житті. Тому ставлення до ідеалу має бути дещо дистанційованим, коли ідеал не сприймається як об’єкт буквального відтворення, а служить орієнтиром для творчого і самостійного осмислення та регулювання власного життя.

*Найпершим гарантом повноцінного спілкування виступає* ***ввічливість****.* Привітність і позитивна налаштованість одного до іншого забезпечують комфортний клімат спілкування, додають настрою, запобігають конфліктам. Зовнішнім виявом ввічливості є привітний вираз обличчя, зацікавлений погляд, прихильні жести, усмішка. Звичайно не завжди людина може перебувати у гарному настрої. Іноді обставини слугують підставою для смутку, роздратування, а це вимагає від іншого *коректності і тактовності*.

***Тактовність*** *передбачає міру, якої треба дотримуватись у розмові.* Коректна і тактовна людина здатна відчути межу, за яку не можна виходити у взаємостосунках. Увага до іншого не повинна бути нав’язливою і нахабною, що корелюється такою рисою, як делікатність. Вона додає врівноваженості і стриманості, допомагає краще володіти собою, залишатись природнім у поведінці.

***Повага*** *передбачає шанобливе ставлення до партнера, а також засвідчує ступінь власної самоповаги, бо поважаюча себе людина не вдаватиметься до образ і приниження гідності іншого.* Повага в етиці означає визнання ціннісного статусу іншого, а тому за своєю суттю має глибоко гуманістичне підґрунтя. Повага не зводиться до якогось одиничного формального акту, а стосується цілісної моральної лінії поведінки людини, спрямованої на визнання честі і гідності іншої особи. Повага, як реалізація принципу гідності в процесі спілкування передбачає доброчинність і справедливість у ставленні до кожного не зважаючи на соціальний статус ( навіть злочинці мають право на повагу і захист власної гідності в місцях відбування покарання). Морально стійка людина ніколи не погодиться на приниження власної гідності, не дозволить себе ганьбити. Високий рівень самоповаги людини – це той бар’єр, який не зможе здолати нестримна брутальність і хамство.

*Найціннішою рисою з-поміж інших в процесі спілкування моралісти визначають* ***толерантність****, яке походить від латинського слова tolero – «несу», «терплю».* Ця чеснота базується на необхідності миритись з неминучими розбіжностями поглядів, орієнтацій, стилів життя. *Толерантною називають людину, яка визнає за іншим право бути не таким як «Я», по-іншому мислити і чинити, хоча сама займає непримиренно іншу позицію.* Толерантність не вживається у відношенні до того, до чого ми ставимось приязно. Бо *толерувати – значить миритися з тим, що засуджуємо*. В сьогоднішніх не менш драматичних обставинах, у надзвичайно різноманітному і розбурханому світі толерантність стверджує право на несумісність, що дозволяє зберегти свободу і самобутність людей, як і певних соціальних груп, політичних сил, релігійних громад, чи культурних організацій.

***Співчуття і милосердя*** *належать до цінних етичних характеристик добропорядної людини*. Ці чесноти особливо підносить християнська етика, побудована на принципі всепоглинаючої любові до ближнього. Якщо ми виявляємо шанобливе і поважне ставлення до іншого, а в душі залишаємось байдужими і черствими, то така повага є нічим іншим як фікція. Сенс спілкування не зводиться до виконання ритуалу шанобливості, а передбачає проникнення турботами і проблемами іншого. Співчуття і є таким екзистенційно-моральним імперативом, який звернений до внутрішніх переживань іншого суб’єкта. Співчуття, співпереживання, співстраждання чужі егоїстичним натурам, а чуже горе, невдачі приємні людям злим. «Співстраждання є найголовніший і, можливо, єдиний закон всього людства» – говорить головний герой роману Ф.Достоєвського «Ідіот» князь Мишкін. Виявляти жаль і співчуття до інших, ділити з ними смуток і радість спроможні лише високі духовно особи. У книзі Еклезіаста сказано: «Серце мудрих – у домі жалоби» (Екл. 7, 4).

*В практичному аспекті співчуття співвідноситься із* ***милосердям,*** *яке можна визначити як діяльне прагнення допомогти тому, хто має в тому потребу.* Діяльну допомогу під впливом сердечного співпереживання варто відрізняти від простих людських актів милосердя, які становлять етичну цінність самі по собі. Як повага звернена до визнання ціннісного статусу іншого, так і милосердя полягає у діяльній допомозі іншому реалізувати свій життєвий сенс. Діяльно допомагати іншому у самореалізації, здійсненні свою місії – в цьому зміст категорії милосердя. Якщо милосердя опирається на толерантність і повагу, то набуває дійсно високого духовного значення. Релігійна етика визначає для віруючого необхідність дотримування такої чесноти, як милосердя заради спасіння власної душі. Щире діяння милосердя аж ніяк не принижує, а навпаки підносить людину, що його виявляє. Наприклад, суспільство, яке потурає права знедолених, не виявляє діяльної турботи про немічних, інвалідів, нужденних, не можна вважати соціально справедливим: воно не є морально здоровим і містить ознаки деградації.

*Окремо варто наголосити на значенні такої чесноти, як* ***поміркованість****, яку ще називають кардинальною, бо пов’язана вона із необхідністю приборкання основних природних інстинктів (страху смерті, статевого потягу, пожадливості).* Поміркованість є чеснотою міри і основне її завдання зводиться до опанування почуттям жадання. Аристотель, зокрема, надає їй визначального значення, бо усяка чеснота становить «золоту середину» між двома крайнощами – нестачею і надміром. Наприклад, чесноті відваги протистоїть боягузтво, як брак сміливості, але її надмір породжує таку негативну рису як бравада, котра штовхає відчайдушну людину до невиправданого ризику. Без виховання у собі чесноти поміркованості не можливо досягнути належного рівня моральності, так необхідного для ефективного спілкування.

*Антагоністичною протилежністю моральних чеснот є* ***вади****, які трактуються як постійна схильність і здатність волі здійснювати зло.* Щоправда зла заради зла людина зазвичай не прагне. Іноді ми чинимо зло, бажаючи блага. *Здебільшого зло – це помилки, які здійснюються тоді, коли добро бачать там, де його нема.* Тоді мова йде не так про зло, як про хибну дію, невдалий вчинок. Тоді чим відрізняється моральна вада від помилки? *Моральне зло здійснюється тоді, коли людина знає, що благо, котре вона вибирає, їй не належить,* наприклад, злодій грабує банк заради грошей, чи вбивця вбиває когось, аби заволодіти майном жертви. Моральна вада, як і чеснота, є постійним навиком або згубною звичкою, що полягає у свідомій готовності вибору такого блага, яке людина вибирати не повинна; при тому вона вже навіть не відчуває докорів сумління. Вада дезорієнтує особистість і врешті-решт губить її. Тимчасова вада підпорядковує людську волю певному благу, котре заступає усі інші. Так, вино, випите в міру, веселить людину, підносить настрій, але алкоголік обертає це благо в тяжке зло для оточуючих і гине сам. Всезагальна бездіяльність щодо боротьби з алкоголізмом лише сприяє переростанню його у велике суспільне зло. Сьогодні в Україні проблема алкоголізму набуває катастрофічних масштабів. Це вже стає загальнонаціональною вадою. Паління цигарок диктується потребою заспокоїти нерви, але курець насправді поневолює себе, піддаючись шкідливій звичці, що лише посилює нервовість.

*Вади здебільшого породжені непоміркованістю і нестримністю,* наприклад в їжі і питті. Хто досягнув значних успіхів у духовній сфері, став популярним, високоосвіченим може піддатись такій *ваді як гордість і пихатість*. ***Гордість*** *як вада полягає в ілюзорному почутті власної вищості над іншими*. До найпоширеніших вад *належить* ***заздрість****, яку з гордістю об’єднує той самий фальшивий критерій власної вищості, не вміння розпізнати тих істинних благ, які возвеличують людину, підносять її матеріальний статок або соціальний статус.* Те, що підживлює гордість однієї особи, ставши предметом заздрощів ближнього, по-суті «з’їдає» його. Заздрість у крайніх формах веде до бажання позбавити інших тих благ, якими не володіє сам заздрісник.

Поширеною людською вадою є гнів, який буває виправданим як реакція на зло. Але ***гнів*** *як вада ґрунтується на тому, що людина піддається цьому почуттю, коли не досягає омріяного блага, не може подолати ті перешкоди, які виникають на шляху його реалізації.* Отже, гнів не усуває, а лише примножує зло. Гнів є проявом не стільки сили, скільки слабкості людини. Хоча у гніві людина є страшною. Адже стриматись значно важче, а роздратованість і гнів виникають легко. Про вади варто говорити, аби краще зрозуміти їх природу з тим, щоб виправляти, а не примножувати. Вада, як і кожне зло, виступає в оболонці блага, тому краще усвідомити притягальну силу добра. Чим краще розумієш благо, тим більше тьмяніє привабливість зла.

В міжособистісних стосунках розуміння природи зла і різних людських вад відіграє особливу роль. *Приязні взаємостосунки можливі лише за умови високої моральної культури кожного. Вони опираються на такі* ***визначальні правила****:*

*- не зазіхати на інтереси іншого і не виявляти байдужість до партнера;*

*- критично ставитись до себе і помічати не стільки чужі вади, як свої власні недоліки;*

*- удосконалювати свою особисту культуру;*

*- оволодівати нормами і правилами моральної поведінки, заснованої на доброзичливості, ввічливості, принциповості і терпимості до оточуючих.*

Отже, людське спілкування має цілу низку умов і правил оптимального здійснення, проте саме воно безумовно спирається на важливі людські моральні характеристики; моральні чесноти та вади і впливають на процеси та якість спілкування, і виявляються та корегуються в останньому.

**4. Конфлікт та морально-етичні аспекти його вирішення**

***Конфлікт*** *(лат. conflictus – зіткнення) – зіткнення протилежних тенденцій у психіці окремої людини або у відносинах двох і більше людей, а також різних груп, соціальних об’єднань, зумовлене розбіжностями у поглядах, позиціях, інтересах.* Для розв’язання конфлікту необхідно мати глибокі знання щодо природи, сутності, шляхів подолання кризових ситуацій, вміти застосовувати на практиці дієві способи поведінки, відповідні технології дій. Конфлікт, як вузол проблем, які потребують нагального вирішення, по-суті, і є основою розвитку, шляхом розв’язання якого розвиваються і вдосконалюються взаємостосунки, досягаючи вищого рівня. Через конфлікт із самим собою удосконалюється і сама особистість.

 У конфліктній ситуації обов’язково зіштовхуються різні позиції, відмінні уявлення, ціннісні орієнтири, а тому одна сторона не погоджується із пропозицією іншої. Сукупність мотивів і цілей суб’єктивно усвідомлюються кожною стороною і кожен опиняється перед дилемою. В такій ситуації треба не стільки виконувати чиюсь вимогу, скільки розв’язувати сукупність накопичених проблем. Крайнє загострення суперечностей робить невідкладним завдання здійснення морального вибору за умови складної боротьби мотивів.

*Конфлікти можуть мати: а) конструктивний і б) деструктивний зміст.* *Конфлікти розрізняють як зовнішні, коли виникають різні комунікативні протиріччя між людьми, так і внутрішні, коли відбувається глибока внутрішня боротьба на рівні індивідуальної моральної свідомості.*

***Моральний конфлікт*** *– це суперечливе зіткнення моральних принципів в індивідуальній або ж суспільній свідомості, коли людина мусить вибрати те, що для неї не є прийнятним.* Особливістю морального конфлікту є те, що в певній ситуації вибір якоїсь дії, що опирається на певну моральну норму веде до порушення іншої норми. Складність полягає не в тому, що людина може не знати відповідних моральних норм, через що не може зробити правильний вибір і не в тому, що вона не бажає виконувати певну вимогу моралі, а у зіткненні цих суперечливих вимог. Вибір власне треба зробити між рівними для даної людини цінностями, які є для неї взаємовиключними. Джерелом внутрішнього конфлікту є складність, різнохарактерність власних особистісних мотивів, які підпорядковані один одному. Для морального конфлікту властива боротьба індивідуальних моральних цінностей, норм, приписів, які особистість визнає для себе беззаперечними.

***Зовнішній конфлікт*** *проявляється у формі гострих моральних суперечностей між людьми.* Для зовнішнього конфлікту характерне заперечення правильності переконань протилежної сторони, розходження у ціннісних орієнтаціях. Учасники конфлікту приречені на моральні збитки, бо кожен зазнає певних втрат, має поступитись чимось дуже для себе цінним. Кожна сторона хоче, аби було визнано правильною саме його позицію, а це перешкоджає досягненню компромісу. Можна сказати, що «золотим правилом» розв’язання конфлікту є обрання «із двох зол меншого». Менше зло аж ніяк не стає добром, але воно передбачає компроміс у тому випадку, коли гармонії у даній ситуації досягнути неможливо.

У конфліктній ситуації відбувається тяжка внутрішня боротьба, коли аналізуються усі обставини з тим, щоб зрозуміти і передбачити можливі наслідки даного вибору. В ієрархії цінностей існують цінності «вищі» і «нижчі», а тому в процесі вибору людина може поступитись «нижчими» заради дотримання «вищих».

*Що стосується* ***засобів розв’язання конфліктів****, то у практичній етиці існує вчення про ієрархію моральних цінностей, систему переваг, коли особа зважує значення тих, чи інших цінностей і обирає те, що є вагомішим.* Загальноприйнятою є практика надання переваги загальних інтересів над особистими, коли людина підпорядковує власні інтереси суспільним. Але це не може бути аксіомою, бо індивідуальна і суспільна мораль можуть перебувати в антагоністичному протистоянні. Адже не кожне суспільство спрямоване на задоволення інтересів особи, тому можливість правильного вибору детермінується наявністю зустрічного руху від людини до суспільства і від суспільства до людини.

У *конфліктології* сучасній науці про конфлікти опрацьовується теорії *етики наслідків*, побудованих на необхідності оцінки етичного вчинку з точки зору його потенційних наслідків. Ці теорії вчені зводять до двох основних типів. Одні вважають, що вчинок А буде значно кращим від вчинку В, якщо він спрямований на досягнення вищих цілей. А інші стверджують, що вчинок А можна вважати кращим, ніж вчинок В, якщо його наслідки є більш благотворними. Адже сумніви щодо обрання підходу щодо визначення степені моральності з приводу тих, чи інших дій виникають у людей постійно. Навіть, коли говорити про наслідки, то не завжди можна бути впевненим, які саме із них являються дійсно кращими. В свою чергу, поняття «краще» і «благотворніше» не є однозначними, їх не просто зважити і співвіднести. Це пов’язано із складнощами визначення критерію оцінки вчинків. У конфліктній ситуації правильність вибору підтверджується тим, що при найкращих намірах був отриманий і найкращий результат. Особа, обираючи найбільш прийнятне для себе рішення, все рівно несе моральні збитки, бо гармонія виключена. Зробивши вибір на користь однієї вартості, людина завжди буде жалкувати за тим цінним, котре було втрачено.

***Конфлікти у діловій сфері*** *виникають внаслідок антагоністичного протистояння інтересів, конкуруючих позицій, коли необхідно зробити вибір між протилежними пропозиціями на користь однієї із них.* Коли сторони не знаходять компромісу, то вдаються до конфронтації і розриву стосунків. Технологія розв’язання конфліктів опирається на вміння адекватно оцінити позиції, знайти правильні аргументи аби пригасити властиву для конфліктів емоційну збудженість опонентів – супротивників у суперечці. За будь-яких обставин учасникам конфлікту необхідно зрозуміти сутність конфлікту, стадію, якої він досягнув, ідентифікувати позиції сторін. Для врегулювання кризової ситуації не замінимими є прийоми контролю над власними емоціями і вміння сконцентрувати зусилля задля можливості слухати інших. При надто експресивному спілкуванні доцільно використовувати методи не рефлексивного слухання – вміння мовчати, не втручаючись у монолог співрозмовника, який зміг би подолати збудження і чіткіше сформулювати думки. У відповідь потрібно аргументувати краще власну позицію і якщо опонент помиляється, то не варто з ним погоджуватись, а продовжувати відстоювати свою позицію, підкріплюючи її відповідними аргументами.

***Конфліктні ситуації*** *можуть бути* ***об’єктивними****, які виникають з приводу конкретного об’єкта, якого прагнуть, чи хочуть володіти обидві сторони, а також* ***суб’єктивні****, спричинені розбіжностями у поглядах на те, що не являється реальним бар’єром для конфліктуючих.* Останні здебільшого виникають внаслідок психологічної несумісності людей, їхнього небажання розуміти іншого. Можливі ще і безпредметні конфліктні ситуації, що виникають через якісь уявні розбіжності у поглядах або різне бачення і розуміння одного і того ж фактору чи явища.

*Теорія конфліктів розробляє засоби ефективного подолання конфліктних ситуацій за різних обставин і на різних стадіях розвитку конфлікту.* Досягнути перемир’я, пригасити протистояння ще не означає завершення конфлікту, який за нових обставин може спалахнути із новою силою. Завершальною стадією вирішення конфлікту являється усунення його справжніх причин, вирішення усієї сукупності суперечностей.

*Стратегічно можливі три варіанти шляхів подолання конфлікту:*

- ***м’який*** – передбачає поступки однієї сторони, яка визнає правильною протилежну позицію і погоджується її прийняти.

- ***жорсткий*** – це коли одна сторона наполягає, але і друга – не здається. У цій ситуації відносини між опонентами набувають кризового характеру, а тому можливими є конструктивний і деструктивний виходи із конфліктної ситуації. При деструктивному характері розвитку конфлікту можливе відкрите протистояння, що може набрати насильницьких форм. Вирішитись ситуація може швидко, якщо сили однієї сторони вичерпаються, а набрати затяжного характеру. За цих обставин перемир’я може і не наступити.

- ***принциповий*** – передбачає і не слабкість, і не силу (твердість), а об’єднує одне і друге через досягнення компромісу.

*Комунікативна етика вважає найважливішим засобом полагодження різних конфліктних ситуацій* ***компроміс****.* Суть компромісу полягає у здатності прийняти позицію протилежної сторони до певної межі. Компроміс є вирішальним засобом вирішення різних життєвих і ділових ситуацій. Здатність до компромісу високо цінується у бізнесовій сфері.

*Учасники конфлікту шляхом компромісу досягають* ***консенсусу*** *– згоди, тобто такої позиції, на яку шляхом поступок пристають обидві сторони.* Йдучи на компроміс не можна уникнути моральних збитків. *Розрізняють добровільний і вимушений компроміс*. Мудрість рішення тримається на строгому розрахунку щодо можливих втрат, а тому емоції і моральні втрати мають відійти на другий план. Компроміс тут не можна зводити до угодовства, чи поразки, бо компроміс скоріше є виявом сили і мудрості в ім’я більшої вигоди. Компроміс для конфліктуючих сторін виключає максималізм – «все або нічого», бо «поганий мир все ж кращий, ніж війна». У ділових конфліктах емоційні пристрасті поступаються перед раціонально виваженими інтересами. Конкуруюча сторона завжди прагне знищити іншу, що іноді супроводжується агресією і злочином. Це є аморальним, але, на жаль, реальним і звичайним для нинішнього часу явищем. У вільному цивілізованому суспільстві опонент є суперником, а не ворогом. Стосунки між конфліктуючими мають врегульовуватись згідно цивілізованих правил, а не методами «дикої» війни. У діловій сфері конфлікти – це не зло, а спосіб з’ясування відносин, співставлення різних точок зору, пошук альтернативних методів вирішення справ. Тому вони не тільки можливі, але й необхідні у процесі між людського спілкування.. Різні варіанти бачення, більше пропозицій сприятиме ефективності відносин, розширюватиме горизонти бачення, покращуватиме в цілому перспективу співпраці. Правильне розуміння природи конфлікту передбачає визнання кожною особистістю розбіжностей у поглядах і готовність ознайомитись із різними підходами, іншими точками зору. А це і є основою ефективного і морального спілкування.

**5. Етикет та ритуал**

Культура спілкування як зовнішній прояв внутрішньої духовної сутності особи включає усі сфери повсякденної поведінки – у громадських місцях, сімейно-побутові взаємовідносини, виробничі стосунки, товариське спілкування тощо. Здебільшого регулюються ці взаємовідносини моральними нормами, а також ***етикетом*** *(фр. еtikuette – ярлик, етикетка), котрий являє собою визначений регламент поведінки у конкретних заздалегідь відомих ситуаціях.* *Етикет як сукупність певних правил і норм поведінки означає дотримання зовні пристойного способу поводження, що засвідчує зовнішню культуру моральних стосунків.* Моральна й естетична грані культури поведінки існують у тісній єдності і взаємодії. Зовнішня поведінка людини є завжди помітною. З першого погляду можна оцінити рівень вихованості людини з огляду на те, як вона одягнута, як розмовляє, які манери, міміка, жести. Адже важлива не тільки внутрішня культурність, але і форма спілкування. Тому знання правил етикету, вміння ними користуватись засвідчує естетику поведінки. Особливо вагоме значення відіграє етикет у сфері ділових взаємостосунків.

Етикет являється сукупністю певних норм і вимог, які носять строго регламентований характер і визначають порядок проведення якоїсь церемонії (привітання, знайомство, форма звернення до оточуючих у громадських місцях, поведінка у трудовому колективі тощо). *Етикет є соціально детермінованим, так як правила етикету носять утилітарний характер.* Вони полегшують взаємостосунки людей, упорядковуючи користування засобами громадських комунікацій. Етикет дозволяє зберегти енергію і здоров’я, заспокоює нервову систему, ставить усіх в рівні умови людських взаємин, що приносить врешті-решт задоволення усім.

*Історія становлення етикету* сягає давніх часів, коли ретельно регламентувались правила пристойності окремих суспільних верств, коли кожний стан мав свій «кодекс честі» («честь короля», «лицарські цноти», «християнські доброчинності», тощо). *Виникнення самого терміну «етикет» пов’язують з іменем французького короля Людовіка ХІV, який у ХVІІІ столітті, запрошуючи гостей на придворний бал усім запрошеним вручив картки (етикетки) із зазначеними вимогами щодо належного одягу і правил поведінки.* Придворний етикет відзначався жорсткими приписами і суворими вимогами. Головним призначенням етикету була організація поведінки придворних таким чином, щоб звеличити особу монарха й підкреслити статус придворної ієрархії.

В давньоісторичні часи зміст етикетних норм відображав станово-класові взаємостосунки у суспільстві. Такі правила складаються вже у найдавніших рабовласницьких цивілізаціях стародавнього Сходу. Так, своєрідна «Інструкція поведінки» існувала у стародавньому Єгипті ще у 2350 р. до н.е. А китайський філософ Конфуцій ( 551 – 479 рр. до н.е.) детально розробив церемоніал належної поведінки щодо регулювання таких основних взаємостосунків: імператор і піддані; державні чиновники різних рангів, старші і молодші, чоловік і жінка, батьки і діти. Відповідні церемоніали спрямовувались на упорядкування стосунків, а тому не втратили своєї практичної цінності і нині. Норми шляхетної поведінки набули усталеного характеру і в Стародавній Греції і Римі. Імператори і патриції славились вишуканими манерами.

Доба Середньовіччя відома своїм знаменитим лицарським етикетом. Лицарський кодекс честі регламентував увесь спосіб життя тогочасного феодального суспільства, вказуючи на відмінність соціального статусу різних верств. Етикет не стосувався поведінки простих людей, ставлення до яких було зневажливим з боку знаті. Як висловилась французька письменниця Жорж Санд: «Бідність звільняє від етикету». Піддані зобов’язані були лише беззаперечно схилятись перед володарями. Взаємовідносини між простими людьми регулювались звичаєвим правом і релігійними заповідями. Відсутність строгих етикетних умовностей не виключала чітких вимог щодо способу ставлення до старших, родичів, сусідів, гостей тощо.

З розвитком буржуазно-капіталістичних відносин етикет видозмінюється, втрачає станово обмежений характер, стає менш умовним і манірним. Але представники вищого світу старанно оберігають вироблені «споконвіку» правила пристойної поведінки. Не втратив практичної доцільності знаменитий кодекс честі англійського джентльмена, обов’язком якого є дотримання за будь-яких обставин «елегантної незворушності». Етикет спрямовується на виховання сильної і вольової людини, яка вміє стримувати бурхливі емоції, роздратування.

*Етикет завжди має конкретно-історичний характер, так як кожна епоха, кожне суспільство, окремі народи утверджували такі правила спілкування, котрі відповідали соціальним умовам, специфічним уявленням про прекрасне у взаємостосунках.* Етикет відзначається національною самобутністю, його специфіку зумовлюють певні народні культурні й релігійні традиції, усталені звичаї, ритуали, вірування, котрі сягають давніх пластів історії кожного окремого народу. Наприклад, в *Україні* було добре розвинуте звичаєве право і надзвичайною міцністю характеризується етнопедагогіка, що позначилось на нормативності поведінки широких народних мас. Вияв ввічливості і доброзичливості був невід’ємним компонентом магічних вірувань. Недотримання правил пристойності загрожувало гнівом грізних духів, які наповнювали довкілля і постійно спостерігали за людьми. Певні нормативні вимоги служили ознакою вищого станового становища, показником заможності, працьовитості і добропорядності. Так прийнято чоловікам при зустрічі скидати шапки, а жінці заміжній не гоже було виходити із непокритою головою. Чоловік без головного убору не сприймався гідно серед оточуючих, не міг підтвердити свою соціальну заможність. Добре розвинутий був культ старших, тому у вітанні молодші виявляли ввічливість до старших схилянням голови, потисканням або цілуванням руки. Ціла система етикетних вимог стосувалась способу поводження із гостями. Стрічаючи гостей, господарі вклонялись, тримаючи руку на серці. Було прийнять виявляти особливу шанобливість до жінки, вітаючись з якою чоловіки скидали капелюх, цілували руку. Український етикет відзначався особливою суворістю щодо лихослів’я. Не припустимо було лихословити вдома, де живуть духи предків, бо злі слова їх можуть образити і вони не будуть виконувати охоронну функцію. Не дозволялось лихословити у присутності старших. Весь спосіб життя і праці наших предків споконвіку обумовлювався численними настановами і приписами, які перевірялись життєвим досвідом.. Цей мудрий досвід – втілення вічних цінностей людського спілкування, де логічно поєднувалось життєво-доцільне (практичне) і духовно-прекрасне (естетичне).

Сформувавшись як суто станове і класове явище, етикет за змістом характеризувався прагненням упорядкувати систему людських стосунків, надати їм цивілізованого вигляду. По-суті, етикет – це правила гри цивілізованих людей, які у цьому тісному світі відстоюють своє право на недоторканність, відвойовують власну територію проживання і життєдіяльності. Етикетні норми забезпечують певну рівність, гармонію і зовнішню красу людських відносин.

*Етикет, регламентуючи культуру поведінки, фіксував повагу однієї особи до іншої, тому його ще називають «мистецтвом шанобливості». Звичайно етикет передбачає деяку манірність, формальність, «гру у ввічливість», але ці «формальності» компенсуються тактовністю, повагою, ввічливістю. Правила етикету вже вивірені часом, є практично доцільними. Сучасний етикет не носить надто церемонійного характеру, є більш вільним і демократичним, передбачає свободу варіацій, усталених прийомів і манер.*

*Етикетні формули чемності застосовуються у різних ситуаціях, але завжди зводяться до ввічливості і доброзичливості.* Навіть у конфліктних ситуаціях, у розмові з людиною, котра з певних причин не заслуговує на повагу брутальність і грубість є неприпустимими. *Поняття ввічливості включає ще такі різновиди, як коректність, делікатність і тактовність, котрі передбачають вміння правильно оцінювати ситуацію і відповідно обирати найбільш адекватні для неї способи спілкування. Вони базуються на відчутті міри, вмінні не переступати певну межу у конкретних видах спілкувань, не створювати незручних для співбесідника ситуацій.*

*Етикет обов’язково передбачає стриманість і скромність поведінки,* без яких не можливо підкреслити повагу до іншої людини. Скромність вберігає навіть видатну і неординарну особистість від зневажання менш яскравих і видатних. Адже є негідним підкреслювати власну велич шляхом нівелювання цінності іншого. Стриманість дозволяє уникнути розв’язності, надмірної розкутості, непристойної жестикуляції. Скромність і стриманість допоможуть краще розкрити самого себе, позбавить від необхідності грати не властиву особі роль. Проте ці риси не повинні перейти у фамільярність, примітивність, коли особистість навмисно понижує свою духовність і надто спрощує поводження рівняючись на нижчий рівень взаємостосунків ( керівник переходить на «коротку» відстань із підлеглими, вчитель «по-компанійські» ставиться до учнів, що нівелює посадошанування, може понизити авторитет «шефа»).

*Етикет ґрунтується також на вимозі точності, обов’язковості, дисципліни.* Ці риси спрямовані на дотримання обіцянки і необхідності виконання покладених обов’язків. Без них нема надійності і довіри, особливо у сфері ділових відносин. Але і в сімейній етиці вони є фундаментальними. Етикет вимагає від людини вчасно виконати взяті зобов’язання, а також вміло сформулювати думку, належно оцінити обставини, вміти попередити про непередбачені ускладнення і знайти вихід з метою виправлення невдало спланованої справи, чи при порушенні домовленості. Етикет зобов’язує особу не бути байдужим до обов’язків і вміти визнавати свою провину, виправляти допущені помилки, вибачатись за завдані клопоти через власну недисциплінованість.

*Бажання бути значною, підкреслення власної гідності – це найсильніша потреба людини, тому етикет і спрямований на піднесення гідності іншої людини.* Етикет – це не підлещування, бо фальшива і примітивна шанобливість швидше викличуть відразу, аніж повагу. ***Тому при виконанні найважливіших етикетних формул варто користуватись такими правилами:***

1. *Виявляйте щирий інтерес до тих, з ким спілкуєтесь*. Бажаним співбесідником і партнером можна стати тоді, коли зацікавишся проблемами, які його хвилюють. Стародавній римський поет Публій Сір сформулював цю думку так: «Ми цікавимося іншими тоді, коли вони цікавляться нами». Розмову треба вести про те, що цікавить іншого, підкреслюючи те що він найбільше цінує. Навіть при необхідності налагодження ділових стосунків варто перед діловою зустріччю поцікавитись колом тем, які хвилюють партнера найбільше.

*2. Демонструйте привітність і даруйте посмішку.* Усміхнене обличчя випромінює доброзичливість і заохочує до спілкування. Як відомо широка усмішка – це обов’язковий атрибут американського способу життя. Американці насправді складають справжній гімн усмішці, яку вони вважають тим ключем, яким можна відчинити будь-які двері, здолати усі бар’єри, аби забезпечити психологічний комфорт для ефективного спілкування. В нашій українській дійсності усмішка ще не стала загальноприйнятим атрибутом, частіше зустрічаються похмурі і сумні обличчя , а в сфері бізнесу більш типовим є діловито-нахабний образ «крутого».

*3. Звертаючись до співбесідника частіше називайте його ім’я.*  Ввічливе звертання до іншої особи передбачає знання загальноприйнятої формули звертання – чи то «товариш», «пан», «пані», «шановний друже» тощо. Але цим не варто обмежуватись, а слід частіше називати ім’я, особливо під час ділових зустрічей. Людям приємно, коли пам’ятають їх ім’я і поважно до них звертаються.

*4. Будьте уважним слухачем, навчіться слухати співрозмовника.* Підтримуючи розмову, будьте терплячі і навчіться не перебивати. Не забувайте виявляти зацікавлення, ставте запитання, які заохочують співбесідника до розмови, спрямовуйте діалог у тому напрямку, який стосується спільних інтересів і сприяє досягненню згоди.

 *5. Уникайте конфліктних ситуацій.* Кожна людина прагне відстояти свою позицію, має власну думку, систему уявлень і життєвих цінностей, про що варто завжди пам’ятати. Заради вирішення справи, або збереження добрих стосунків навчіться не вдаватись до категоричних суджень. Відстоюючи власну думку не прагніть обов’язкової перемоги у суперечці. Пам’ятайте, що перемога у суперечці може образити партнера, особливо у вирішенні ділових справ. Тому найлегшим способом вирішення суперечки є її уникнення.

*6. Дбайте про охайність свого зовнішнього вигляду.* Охайність і чистота – це необхідні етикетні вимоги, тому недбалість в одязі, зачісці сприймається як зневага до оточуючих. Пам’ятайте, що підкреслена екстравагантність привертає особливу увагу, розцінюється як виклик іншим.

Наведені правила стосуються формального аспекту спілкування побудованого на взаємоповазі. Вони можуть диференціюватись залежно від конкретних умов, ситуацій, культурного рівня тих, хто спілкується. За змістом усі ці вимоги мають відповідати принципу гуманності і демократизму.

***Діловий етикет діє в сфері виробничо-трудових відносин.*** Опирається він на загальні норми, хоча специфічно до кожної окремої професії формуються певні особливі правила. В межах певних професій виробляються свої «кодекси честі», які дозволяють підтримувати дух корпоративної єдності (медична, журналістська, юридична, військова етика, бізнес-етика тощо).

*Культура службового спілкування не можлива без засвоєння правил ділового етикету.* Їх незнання створює багато проблем, іноді призводить до руйнації підприємницьких планів. Ділова людина, котра ставить за мету досягнення успіху у бізнесі зобов’язана оволодіти таємницями етикету, що дозволить більш впевненого почуватись, порядно і чесно співпрацювати з іншими, створювати в колективі комфортний мікроклімат. Етика ділових відносин посилює значення культури спілкування і виробничих комунікацій.

*1. Неодмінною вимогою ділового етикету є бездоганна зовнішність, яка забезпечує представницьке сприймання ділової людини і є виявом поваги до інших.* Тому недоречною є особлива екстравагантність, надмір прикрас, яскравий макіяж, що привертає надмірну увагу. Манера одягатись підкреслює стиль поведінки, індивідуальність людини, її внутрішній зміст. Тому по зовнішності сприймають людину. Соціологічні дослідження твердять, що у 85 випадках зі 100 перше враження про людей складається на основі зовнішнього вигляду. Це доводить необхідність більш уважно ставитись до створення зовнішнього іміджу. Практика підтверджує, що оточуючі більш прихильно ставляться до охайних і акуратних людей. Сьогодні мода надто вільна і демократична, а це забезпечує свободу вибору. Але у діловому світі існують певні протокольні вимоги. Наприклад, на офіційні прийоми не дозволяється жінці приходити у міні-спідниці, прозорій блузі, надто відкритому декольте, чоловіку без піджака, краватки тощо. Одяг ділової людини може бути різноманітним, але функціональний, строгий і стриманий щодо кольорової гами. Одяг ділової людини не повинен відволікати партнерів від роботи, ділових розмов. Необхідно враховувати недоліки фігури, аби максимально їх замаскувати і вирівняти пропорції. Одяг для офіційних прийомів має відрізнятись від повсякденного. Діловій жінці додає впевненості косметика, якою треба користуватись вміло і помірковано. Обережними варто бути при виборі парфумів, запах яких не повинен бути різким і нав’язливим. Елегантна жінка не одягає багато прикрас і не поєднує одночасно срібло і золото, обережно підбирає біжутерію. Ділові чоловіки із прикрас носять обручку або перстень, запонки і защіпки для краватки. Браслети і ланцюжки на шиї, сережки псують імідж солідного підприємця.

*2. Зовнішнє враження про людину залежить від вміння триматися, від постави, ходи, жестикуляції.* Це є невід’ємною частиною гарних манер. Пряма і горда постава, впевнена хода, скупа жестикуляція створюють образ надійної і рішучої людини. Добру фізичну форму допомагає підтримувати спорт, якому необхідно виділити певний час.

*3. Діловий етикет стосується культури мови, яка є першоосновою спілкування.* Правильна вимова, чітка дикція, приємний тембр голосу, прийнятний темп мови дозволяють підкреслити освіченість і професійність бізнесмена. Літературність і чистота мови не допускають використання слів-паразитів, нецензурних виразів. Мова завжди має відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів. Її варто збагачувати дотепними висловами, афоризмами, прислів’ями, образними порівняннями. Ділова мова передбачає лаконізм, точність і чіткість думки.

*4. У діловій розмові велику роль відіграють невербальні засоби, тобто мова тіла, безсловесне мовлення.* Науковці стверджують, що вираз обличчя, поза, жести і т.п. відіграють не менш вагому роль, ніж мова. Тому «мова» тіла має гармоніювати із вербальним мовленням, доповнюючи і підсилюючи його, а не навпаки, шкодити. Так як мова тіла не усвідомлюється, то людині у невербальних реакціях важче прикидатись і фальшивити. Ця мова легше діє на співрозмовника, спонукає до відкритості і відвертості. Ділова людина має враховувати це і вдосконалювати культуру невербального спілкування. Тут не обійдеться без спеціальної підготовки. Американський вчений Алан Піз рекомендує щодня бодай 15 хвилин тренувати свої манери і жести, тоді у відповідальні моменти спілкування людина не буде мати проблем із небажаними рухами тіла і автоматично правильно жестикулюватиме. Водночас вмітиме і «читати» невербальну поведінку своїх комуні кантів. За даними фахівців близько 55 % інформації ми засвоюємо від невербальних знаків в момент мовленнєвого контакту – міміка, жести, 38 % - голос (висота тону, тембр), і тільки 7 % - зміст вимовленого. Мімікою називають рухи м’язів обличчя, а рухи інших частин тіла – це пантоміміка ( від гр. – «усе» + «міміка»), тобто рухи голови, плечей, рук, тулуба, ніг. Ці рухи точно передають психічний і емоційний стан людини.

*Невербальна культура ділового спілкування включає такі компоненти, як:*

- *дистанція* – розрізняють близьку – інтимна, особиста, і далеку – соціальну і офіційну;

- *рукостискання* – при зустрічі, прощанні, досягненні домовленості ( може бути байдуже, мляве, неохоче, зацікавлене, привітне);

- *погляд* – відображає настрій – сумний, веселий, уважний, прискіпливий, здивований, глибокий, колючий тощо. Етика ділового спілкування вимагає, щоб погляд не був надто пильним ( не більше 6-7 секунд затримувати погляд на співбесідникові). Непристойно довго розглядати людину, змірювати поглядом, демонструвати зневажливість. Діловий погляд не опускається нижче очей співрозмовника, а спрямовується у трикутник, основу якого становить лінія між очима, а вершину – уявна точка посеред лоба. Важливо помічати реакцію зіниць, яка відображає міру зацікавленості, здивування, захоплення або відсутність інтересу, байдужість. Не етично втуплюватись очима, пильно розглядати, насильно привертати погляд;

- *усмішка* – знімає напругу, але може бути підлабузницькою, іронічною, зневажливою, а також награною і артистичною. Усмішка у етикетному спілкуванні вважається найважливішим невербальним засобом. Усміхатись радять не стільки губами, скільки очима. Вважають, що непривітне обличчя – це обличчя непрофесіонала або ознака неуспішності, невихованості;

- *міміка* – це вираз обличчя і рухи його м’язів, які передають зміну настрою: радість, гнів, подив, відразу, страх, страждання. Базується міміка на багатогранності стану обличчя, багатозначності виразних рухів його м’язів. Вважають, що у вираженні почуттів, оцінок, ставлення до співрозмовника можна робити до 20 тисяч мімічних рухів. Але ще Дарвін у книзі «Вираз емоцій у людини і тварин» писав, що «кожен індивід скорочує в більшості випадків лише певні м’язи обличчя відповідно до своїх нахилів. Ці м’язи стають більш розвинутими і тому лінії і зморшки на обличчі робляться більш глибокими і помітними». В українській мові прийнято, наприклад, використовувати такі вирази: насупити брови, наморщити лоб, підморгнути, закусити губу, вишкірити зуби, скривитися, або : і бровою не повів, і вусом не веде, і оком не моргнув тощо. Людей відштовхує, зокрема, «кам’яний» вираз обличчя, застигла міна, обличчя-маска, так як важко розгадати, що за даною незворушністю приховується насправді;

- *жести рук* – ( фр. geste – рух, жест), які видають невпевненість, нервовість, страх, неспокій, обурення або врівноваженість, впевненість, рішучість тощо. Розрізняють жести – ритмічні, емоційні, вказівні, зображальні, символічні, емоційні. Тому жести рук безпомильно відображають стан і настрій комуні кантів. Неприпустимим є надмір жестикуляції, яка має завжди бути функціонально доцільною. Говорять, що несподіваним жестам варто більше довіряти, аніж словам, але погляду можна довіряти ще більше, ніж жестам, а реакції зіниць більше, ніж погляду;

- *постава* – ( фр. pose, poser – ставити, класти), що є мимовільною або навмисною поставою тіла – струнка, рівна, сутула, згорблена, пригнічена, скорботна, горда, пихата. Вони відображають внутрішню позицію людини, її готовність до сприйняття, контактування. Струнка постава, піднята голова, розправлені плечі підтримують належний енергетичний рівень, налаштовують на успіх. Позу варто тримати під контролем свідомості, тренувати ті положення фігури, які надають привабливості і впевненості. Іміджотворче значення невербальних компонентів спілкування має стимулювати майбутніх бізнесменів до досягнення повної гармонії між словесним мовленням і мовою тіла.

*Діловий етикет є невід’ємною складовою бізнес-етики, яка сьогодні перебуває в Україні на стадії активного формування.* У ділових людей всього світу є розуміння значення ділового етикету, обов’язковості його функціонування. Якщо ділові партнери порушують етикетні вимоги, з ними ніхто не буде вести справи, ніхто не буде заключати угоду з тими, хто з першої ж зустрічі повівся не за правилами. У бізнесі, як і в спілкуванні в цілому, поводяться відповідно, поважають лише рівних собі. Тому етикет у підприємництві – це основа рівності, передумова вигідної співпраці. Бізнес, хоча і діє за своїми принципами, але опираються вони на культуру і моральність.

**Питання для самоконтролю**

1. Чим визначається спілкування як мірило моральної культури людини?
2. Які основні морально-психологічні принципи спілкування?
3. Що таке етика ділового спілкування?
4. Які основні принципи ділового спілкування?
5. Які основні характеристики комунікативних моральних рис людини?
6. Чим відзначаються чесноти і вади як комунікативні моральні риси людини?
7. Що таке діловий конфлікт?
8. Які основні морально-етичні аспекти вирішення конфлікту?
9. Що таке етикет?
10. У чому спільне і відмінне між етикетом і ритуалом?