

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.О. СУХОМЛИНСЬКОГО

Кафедра загальної та прикладної лінгвістики

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

ЕТИКА ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

Для напрямку 035 Філологія

Автор: Мікрюкова К. О.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач

Затверджено на засіданні кафедри прикладної лінгвістики від «28» серпня 2017 р.
Затверджено на засіданні навчально-методичної комісії філологічного факультету
від «28» серпня 2017 р.

Затверджено на засіданні вченої ради філологічного факультету від «28» серпня 2017 р.

Миколаїв 2017

Витяг із ОКХ

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Етика ділового мовлення» є: основні правила ділового мовлення.

Міждисциплінарні зв'язки: «Психолінгвістика», «Семіотика», «Дискурсологія», «Сучасна українська літературна мова», «Історія української мови», «Теорія комунікації».

Метою викладання навчальної дисципліни «Етика ділового мовлення» є засвоєння основних етичних правил, норм ділового мовлення.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Етика ділового мовлення» є:

1. З'ясувати місце і роль курсу «Етика ділового мовлення» у колі лінгвістичних та нелінгвістичних дисциплін.
2. Розглянути питання мовлення як науково-практичної проблеми, ролі ділового мовлення.
3. Визначити моральні передумови ділового мовлення.
4. Розмежувати поняття «повсякденне мовлення» та «ділове мовлення».
5. Ознайомитися вимогами до побудови повідомлення як способу мовлення.
6. Засвоїти відомості про вербальні засоби ділового мовлення та мовленнєвий етикет.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: основні поняття курсу «Етика ділового мовлення», усвідомити роль ділового мовлення у структурі власного мовлення, визначати моральні передумови ділового мовлення, вимоги до побудови повідомлення як способу ділового мовлення.

вміти: будувати власне ділове повідомлення, аналізувати мовлення одногрупників.

Витяг із ОПП

Метою викладання навчальної дисципліни «Етика ділового мовлення» є засвоєння основних етичних правил, норм ділового мовлення.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Етика ділового мовлення» є:

1. З'ясувати місце і роль курсу «Етика ділового мовлення» у колі лінгвістичних та нелінгвістичних дисциплін.

2. Розглянути питання мовлення як науково-практичної проблеми, ролі ділового мовлення.

3. Визначити моральні передумови ділового мовлення.

4. Розмежувати поняття «повсякденне мовлення» та «ділове мовлення».

5. Ознайомитися вимогами до побудови повідомлення як способу мовлення.

6. Засвоїти відомості про вербальні засоби ділового мовлення та мовленнєвий етикет.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студент оволодіває такими компетентностями:

I. Загальнопредметні компетентності: вміти усно й письмово спілкуватися українською мовою як державною в усіх сферах суспільного життя, зокрема у професійній діяльності; бути здатним до критичного мислення й ціннісно-світоглядної реалізації особистості; вміти виявляти, ставити та вирішувати проблеми; бути здатним до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел; вміти працювати в команді та автономно; вміти застосовувати знання у практичних ситуаціях.

II. Фахові компетентності: вільно, гнучко й ефективно використовувати мову в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і регістрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя; бути здатним до збирання й аналізу, систематизації та інтерпретації мовних фактів; вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань; створювати усні й письмові тексти різних жанрів і стилів державною мовою; бути здатним до ведення ділової комунікації усно і письмово.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра загальної та прикладної лінгвістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор із науково-педагогічної
роботи _____

Н. І. Василькова

28 серпня 2017 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЕТИКА ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

Ступінь бакалавра

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

035 Філологія

Код та найменування спеціальності

035. 10 Прикладна лінгвістика

Предметна спеціалізація

Філологічний факультет

2017-2018 навчальний рік

Програму розроблено та внесено: Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Мікрюкова Катерина Олександрівна, старший викладач кафедри загальної та прикладної лінгвістики, кандидат філологічних наук.

Програму схвалено на засіданні кафедри загальної та прикладної лінгвістики
Протокол від «28» серпня 2017 року № 1

Завідувач кафедри загальної та прикладної лінгвістики _____ (Коч Н. В.)

Програму погоджено навчально-методичною комісією філологічного факультету

Протокол від «28» серпня 2017 року № 1
Голова навчально-методичної комісії _____ (Мхитарян О. Д.)

Програму погоджено навчально-методичною комісією університету

Протокол від «28» серпня 2017 року № 12
Голова навчально-методичної комісії університету _____ (Василькова Н. І.)

Вступ

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Етика ділового мовлення» складена Мікрюковою К. О. відповідно до освітньо-професійної програми підготовки ступеня бакалавра спеціальності 035 Філологія, предметна спеціалізація 035. 10 Філологія (Прикладна лінгвістика).

Предметом вивчення навчальної дисципліни є: основні правила ділового мовлення.

Міждисциплінарні зв'язки: «Психолінгвістика», «Семіотика», «Дискурсологія», «Сучасна українська літературна мова», «Історія української мови», «Теорія комунікації».

1. 1. **Метою** викладання навчальної дисципліни «Етика ділового мовлення» є засвоєння основних етичних правил, норм ділового мовлення.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Етика ділового мовлення» є:

1. З'ясувати місце і роль курсу «Етика ділового мовлення» у колі лінгвістичних та нелінгвістичних дисциплін.

2. Розглянути питання мовлення як науково-практичної проблеми, ролі ділового мовлення.

3. Визначити моральні передумови ділового мовлення.

4. Розмежувати поняття «повсякденне мовлення» та «ділове мовлення».

5. Ознайомитися вимогами до побудови повідомлення як способу мовлення.

6. Засвоїти відомості про вербальні засоби ділового мовлення та мовленнєвий етикет.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати: основні поняття курсу «Етика ділового мовлення», усвідомити роль ділового мовлення у структурі власного мовлення, визначити моральні передумови ділового мовлення, вимоги до побудови повідомлення як способу ділового мовлення.

вміти: будувати власне ділове повідомлення, аналізувати мовлення одногрупників.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студент оволодіває такими компетентностями:

I. Загальнопредметні компетентності: вміти усно й письмово спілкуватися українською мовою як державною в усіх сферах суспільного життя, зокрема у професійній діяльності; бути здатним до критичного мислення й ціннісно-світоглядної реалізації особистості; вміти виявляти, ставити та вирішувати проблеми; бути здатним до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел; вміти працювати в команді та автономно; вміти застосовувати знання у практичних ситуаціях.

II. Фахові компетентності: вільно, гнучко й ефективно використовувати мову в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і регістрах спілкування (офіційному, неофіційному,

нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя; бути здатним до збирання й аналізу, систематизації та інтерпретації мовних фактів; вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань; створювати усні й письмові тексти різних жанрів і стилів державною мовою; бути здатним до ведення ділової комунікації усно і письмово.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин / 3,0 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Кредит 1. «Етика ділового мовлення» як навчальна дисципліна, об'єкт, предмет, та завдання; етичні й психологічні механізми.

Тема 1. Мовлення як науково-практична проблема. Психологічна природа мовлення. Мовлення як одна з нагальних потреб людини.

Тема 2. Структура ділового мовлення. Функції ділового мовлення. Мовлення як обмін інформацією.

Тема 3. Ділове мовлення як взаємодія. Мовлення як сприймання та розуміння одне одного. Роль міжособистісних взаємин у діловому мовленні.

Тема 4. Етика й культура ділового мовлення в пам'ятках історії та літератури.

Тема 5. Початок формування в Україні наукової думки про ділове мовлення.

Тема 6. Дослідження етики й культури ділового мовлення на сучасному етапі.

Тема 7. Виникнення, розвиток та поширення етикету. Етикет стародавнього світу: Греція, Рим, Єгипет. Світ традицій та звичок.

Кредит 2. Моральні передумови ділового мовлення.

Тема 1. Мораль і моральність у суспільстві. Моральні цінності як основа гуманістичного ділового мовлення.

Тема 2. Моральні норми та принципи, їх значення для досягнення високого рівня культури ділового мовлення.

Тема 3. Основні поняття гуманістичної етики. Взаємодія та взаєморозуміння в контексті етики та культури ділового мовлення.

Кредит 3. Організація ділового мовлення.

Тема 1. Добір способів ділового мовлення.

Тема 2. Повідомлення як спосіб ділового мовлення. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.

Тема 3. Способи впливу на людей під час мовлення. Маніпулювання та актуалізація.

Тема 4. Моделі ділового мовлення. Стили мовлення. Стратегії та тактики ділового мовлення.

Тема 5. Вербальні засоби ділового мовлення та мовленнєвий етикет. Культура слухання. Культура говоріння.

Тема 6. Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні. Вплив особистості на ефективність переконання. Особливості мовленнєвого етикету.

3. Рекомендована література

Базова

1. Бралатан В. П. Професійна етика [Електронний ресурс] / Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Здирко Н. Г. – К. : ЦУЛ, 2011. – 252 с. – Режим доступу : http://moodle.nati.org.ua/pluginfile.php/14930/mod_resource/content/1/bralatan_v_p_gucalenko_l_v_ta_in_profesiina_etika.pdf
2. Етика ділового спілкування / Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д., Мельничук Т. Ф., Чуприк Н. В., Анохіна Л. П. / за редакцією Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 344 с.
3. Етика ділового спілкування : [Навч. метод. посіб. для студ. ВНЗ.] / Харченко С. Я., Краснова Н. П., Юрків Я. І.; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – Луганськ. : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 507 с.
4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : [Навч. посіб. з етикету для студ.] / О. В. Кубрак. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. – 208 с.
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин / Ю. І. Палеха. – К. :Кондор, 2007. – 325 с.
6. Прищак М. Д. Етика та психологія ділових відносин [Електронний ресурс] / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбська О. Б. та ін.], О. Й. Лесько. – Вінниця. : ВНТУ, 2011. – 309 с. – Режим доступу : <http://posibnyky.vntu.edu.ua/etika/index.html>.
7. Статінова Н. П. Етика бізнесу [Електронний ресурс] / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с. – Режим доступу : http://epidruchniki.com/book/8_Etika_biznesy.html.
8. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура. Діловий етикет [Електронний ресурс] / Н. Л. Тимошенко. – К. : Знання, 2006. – 391 с. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>.
9. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування : [Навч. посіб. – 5-те вид., стер.] / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – К. Выкар, 2006. – 223 с.

Допоміжна

1. Бороздина Г. В. Психологія делового об'єднання : [Учеб. посіб.] / Г. В. Бороздина. – М : ИНФРА-М, 2000. – 224 с.
2. Конфліктологія : [Навч. посіб.] / За заг. ред. В. М. Петюха, Л. В. Торгової / Ємельяненко Л. М., Петюх В. М., Торгова Л. В., Гриненко А. М. Конфліктологія. – К.: КНЕУ, 2003. – 315 с.
3. Конфліктологія : [Підруч. для студ. вищ. навч. закл. юридич. спец.] / Л. М. Герасіна, М. І. Панов, Н. П. Осіпова та ін.; За ред..

професорів Л. М. Герасіної та М.І. Панова. – Харків: Право, 2002. – 256 с.

4. Лавриненко В. И. Психология и этика делового общения : [Учеб. пособ.] / В. И. Лавриненко. – К.: ЮНИТИ, 2000. – 248 с.

5. Лозниця В.С. Психологія менеджменту : [Навч. посіб.] / В. С. Лозниця. – К.: ТОВ «УВПК»Екс об», 2000. – 512 с.

6. Лукашевич Н. П. Теория и практика самоменеджмента : [Учеб. пособ. – 2-е изд., испр.] / Н. П. Лукашевич. – К.: МАУП, 2002. – 360 с.

7. Нагаев В.М. Конфліктологія : [Курс лекцій (модульний варіант) : навч. посіб.] / В. М. Нагаев. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 198 с.

8. Пасинок В. Г. Основы культуры мовлення : [Електрон. навч. посіб.] / В. Г. Пасинок. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 184 с. – Режим доступа : http://cul.com.ua/preview/osn_kult_movlenn.pdf.

9. Пірен М.І. Конфліктологія : [Підруч.] / М. І. Пірен. – МАУП, 2003. – 360 с.

10. Примуш М.В. Конфліктологія : [Електрон. навч. посіб.] / М. В. Примуш. – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 288 с. – Режим доступа : <http://studentam.net.ua/content/view/10626/86/>.

11. Скібіцька Л.І. Конфліктологія : [Навч. посіб.] / Л. І. Скібіцька. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 384 с.

12. Стахів М. Український комунікативний етикет : [Навч.- метод. посіб.] / М. Стахів. – К. : Знання, 2008. – 245 с.

13. Стернин И. А. Практическая риторика : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – 5-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання: виконання індивідуальних завдань, контрольних і практичних робіт, самостійна робота студента, укладання словника до курсу, написання реферату, опрацювання матеріалів із Інтернет-ресурсів.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра загальної та прикладної лінгвістики

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор із науково-педагогічної
роботи _____ Н. І. Василькова
28 серпня 2017 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЕТИКА ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

Ступінь бакалавра

Галузь знань 03 Гуманітарні науки

035 Філологія

Код та найменування спеціальності

035. 10 Прикладна лінгвістика

Предметна спеціалізація

Філологічний факультет

2017 – 2018 навчальний рік

Робоча програма навчальної вибіркової дисципліни «Етика ділового мовлення» для студентів ОКР «бакалавр» за напрямом підготовки 6.020303 Філологія (Прикладна лінгвістика).

Розробник:

Мікрюкова К.О., старший викладач кафедри загальної та прикладної лінгвістики,
кандидат філологічних наук _____ (Мікрюкова К.О.)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри загальної та прикладної лінгвістики
Протокол № 1 від «28» серпня 2017 р.

Завідувач кафедри _____ (Коч Н. В.)

«28» серпня 2017 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		<i>денна форма навчання</i>	
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 03 Гуманітарні науки Спеціальність 035 Філологія	Нормативна	
		<i>Рік підготовки:</i>	
Індивідуальне науково-дослідне завдання – реферат	Предметна спеціалізація 035. 10 Філологія (Прикладна лінгвістика)	2-й, 3-й	
Загальна кількість годин – 90		<i>Семестр</i>	
		4-й, 5-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 4	Ступінь бакалавра	<i>Лекції</i>	
		10 год.	
		<i>Практичні, семінарські</i>	
		20 год.	
		<i>Лабораторні</i>	
		-	
		<i>Самостійна робота</i>	
60 год.			
		Вид контролю: екзамен	

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної та індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання – 90 год.: 30 год. – аудиторні заняття, 60 год. – самостійна робота (33 % / 67 %).

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Етика ділового мовлення» є засвоєння основних етичних правил, норм ділового мовлення.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Етика ділового мовлення» є:

1. З'ясувати місце і роль курсу «Етика ділового мовлення» у колі лінгвістичних та нелінгвістичних дисциплін.

2. Розглянути питання мовлення як науково-практичної проблеми, ролі ділового мовлення.

3. Визначити моральні передумови ділового мовлення.

4. Розмежувати поняття «повсякденне мовлення» та «ділове мовлення».

5. Ознайомитися вимогами до побудови повідомлення як способу мовлення.

6. Засвоїти відомості про вербальні засоби ділового мовлення та мовленнєвий етикет.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студент оволодіває такими компетентностями:

I. Загальнопредметні компетентності: вміти усно й письмово спілкуватися українською мовою як державною в усіх сферах суспільного життя, зокрема у професійній діяльності; бути здатним до критичного мислення й ціннісно-світоглядної реалізації особистості; вміти виявляти, ставити та вирішувати проблеми; бути здатним до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел; вміти працювати в команді та автономно; вміти застосовувати знання у практичних ситуаціях.

II. Фахові компетентності: вільно, гнучко й ефективно використовувати мову в усній та письмовій формі, у різних жанрово-стильових різновидах і реєстрах спілкування (офіційному, неофіційному, нейтральному), для розв'язання комунікативних завдань у різних сферах життя; бути здатним до збирання й аналізу, систематизації та інтерпретації мовних фактів; вільно оперувати спеціальною термінологією для розв'язання професійних завдань; створювати усні й письмові тексти різних жанрів і стилів державною мовою; бути здатним до ведення ділової комунікації усно і письмово.

2. Програма навчальної дисципліни

Кредит 1. «Етика ділового мовлення» як навчальна дисципліна, об'єкт, предмет, та завдання; етичні й психологічні механізми.

Тема 1. Мовлення як науково-практична проблема. Психологічна природа мовлення. Мовлення як одна з нагальних потреб людини.

Тема 2. Структура ділового мовлення. Функції ділового мовлення. Мовлення як обмін інформацією.

Тема 3. Ділове мовлення як взаємодія. Мовлення як сприймання та розуміння одне одного. Роль міжособистісних взаємин у діловому мовленні.

Тема 4. Етика й культура ділового мовлення в пам'ятках історії та літератури.

Тема 5. Початок формування в Україні наукової думки про ділове мовлення.

Тема 6. Дослідження етики й культури ділового мовлення на сучасному етапі.

Тема 7. Виникнення, розвиток та поширення етикету. Етикет стародавнього світу: Греція, Рим, Єгипет. Світ традицій та звичок.

Кредит 2. Моральні передумови ділового мовлення.

Тема 1. Мораль і моральність у суспільстві. Моральні цінності як основа гуманістичного ділового мовлення.

Тема 2. Моральні норми та принципи, їх значення для досягнення високого рівня культури ділового мовлення.

Тема 3. Основні поняття гуманістичної етики. Взаємодія та взаєморозуміння в контексті етики та культури ділового мовлення.

Кредит 3. Організація ділового мовлення.

Тема 1. Добір способів ділового мовлення.

Тема 2. Повідомлення як спосіб ділового мовлення. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.

Тема 3. Способи впливу на людей під час мовлення. Маніпулювання та актуалізація.

Тема 4. Моделі ділового мовлення. Стили мовлення. Стратегії та тактики ділового мовлення.

Тема 5. Вербальні засоби ділового мовлення та мовленнєвий етикет. Культура слухання. Культура говоріння.

Тема 6. Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні. Вплив особистості на ефективність переконання. Особливості мовленнєвого етикету.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	Денна форма					
	Усьо го	у тому числі				
л		п	лаб	інд	ср	
1	2	3	4	5	6	7
Кредит 1. «Етика ділового мовлення» як навчальна дисципліна, об'єкт, предмет, та завдання; етичні й психологічні механізми.						
Тема 1. Мовлення як науково-практична проблема. Психологічна природа мовлення. Мовлення як одна з нагальних потреб людини.	10	2	2			6
Тема 2. Структура ділового мовлення. Функції ділового мовлення. Мовлення як обмін інформацією.	10	2	2			6
Тема 3. Ділове мовлення як взаємодія. Мовлення як сприймання та розуміння одне одного. Роль міжособистісних взаємин у діловому мовленні.	10	2	2			6
Тема 4. Етика й культура ділового мовлення в пам'ятках історії та літератури.	8		2			6
Кредит 2. Моральні передумови ділового мовлення.						
Тема 1. Мораль і моральність у суспільстві. Моральні цінності як основа гуманістичного ділового мовлення.	8		2			6
Тема 2. Моральні норми та принципи, їх значення для досягнення високого рівня культури ділового мовлення.	8		2			6
Тема 3. Основні поняття гуманістичної етики. Взаємодія та взаєморозуміння в контексті етики та культури ділового мовлення.	10	2	2			6
Кредит 3. Організація ділового мовлення.						
Тема 1. Добір способів ділового мовлення.	10	2	2			6
Тема 2. Повідомлення як спосіб ділового мовлення. Логіко-психологічні правила	8		2			6

конструювання повідомлень.						
Тема 3. Способи впливу на людей під час мовлення. Маніпулювання та актуалізація.	8		2			6
Всього	90	10	20			60

6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість год.
Кредит 1. «Етика ділового мовлення» як навчальна дисципліна, об'єкт, предмет, та завдання; етичні й психологічні механізми		
1.	Етика ділового мовлення як навчальна дисципліна	2
2.	Психологічна природа мовлення	2
3.	Відображення ролі моральних норм і принципів у пам'ятках історії та культури	2
4.	Взаємодія та взаєморозуміння в контексті етики та культури ділового мовлення	2
Кредит 2. Моральні передумови ділового мовлення		
5.	Функції ділового спілкування	2
6.	Види і рівні ділового спілкування	2
7.	Маніпулювання, конкуренція, співробітництво як рівні спілкування.	2
Кредит 3. Організація ділового мовлення		
8.	Службовий етикет і його правила	2
9.	Система норм і правил поведінки керівника	2
10.	Індивідуальна бесіда як форма ділового спілкування	2
Всього:		20

8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість год.
Кредит № 1 «Етика ділового мовлення» як навчальна дисципліна, об'єкт, предмет, та завдання; етичні й психологічні механізми		
1.	Спілкування як основа людської життєдіяльності	4
2.	Відображення ролі моральних норм і принципів у пам'ятках історії та культури	6
3.	Структура ділового спілкування	6
4.	Функції ділового спілкування	4
5.	Види і рівні ділового спілкування	4
Кредит № 2 «Моральні передумови ділового мовлення»		
6.	Взаєморозуміння та його рівні, бар'єри на шляху до взаєморозуміння	4
7.	Способи, моделі, стилі ділового спілкування	4
8.	Маніпулювання, конкуренція, співробітництво як рівні спілкування.	5
9.	Службовий етикет і його правила	5
Кредит № 3: «Організація ділового мовлення»		
10.	Система норм і правил поведінки керівника	4
11.	Індивідуальна бесіда як форма ділового спілкування	4
12.	Особливості колективного обговорення питань	4
13.	Засоби спілкування з аудиторією	4
14.	Етика усного та письмового ділового спілкування з іноземцями	2

9. Індивідуальні завдання

Реферат.

Теми рефератів

1. Переваги і недоліки безпосереднього та опосередкованого спілкування.
2. Характеристика комунікативної сторони процесу спілкування.
3. Психологічна складова суперечності міжлюдського спілкування.
4. Характеристика інтерактивної сторони процесу спілкування.
5. Спілкування як особливий вид діяльності у сучасному світі.
6. Характеристика перцептивної сторони процесу спілкування.
7. Спілкування як одна зі складових виробничої діяльності фахівця.
8. Роль ділового спілкування у процесі досягнення мети особистості.
9. Соціонічні відносини та їх характеристика.
10. Взаємовплив сторін процесу спілкування.
11. Особливості розвитку інформації у процесі ділового спілкування.
12. Взаємозв'язок між пізнанням та регуляцією поведінки суб'єктів у процесі ділового спілкування.
13. Вплив етичних норм на організацію спільної виробничої діяльності.
14. Принципи формування та розвитку міжособистісних взаємин.
15. Взаємозв'язок між спілкуванням, пізнанням та діяльністю.
16. Характеристика процесу ділового спілкування з точки зору теорії обміну інформацією.
17. Роль емоційної складової у процесі ділового спілкування.
18. Роль механізмів ідентифікації та рефлексії у процесі ділового спілкування.
19. Особливості невербальної поведінки під час проведення переговорів.
20. Психологічні механізми культури слухання у процесі досягнення взаєморозуміння.
21. Роль української мови та культури у процесі формування ділових відносин.
22. Переваги письмового спілкування та види ділового листування.
23. Логіко-психологічні правила правильного сприйняття адресатом письмового повідомлення?
24. Техніка спростування і сприйняття доказів у усному діловому спілкуванні.
25. Способи зняття психологічних бар'єрів в усному спілкуванні.
26. Методи володіння увагою співрозмовника за допомогою невербальних засобів спілкування.
27. Екстралінгвістична система знаків та імідж ділової людини.
28. Переваги та недоліки використання прес-конференцій, брифінгів, прес-релізів, інтерв'ю, рекламних та інформаційних листів, оголошень у процесі організації зв'язків організації з громадськістю.

10. Методи навчання

Усний виклад матеріалу, проблемне навчання, робота з підручником та додатковими джерелами, вправи, спостереження над усним мовленням, спостереження над мовним матеріалом, різні види аналізу.

11. Методи контролю

Самостійні роботи, виконання тестових завдань, контрольні модульні роботи.

12. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										Іспит	Накопичувальні бали/сума	
	Кредит 1				Кредит 2			Кредит 3				
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	120	300/100
Практичні заняття	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Самостійна робота	40				15			15				
					Кр 1 - 30			Кр 2 - 30				
Усього	60				60			60			120	300

Шкала оцінювання

ОЦІНКА ЄКТС	СУМА БАЛІВ	ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ	
		екзамен	залік

A	90-100	5 (відмінно)	5/відм./зараховано
B	80-89	4 (добре)	4/добре/ зараховано
C	65-79		
D	55-64	3 (задовільно)	3/задов./ зараховано
E	50-54		
FX	35-49	2 (незадовільно)	Не зараховано
F*	1-34		

13. Методичне забезпечення

1. Навчально-методичний комплекс.

Література до курсу

Базова

1. Бралатан В. П. Професійна етика [Електронний ресурс] / Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Зdirко Н. Г. – К. : ЦУЛ, 2011. – 252 с. – Режим доступу : http://moodle.nati.org.ua/pluginfile.php/14930/mod_resource/content/1/bralatan_v_p_gucalenko_l_v_ta_in_profesiina_etika.pdf
2. Етика ділового спілкування / Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д., Мельничук Т. Ф., Чуприк Н. В., Анохіна Л. П. / за редакцією Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 344 с.
3. Етика ділового спілкування : [Навч. метод. посіб. для студ. ВНЗ.] / Харченко С. Я., Краснова Н. П., Юрків Я. І.; Держ. закл. «Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – Луганськ. : Вид-во ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. – 507 с.
4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : [Навч. посіб. з етикету для студ.] / О. В. Кубрак. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2002. – 208 с.
5. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин / Ю. І. Палеха. – К. : Кондор, 2007. – 325 с.
6. Прищак М. Д. Етика та психологія ділових відносин [Електронний ресурс] / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбська О. Б. та ін.], О. Й. Лесько. – Вінниця. : ВНТУ, 2011. – 309 с. – Режим доступу : <http://posibnyky.vntu.edu.ua/etika/index.html>.
7. Статінова Н. П. Етика бізнесу [Електронний ресурс] / Н. П. Статінова, С. Г. Радченко. – К. : КНТЕУ, 2001. – 280 с. – Режим доступу : http://epidruchniki.com/book/8_Etika_biznesy.html.
8. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура. Діловий етикет [Електронний ресурс] / Н. Л. Тимошенко. – К. : Знання, 2006. – 391 с. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/knigi/197-korporativna-kultura-dloviy-etiket-timoshenko-nl.html>.
9. Чмут Т. К. Етика ділового спілкування : [Навч. посіб. – 5-те вид., стер.] / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – К. : Выкар, 2006. – 223 с.

Допоміжна

14. Бороздина Г. В. Психологія делового об'єднання : [Учеб. пособ.] / Г. В. Бороздина. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 224 с.
15. Конфліктологія : [Навч. посіб.] / За заг. ред. В. М. Петюха, Л. В. Торгової / Ємельяненко Л. М., Петюх В. М., Торгова Л. В., Гриненко А. М. Конфліктологія. – К. : КНЕУ, 2003. – 315 с.
16. Конфліктологія : [Підруч. для студ. вищ. навч. закл. юридич. спец.] / Л. М. Герасіна, М. І. Панов, Н. П. Осіпова та ін.; За ред. професорів Л. М. Герасіної та М. І. Панова. – Харків: Право, 2002. – 256 с.
17. Лавриненко В. І. Психологія и етика делового об'єднання : [Учеб. пособ.] / В. І. Лавриненко. – К. : ЮНИТИ, 2000. – 248 с.
18. Лозниця В. С. Психологія менеджменту : [Навч. посіб.] / В. С. Лозниця. – К. : ТОВ «УВПК»Екс об», 2000. – 512 с.

19. Лукашевич Н. П. Теория и практика самоменеджмента : [Учеб. пособ. – 2-е изд., испр.] / Н. П. Лукашевич. – К.: МАУП, 2002. – 360 с.
20. Нагаєв В.М. Конфліктологія : [Курс лекцій (модульний варіант) : навч. посіб.] / В. М. Нагаєв. – К.: Центр навчальної літератури, 2004.– 198 с.
21. Пасинок В. Г. Основи культури мовлення : [Електрон. навч. посіб.] / В. Г. Пасинок. – К.: Центр навчальної літератури, 2012. – 184 с. – Режим доступу : http://cul.com.ua/preview/osn_kult_movlenn.pdf.
22. Пірен М.І. Конфліктологія : [Підруч.] / М. І. Пірен. – МАУП, 2003. – 360 с.
23. Примуш М.В. Конфліктологія : [Електрон. навч. посіб.] / М. В. Примуш. – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 288 с. – Режим доступу : <http://studentam.net.ua/content/view/10626/86/>.
24. Скібіцька Л.І. Конфліктологія : [Навч. посіб.] / Л. І. Скібіцька.– К.: Центр учбової літератури, 2007. – 384 с.
25. Стахів М. Український комунікативний етикет : [Навч.- метод. посіб.] / М. Стахів. – К. : Знання, 2008. – 245 с.
26. Стернин И. А. Практическая риторика : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. – 5-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.

15. Інформаційні ресурси

1. moodle.mnu.mk.ua
2. academia-pc.com.ua

Засоби діагностики навчальних досягнень студентів

1. Якщо партнер простягає руку, повернувши її долонею нагору, це означає, що він:
 - а) віддає ініціативу, виражає готовність до підпорядкування;
 - б) прагне до першості, бажає бути лідером;
 - в) виражає готовність до рівноправних стосунків.
2. Якщо партнер під час бесіди повертається у бік дверей, це означає:
 - а) що він хоче закінчити розмову і йти;
 - б) що він чекає приходу важливої людини;
 - в) що він не має довіри до співрозмовника.
3. Якщо співрозмовник сидить на стільці, закинувши ногу на ногу, це означає:
 - а) він вважає себе володарем становища;
 - б) він є людиною замкнутою, схильною до діалогу;
 - в) він схильний підкорятися.
4. Схрещені руки на грудях свідчать про:
 - а) намір відмовитися від угоди і закінчити бесіду;
 - б) прагнення заперечити і перейти до наступного питання;
 - в) прагнення встановити контакт, піти назустріч.
5. Співрозмовник потирає перенісся:
 - а) ознака зосередженості і напружених міркувань;
 - б) намагання приховати свої справжні наміри;
 - в) впевненість у собі та своїх рішеннях.
6. Про бажання домінувати у процесі розмови свідчить:
 - а) затримка погляду на очах співрозмовника;
 - б) відведення погляду в бік;
 - в) погляд, спрямований на чоло співрозмовника.
7. Про що свідчить посмішка на обличчі співрозмовника, який в диспуті займає позицію нападу?
 - а) нещирість, приховування справжніх намірів;
 - б) бажання йти на компроміс;
 - в) глузування зі слів співрозмовника.
8. Якщо під час паління людина пускає дим вгору, то вона:
 - а) впевнена в собі;
 - б) невпевнена в собі;
 - в) розлючена.
9. Про що свідчать звужені зіниці співрозмовника?
 - а) невдоволення, пригнічений стан;
 - б) зацікавлення;
 - в) радісне збудження.

Тестові завдання

1. Який колір справляє враження авторитетності і гідності?
 - а) синій;
 - б) чорний;

- в) коричневий.
- 2. Який колір костюма вказує на спокійну вдачу господаря?
 - а) сірий;
 - б) білий;
 - в) блакитний.
- 3. Що слід зробити, щоб мати вигляд вищого і стрункішого?
 - а) необхідно носити речі темних тонів і одного кольору;
 - б) необхідно носити речі в широку вертикальну лінію;
 - в) складові костюма мають бути різних кольорів.
- 4. Скільки кольорів одночасно дозволяється використовувати в одязі?
 - а) три;
 - б) два;
 - в) чотири.
- 5. Коли за офіційних обставин можна розстебнути піджак?
 - а) якщо сидите за столом;
 - б) якщо спілкуєтесь з дамою;
 - в) якщо це зробив господар чи почесний гість.
- 6. Якого тону має бути краватка?
 - а) темніша, ніж сорочка;
 - б) світліша, ніж сорочка;
 - в) в тон сорочці.
- 7. Колір шкарпеток має бути:
 - а) темніший за колір костюма, але світліший за колір взуття;
 - б) світліший за колір костюма, але темніший за колір взуття;
 - в) збігатися з кольором костюма.
- 8. Які прикраси можуть одягати бізнесмени?
 - а) обручку, запонки, шпильку для краватки;
 - б) ланцюг на шиї, перстень, запонки;
 - в) золотий годинник, браслет, обручку.
- 9. Які сумочки варто носити мініатюрним діловим жінкам?
 - а) невеликий кейс;
 - б) маленьку театральну сумочку;
 - в) велику сумку з натуральної шкіри.

Тестові завдання

- 1. Хто першим повинен закінчувати розмову?
 - а) той, хто телефонував;
 - б) жінка;
 - в) той, до кого телефонували.
- 2. Якщо телефонують у справі з проханням, то розмову починають...
 - а) з вітання;
 - б) з прохання;
 - в) з побажань здоров'я.
- 3. Чи варто називати себе, телефонуючи додому одруженому чоловікові або заміжній жінці?

- а) обов'язково;
 - б) не обов'язково;
 - в) залежить від ситуації.
4. Як відповісти в службовій ситуації на конфіденційний дзвінок?
- а) перевести його на домашній телефон;
 - б) розмовляти як звичайно;
 - в) з'ясувати реакцію колег і продовжувати розмову.
5. Чи можливо передавати знайомим номер телефону товаришів по службі?
- а) можливо тільки за їхньої згоди;
 - б) можливо зі службових питань;
 - в) неможливо.
6. Як розмовляти по телефону, якщо погано чути?
- а) попросити перетелефонувати;
 - б) перепитати: «Як Ви мене чуєте?»;
 - в) говорити голосніше.
7. Якщо Ви представник організації і питання, яке Вам поставив клієнт, поза Вашою компетенцією, якою має бути відповідь?
- а) вибачте в цьому питанні більш компетентні працівники... структурного підрозділу (назвати телефон);
 - б) вибачте, я цим не займаюсь;
 - в) вибачте, я не знаю.
8. На завершення телефонної розмови слід:
- а) подякувати співрозмовнику, побажати всього найкращого і покласти слухавку;
 - б) сказати «До побачення» і покласти слухавку;
 - в) покласти слухавку.

Конспект лекцій із дисципліни

Лекція 1

ПРЕДМЕТ І ЗАВДАННЯ КУРСУ

1. “Етика ділового мовлення” як навчальна дисципліна та її завдання.
2. Спілкування як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії.
3. Ділове спілкування, його особливості.
4. Культура ділового спілкування.
5. Спілкування як науково-практична проблема.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гриншпун И. Б. Введение в психологию. – М., 1994.
2. Добрович А. Б. Воспитателю о психологии и психогигиене общения. – М., 1987.
3. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ. – М., 1989.
4. Конева Е. В. Психология общения: Учеб. пособие. – Ярославль, 1992.
5. Кониський Г. Історія Русів / Укр. переклад І. Драча. – К., 1991.
6. Леонтьев А. А. Педагогическое общение. – М., 1979.
7. Лисина М. И. Проблема онтогенеза общения. – М., 1986. – С. 11.
8. Лунева О. В., Хорошилова Е. А. Психология делового общения. – М., 1980.
9. Малахов В. А. Этика: Курс лекций. – К., 1996.
10. Основи психології / За ред. О. В. Киричука, В. А. Роменця. — К., 1995.
11. Психология и этика делового общения / Под ред. В.Н. Лавриненко. – М., 1997.
12. Психология и этика делового общения: Учебник. – М., 1997.
13. Сагач Г. М. Золотослів. – К., 1993.
14. Словарь по этике / Под ред. А. А. Гусейнова, И. С. Кона. – М., 1989.
15. Чайка Г. Л., Чмут Т. К. Культура общения. – К., 1991.
16. Чмут Т. К. Культура спілкування. – Хмельницький, 1996.
17. Шеломенцев В. Н. Этикет и культура общения. – К., 1995.

Гуманістична спрямованість етики спілкування та її значення

Етика ділового спілкування – це нова навчальна дисципліна, становленню й розвитку якої сприяли різні галузі науки (етика, психологія, філософія, соціологія) та практики (управління, менеджмент та ін.). Проте найсуттєвіший вплив на неї, звичайно, справили етика і психологія – науки, що займаються людинознавством і вивчають одну й ту саму природу людської поведінки (але під різними кутами зору) і чинники, що впливають на життєдіяльність людей та їхню взаємодію.

Етика – наука про мораль, її розвиток, принципи, норми й роль у суспільстві, іншими словами – про правильне (і неправильне) у поведінці.

Отже, треба розрізняти етику як науку, а мораль – як реальне явище, яке вона вивчає. Мораль є формою суспільної свідомості, спрямованою на утвердження самоцінності людини, її прав на гідне та щасливе життя.

Слід розрізняти поняття “мораль” і “моральність”. Мораль передусім є певною формою свідомості – сукупністю усвідомлених людьми принципів, правил, норм поведінки. Що ж до моральності, то її здебільшого розуміють як втілення цих принципів, правил і норм у реальній поведінці людей та стосунках між ними. Природно, що таке втілення має дещо інший зміст, аніж сукупність абстрактних правил і приписів моралі.

Цариною людської моральності один із сучасних українських етиків В.Малахов вважає спілкування. Він наголошує, що людська моральність реально виявляється не у свідомості й навіть не в діяльності людини, а саме в її спілкуванні з іншими. Оскільки у повноцінному спілкуванні людина постає саме як суб’єкт, то завжди актуальною є проблема морального самовизначення партнерів один відносно одного. Залежно від цього вибору й самовизначення спілкування може виявитися для людини найвищою, найжаданішою розкішшю (А. де Сент-Екзюпері) і справжнім пеклом (Ж.-П.Сартр).

Моральна свідомість, що лежить в основі такого спілкування, є відображенням моральної практики й моральних відносин. Вона впливає із сукупності певних норм, моральних принципів, мотивів і ціннісних орієнтирів. Під останніми найчастіше розуміють суб’єктивну значущість певних явищ реальності для конкретної людини й суспільства. *Дослідження про ціннісні орієнтації молоді свідчать, що в їхній ієрархії за останні десять років відбулися помітні зміни. Якщо раніше на перше місце молодь висувала такі цінності, як чесність, дружба, любов, то останнім часом вона виокремлює ділові (кар’єра, бізнес, успіх). Отже, моральні цінності знецінилися і розміщуються на “нижніх щабелях” ієрархії, тобто ієрархічна піраміда цінностей останнім часом немовби перевернулася.*

Тому важливо, щоб молодий спеціаліст був не тільки підготовлений до майбутнього як знавець своєї спеціальності, а й розумів загальнолюдську моральність, закономірності як загальної, так і соціальної психології.

Оскільки і етика, і психологія вивчають поведінку особистостей у взаємодії, у процесі їхньої спільної діяльності, то можна сказати, що етика ділового спілкування – дисципліна, що виникла на стику етики й психології. З огляду на це вона використовує основні категорії та поняття такої загалом філософської науки, як етика, і деяких важливих галузей психології.

Спочатку етичне та психологічне у спілкуванні вивчали разом, потім ці підходи до спілкування відокремили з метою наукового поглибленого вивчення. Оскільки у практичній діяльності етична та психологічна культура спілкування постають у єдності, бо це відповідає реаліям життя, то етику та психологію спілкування доцільно розглядати у єдності. Саме такий підхід дає змогу говорити про культуру спілкування.

Завдання курсу “Етика ділового спілкування”:

- здобути знання про філософські, етичні, психологічні основи ділового

спілкування, його норми й правила, шляхи їх застосування, особливості етикету в різних умовах трудової діяльності;

- навчитись аналізувати конкретні ситуації, розпізнаючи типи людей, рівень їхньої моральності та інші індивідуальні особливості, що проявляються під час ділового спілкування;

- оволодіти системою способів і засобів ділового спілкування, його стратегіями, навчитись їх обирати відповідно до психологічних і соціокультурних особливостей співрозмовників, до норм і правил гуманістичної етики;

- навчитися гнучко застосовувати обрані способи й засоби у процесі спілкування із співвітчизниками та іноземними партнерами під час індивідуальної бесіди й колективного обговорення проблем, у виступах перед різними аудиторіями, на переговорах, при розв'язанні конфліктів та ін.;

- накреслити шляхи формування культури спілкування, становлення та самовдосконалення індивідуального стилю спілкування спеціалістів відповідно до етичних та психологічних норм і правил.

Спілкування є однією з центральних проблем, через призму якої вивчаються питання сприймання й розуміння людьми одне одного, лідерство й керівництво, згуртованість і конфліктність, міжособистісні взаємини та ін. Спілкування допомагає глибше розглянути процес міжособистісної взаємодії та міжособистісних взаємин.

Інтерес до спілкування виявляють представники різних наук, бо воно є багатовимірним, багаторівневим феноменом. Філософи, наприклад, аналізують спілкування як спосіб реалізації суспільних відносин, розглядають його як вид діяльності, де фіксуються суб'єкт-суб'єктні відносини, досліджують вплив спілкування на формування особистості. Дослідження проблем спілкування в загальнофілософському плані є методологічною основою, на якій базується вивчення цього феномена в інших наукових дисциплінах, наприклад в етиці, психології, соціології, медицині, педагогіці.

Цікаво, що керівник витрачає на спілкування 50–90% робочого часу, аби реалізувати свою роль у міжособистісних взаєминах, інформаційному обміні та процесі прийняття рішень і виконання управлінських функцій планування, організації та контролю. Тому спілкування для нього — процес, який пов'язує всі основні види управління. 75% американських, 63% англійських і 85% японських підприємців вважають, що неефективне спілкування є основною перешкодою на шляху досягнення позитивного результату в їхній діяльності, тобто нерезультативне спілкування – одна з основних причин виникнення проблем у їхній роботі.

Щоб зрозуміти наукову природу спілкування, можна скористатися підходами, в основі яких лежить роль, яку відіграє для нас Інший, з яким ми вступаємо в контакт: монособ'єктивний, полііндивідуальний, інтеріндивідуальний та суб'єкт-суб'єктний. Згідно з *монособ'єктивним підходом* людина в цьому світі майже самотня. Спілкування для неї – епізод з її життя, в якому інша людина не відіграє помітної ролі.

Поліндивідуальний підхід до спілкування ґрунтується на уявленні, що індивід не просто один, а один з-поміж інших. Особистостями стають лише окремі люди – “вожаки”, “герої”, “керівники”. Тут вплив однієї людини передбачає врахування психіки інших. В основі *інтеріндивідуального підходу* лежить згода, тобто однакове розуміння людьми ситуації. Під час такого спілкування люди поступаються одне одному, пристосовуються одне до одного.

Проте якщо роль Іншого не відповідає сподіванням людини, то для неї основною буде власна позиція, а Інший стане об’єктом, а не суб’єктом спілкування. Якщо ж Інший залишається для співрозмовника значущою, унікальною, неповторною особистістю, то спілкування матиме характер суб’єкт-суб’єктного. Цей підхід можна визначити як діалогічний. Жодний з описаних підходів не є “позитивним” або “негативним”. Усі вони допомагають пізнати механізми спілкування, розширюють спектр наукових даних. Автори, використовуючи все цінне, що притаманне різним підходам, під час розгляду того, що становить найвищий рівень спілкування, спираються насамперед на суб’єкт-суб’єктний підхід. Саме він є найближчим до гуманістичної орієнтації в етиці та психології, а отже, і у спілкуванні.

Спілкуючись, люди обмінюються інформацією, узагальненнями, думками, почуттями. Тому спілкування можна охарактеризувати так: комунікація, приймання і передання інформації (зрозуміло, що інформацію можна отримати також завдяки спостереженню); взаємодія, взаємовплив, обмін думками, цінностями, діями; сприймання та розуміння одне одного, тобто пізнання себе та іншого.

Отже, спілкування – це міжособистісна та міжгрупова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо). Іншими словами, спілкування – це взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження та об’єднання зусиль з метою налагодження взаємин і досягнення загального результату.

Зауважимо, що в англійській мові немає слова “спілкування”, є лише слово Communication, яке тлумачать набагато ширше, ніж “комунікація” в нашій літературі.

*Без спілкування неможливе існування людського суспільства. Особливо це відчувають ті, хто тривалий час живе один. Наприклад, дослідник Р. Бард, який протягом шести місяців перебував один серед снігів Антарктиди, писав, що людина не може обійтись без звуків, голосів, без спілкування з іншими, як не може жити без фосфору або кальцію. У самотності він шукав спокою та духовного збагачення, а знайшов лише розчарування й безвихідь. Відомо, що найтяжчим покаранням у Стародавній Греції був **остракізм**, тобто заборона спілкуватись із засудженим.*

Звичайно, іноді людині треба побути наодинці. Таке перебування сам-на-сам зі своїми думками М. Монтень, наприклад, відносить до одного з видів спілкування. Цей погляд поділяють не всі вчені, однак і він має право на існування.

Ділове спілкування, його особливості

Люди, як правило, починають спілкуватися з якогось приводу. При цьому їхні дії спрямовані на предмет спілкування, який визначає його сутність, дає змогу визначити спрямованість спілкування. Існує, наприклад, спілкування інтимне, професійне, ділове та ін. Предметом нашого аналізу є ділове спілкування.

Змістом ділового спілкування є “діло”, з приводу якого виникає й розвивається взаємодія. У літературі є різні описи його специфіки. Виокремлюються такі характеристики ділового спілкування: співрозмовники є особистостями, значущими одне для одного, вони взаємодіють з приводу конкретного діла, а основне завдання такого спілкування – продуктивна співпраця. На думку деяких учених, спілкування слід вважати діловим, якщо його визначальним змістом є соціально значуща спільна діяльність. Інші вважають, що ділове спілкування – це усний контакт між співрозмовниками, які мають необхідні для цього повноваження і ставлять перед собою завдання розв’язати конкретні проблеми.

Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять “однією мовою” й прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому засадами культури їхнього спілкування є етичні норми та ритуальні правила ділових взаємовідносин, знання й уміння, пов’язані з обміном інформацією, використанням способів і засобів взаємовпливу, взаєморозуміння. Велике значення має моральний аспект ділового спілкування. У професійній діяльності люди намагаються досягти не лише загальних, а й особисто значущих цілей.

Етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, що сприяють розвиткові співпраці. Передусім ідеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов’язань. У деяких зарубіжних корпораціях і фірмах розроблено кодекси честі для службовців. Доведено, що бізнес, який має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим.

Професійне спілкування формується в умовах конкретної діяльності, а тому певною мірою вбирає в себе її особливості, є важливою її частиною, засобом цієї діяльності. У професійній культурі спілкування можна виокремити загальні норми спілкування, що зумовлюються характером суспільного ладу і ґрунтуються на здобутках минулого і сучасного. Водночас ця культура має індивідуальний характер і проявляється у способах спілкування, що їх обирає суб’єкт у певних ділових ситуаціях щодо конкретних людей.

Культура ділового спілкування

Так, культура поведінки, культура мовлення й культура спілкування в житті найчастіше постають у єдності. Проте людина, ввічливо та

доброзичливо звертаючись до інших, може вживати слова, порушуючи граматичні правила. Іноді її дії начебто відповідають нормам поведінки, прийнятим у суспільстві, однак успішно спілкуватися вона не може, тому що не розбирається у психології, психічному стані людей, особливостях їхнього темпераменту, характеру тощо. Тому вона й не може знайти такі способи і засоби спілкування, які б найбільшою мірою відповідали ситуації. Культуру спілкування найчастіше плутають з культурою мовлення. Дослідження генезису спілкування показали, що воно передує мовленню, тобто з наукового погляду це, безсумнівно, різні феномени. Культура мовлення – це здатність використовувати оптимальні для конкретної ситуації мовні засоби. Система ритуалів і відповідних словесних формул, які вживаються з метою встановлення контакту та підтримання доброзичливої тональності спілкування, становить мовний етикет. *Водночас етикет – це сукупність правил поведінки, що регулюють зовнішній вияв людських взаємин, їхню поведінку в громадських місцях, манери та стиль одягу. У словниках етикет ототожнюється з культурою поведінки. Слово “етикет” (як порядок і форма ввічливості при дворах монархів) увійшло до лексики за часів правління французького короля Людовика XIV.*

Культура спілкування є складовою культури людини загалом. Вона, як і будь-яка інша культура, містить певну суму знань, у цьому контексті – про спілкування.

Для культури спілкування характерною є також нормативність. Вона визначає, як мають спілкуватися люди в певному суспільстві, у конкретній ситуації. Зазвичай норми визначаються станом суспільства, його історією, традиціями, національною своєрідністю, загальнолюдськими цінностями. Для кожної епохи розвитку людства характерна певна своєрідна культура спілкування, що відповідає загальнолюдським цінностям. Тому саме тепер важливо закласти засади такої культури спілкування в нашому суспільстві, яка відповідає б часові, нашій історії та духовно-творчому потенціалу українського народу.

Безумовно, лише знання не забезпечать культури спілкування, якщо ними не скористатися. Для того щоб спілкування було успішним, потрібні вміння, а їх набувають з досвідом, психологічними засобами, за допомогою певних вправ. Отже, культура спілкування у вузькому розумінні слова – це сума набутих людиною знань і вмінь та навичок спілкування, які створені й прийняті в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку.

Багато в чому це залежить від зовнішнього середовища, його впливу на людину. У кожній людині є особисте безпосереднє оточення, тобто люди, з якими вона живе, вчиться, відпочиває, працює. Усіх їх людина віддзеркалює у психіці, на кожного емоційно відгукується. Залежно від того, як найближче оточення задовольняє потреби людини, проявляється її реагування на близьких. Іноді ввічлива, доброзичлива та терпляча на роботі людина в домашньому оточенні є тираном. Трапляється і навпаки. Справжній рівень культури спілкування такої людини низький. Людину можна вважати тим більшою мірою внутрішньо культурною, чим частіше в неї спостерігається

“ставлення на Ви” до близьких людей.

Пристосуватися до оточення, в якому доводиться працювати, не завжди легко. Тоді людина відчуває себе не досить комфортно, продуктивність її праці набагато знижується. Якщо це розуміють керівники підприємства, де вона працює, то вони допоможуть їй швидше пристосуватися до нового оточення. *Деякі західні компанії, добре розуміючи необхідність адаптації нової людини, створюють спеціальні програми профорієнтації та інформації, де йдеться про те, як службовці мають спілкуватися між собою та з клієнтами, щоб підтримувати високий імідж корпорації. У деяких зарубіжних фірмах навіть створено спеціальну службу людських стосунків.*

Крім того, на культуру поведінки й спілкування людини впливає те, з чим вона начебто безпосередньо не стикається, але водночас залежить від нього. *Її, безумовно, хвилює те, що діється у світі, які закони ухвалює парламент, як підвищуються ціни на товари й продукти харчування і т. ін.* Від цього залежить поведінка людини під час спілкування з іншими.

5. Етика як науково-практична проблема

Етика й культура спілкування в пам'ятках історії та літератури

Спілкування як процес і продукт життєдіяльності людей має багате минуле, а як результат наукових досліджень – коротку історію. Багато цінного й цікавого про етику та етикет, культуру спілкування та поведінки знаходимо в пам'ятках історії й літератури, зокрема в українських джерелах.

Одним із перших описав спілкування на території нинішньої України ще у V ст. до н. е. Геродот. Він розповідав, як наші пращури спілкувалися при світлі вогнища, “казали казку”, “баяли байку”.

Цікаві свідчення того, як у далекі часи жили люди, як вони захищали свою землю, як розвивали ремесла і, звичайно, як спілкувалися, дає Велесова книга, або “Скрижалі буття українського народу”, – збірка поліських пам'яток V–IX ст. Люди вміли спілкуватися, бо правили п'ятнадцять років через віче, де будь-хто міг слово сказати – і то було благом. Узагалі слово для людей було вагомою частиною життя, через нього вони доходили згоди й розв'язували свої життєві проблеми. Уже тоді встановилися певні звичаї та традиції, що регулювали життя членів громади. Повага до старших, взаємодопомога, хоробрість, чесність стали загальноприйнятими нормами моралі. Проте перехід до моральних відносин здійснювався поступово від найпростіших форм моральності (групових) до вироблення особистістю власних моральних орієнтирів.

Дещо пізніше, коли на території Київської Русі відкрилися перші бібліотеки, школи, набуло розвитку мистецтво, тобто закладалася культура слов'янських народів, з'являються пам'ятки, що підтверджують прагнення тодішнього суспільства вплинути на людину, на її думки та почуття, дати їй християнські правила, норми поведінки й спілкування. Такими найвідомішими пам'ятками є твори першого митрополита Київської Русі Іларіона та оратора й мислителя Кирилла Туровського. Один із тогочасних видатних мислителів-гуманістів Василь Великий виклав справжню програму

культури й етики спілкування та поведінки, а також правила етикету: *“Будь добрим з другом, ласкавим зі слугою, незлопам’ятним до зухвалих, людинолюбним до смиренних, утішай нещасних, відвідуй хворих, зовсім ні до кого не стався презирливо, вітай з приємністю, відповідай зі світлим обличчям, до всіх будь прихильним, доступним, не хвалися сам, не змушуй інших говорити про тебе, приховуй, скільки можеш, свої переваги, а в гріхах сам себе звинувачуй та не чекай звинувачень від інших. Не будь тяжким у виговоріннях, звинувачуй не скоро і не з пристрасним рухом, бо це – ознака зарозумілості, не засуджуй за малозначуще, ніби сам ти суворий праведник...”*

Мудрі настанови щодо етики та етикету, спілкування й поведінки дав своєму та прийдешнім поколінням Володимир Мономах. У його “Повчанні” знаходимо: *“...мати душу чисту та непорочну, тіло хude, бесіду лагідну і дотримуватись слова Господнього... при старших мовчати, мудрих слухати, старшим коритися, з рівними собі і молодшими в любові перебувати, без лукавого умислу бесідуючи, а більше вдумуватися, не шаленіти словом, не засуджувати мовою, небагато сміятися, соромитися старших; ...поводитися благочестиво, навчити... очима управлінню, язика утриманню, розуму упокорюванню, тілу підкорянню, думці чистоту дотримувати, спонукаючи себе до добрих справ...; не забувайте того доброго, що ви вмієте, а чого не вмієте, тому навчайтесь... жодної людини не пропустіть, не привітавши її і не подарувавши їй добре слово...”*. Володимир Мономах підкреслював, що “правильне життя” людини досягається її “добрими ділами”. Як бачимо, етика та етикет, культура спілкування, поведінки і мовлення в цих джерелах подаються в єдності. Це саме простежується і в подальших пам’ятках історії та культури України.

У ті часи чи не найбільший вплив на людину, на її взаємини з іншими, на формування етики та культури спілкування мали центри духовної культури та духовні особи – мислителі. У XVII ст. в Україні, коли вже чітко окреслились ознаки української народності (територія, мова, економічна й культурна спільність, психічний склад), з’являються й перші центри освіти та культури (наприклад, Львівська братська школа та Острозька греко-слов’яно-латинська школа). У них викладали граматику, арифметику, астрономію, риторику, діалектику, логіку, мистецтво. Ці заклади мали не лише освітню мету, а й формували культуру поведінки, мовлення та спілкування учнів.

Початок формування в Україні наукової думки про спілкування

Справжнім центром формування культурної, філософської та психологічної думки й утвердження етики та етикету, культури спілкування в Україні стала Києво-Могилянська академія. Тут працювали видатні вихователі й мислителі, які зробили певний внесок в теоретичне висвітлення етики спілкування. Викладачі академії наставляли своїх учнів, що поведінка та культура спілкування кожної людини мають відповідати загальноприйнятим нормам і правилам. Вони вважали, що людина йде до себе, “відштовхуючись” від іншого, а від себе йде до іншого, пізнаючи в собі

та в іншому все людське єство (єдину психологічну структуру, долю, мету). Вони висловлювали ідею про те, що шлях до успіху у спілкуванні пролягає через пізнання себе та іншого, через використання етичних норм і правил, що притаманні лише гуманному суспільству.

Серед викладачів Києво-Могилянської академії працював учений, письменник, оратор, громадський діяч Феофан Прокопович. Він написав “Духовний регламент”, де критикував “князів церкви” за їхні зловживання та порушення моральних основ ритуалу. У курсі лекцій він доводив, як за допомогою етики, мистецтва слова й мистецтва спілкування можна впливати на людей і переконувати їх. Цікавим є розділ “Про почуття” з його книги “Риторика”, де йдеться про необхідність застосування етичних правил і норм поведінки в поєднанні з вимогами психології та риторики, розкривається вплив на відносини між людьми таких почуттів, як любов, радість, гнів, сум, страх, обурення та ін. Ф. Прокопович залишив нам учення про три стилі монологічного мовлення та спілкування:

- високий стиль має хвилювати людей, для чого треба використовувати сильні емоції, величаві способи викладу своїх почуттів;

- квітчастий стиль має приносити насолоду, для чого необхідно вживати красиві способи викладу думки;

- низький стиль служить для повчання.

Один з учнів академії, філософ і поет Григорій Сковорода, який увійшов до історії як людинознавець, підготував та прочитав курс “християнської доброчинності”, який можна назвати “християнським етикетом”. Він наголошував, що ритуальні норми та правила приносять користь суспільству та людині тоді, коли вони спираються на доброчесність. Він вважав, що суспільство, де кожен, спілкуючись з іншими, реалізує свої природні обдарування, можна побудувати тільки за допомогою освіти і самопізнання. Саме цьому мають слугувати, на його погляд, наука й культура. Для цього, як стверджував Г. Сковорода, головне – пізнати в собі “справжню людину”. Це принесе щастя, бо корінь нещастя людини – у неправильному пізнанні своїх здібностей. Отже, самопізнання філософ проголошував як універсальний засіб моральної перебудови світу. Г. Сковорода написав два філософських і водночас психологічних твори “Наркис, або пізнай самого себе” та “Асхань, або пізнай самого себе”, де накреслив шляхи становлення культури в Україні через олюднення людини.

Цікавий приклад про моральні цінності, яких дотримувались тоді в Україні, наводить Георгій Кониський у книзі “Історія Русів”. *Зустрівшись з послами різних народів, володарі яких пропонували свою протекцію, Богдан Хмельницький їм сказав рішуче: “Союз і дружбу я готовий тримати зі всіма народами і ніколи їх не знехтую, яко дару Божественного і всьому людству пристойного; вибирання ж народом протекції, коли вона йому потрібна буде, залежить від його доброї волі, спільної поради та вирішення; а від спадкового воло діння народом сим моєю фамілією в якості Гетьманів я рішуче одмовляюся і того вічно уникати буду, яко противного правам і звичаям народним, за якими вони керовані бути повинні вибраним з-поміж*

себе всіма урядниками і самим Гетьманом. І я, відновивши в них права тії з пожертвуванням великого числа воїнів, од них же вибраних і кровію своєю права ті скріпивших, вельми совіщусь і соромлюсь помислити навіть про їх порушення”.

Видатний український учений М. Драгоманов у своїх спогадах “Два учителі” розповідає про етикет у школі, де він навчався, правила поведінки та спілкування учнів між собою та з учителем. Із вдячністю згадував він учителя, який вмів гуманно й тепло жити з учнями і піднімати їх інтелект і мораль. Спілкування з таким учителем сприяло формуванню у М. Драгоманова (як він сам про це пише) вміння спілкуватися з людьми, любові до книги, жадоби до знань, творчого мислення, аналітичного підходу до явищ і, зрештою, національної самосвідомості. Це дало йому змогу “зложити очерк історії цивілізації на Україні”. У цій частині автори розглядають не історію становлення й розвитку моралі та психології (бо це інша проблема), а користуючись пам’ятками історії та культури, прослідковують, що спілкування було складовою розвитку культури людини й суспільства загалом, а етичні норми та психологічні механізми цьому сприяли.

Дослідження етики й культури спілкування на сучасному етапі

Вивченням спілкування до початку ХХ ст. наука не займалася, розглядалися і досліджувалися лише окремі складові цього феномена. Проте на початку ХХ ст. до цих проблем починають звертатися вітчизняні та зарубіжні вчені.

Багатовимірну стимулюючу роль спілкування в житті людини належним чином почали усвідомлювати вчені різних галузей наук – теоретики та спеціалісти-практики. Популярними стали поради американського спеціаліста Д. Карнегі про те, як поліпшувати спілкування та завойовувати собі друзів. *Проте ці рекомендації мають не наукову, а переважно практичну цінність.* Вони стосуються технології спілкування і не розкривають його етичної та психологічної структури й закономірностей. Водночас вони певною мірою допомагають діловим людям і всім, кого хвилює процес спілкування, хто відчуває у цьому труднощі. Однак, як вважає Е. Шостром, нерідко поради Д. Карнегі призводять до маніпулювання людьми, а це суперечить вимогам гуманістичної етики та психології. На жаль, лише небагато людей, на думку Е. Шострома, насправді спілкуються на виокому рівні культури. Він описує актуалізатора – людину, яка має гуманні мотиви спілкування й ставиться до партнера як до рівної собі особистості.

До спілкування як наукової проблеми активно підійшли спеціалісти з етики, психології, філософії та інших галузей науки у 20-30-ті роки нинішнього століття. У їхніх працях зазначалося, що моральні цінності та норми формуються під впливом вищих, зокрема релігійних, цінностей або відповідають традиціям, звичаям і ритуалам свого суспільства.

Після 30-х років інтерес до проблем спілкування дещо зменшився. Однак за останні десятиріччя вони знову притягли до себе увагу. Завдяки інтеграції економіки, зростанню політичної залежності одних народів від

інших, розвитку засобів комунікації посилюється загальнолюдське начало в моралі. Добро, честь, обов'язок, провина, сором тощо – слова, які є в мовах усіх народів. Перед загрозою загальнолюдського знищення людина стала більше відчувати себе абсолютною цінністю. Це зумовило розвиток наук про людину, про її відносини з іншими. Зокрема, проблеми спілкування перетворилися на “логічний центр” усієї системи психологічної проблематики, що було пов'язано також з розвитком соціальної психології, посиленням її впливу на інші психологічні дисципліни.

З розвитком капіталізму відношення між етичними нормами та практичною діяльністю людей поступово змінюються. Якщо на перших етапах зародження виробничих відносин до своєї професійної діяльності люди ставилися відповідно до прийнятих етичних норм (відповідальності, обов'язку, чесності), то з розвитком ринкових відносин виникають “ножиці” між етичними нормами та поведінкою людей на виробництві, між обов'язком людини та її ставленням до діла. А це позначилося також на культурі поведінки та спілкування. Останні 30 років характеризуються появою низки праць, де спілкування розглядається з різних точок зору. Нерідко в них по-різному розкривається зміст основних характеристик феномена спілкування, іноді неоднозначно трактуються категорії.

Несподіваним для багатьох відкриттям “організаційної культури” як важливого інструмента управління господарством ознаменувалися 80-ті роки. Багато зарубіжних теоретиків назвали культуру, і передусім культуру спілкування, важливою складовою в боротьбі за успіх у бізнесі. Відомий американський спеціаліст у галузі управління Лі Якокка зазначає, що психологія була для нього найціннішою з усіх університетських дисциплін. Працюючи у сфері управління, він у спілкуванні з різними людьми частіше використовував знання з психології та етики, особливо етики спілкування, аніж інженерні та економічні знання. Спілкування він вважає найкращим способом спрямувати енергію людей на досягнення поставленої мети.

У різні часи підходи до вивчення спілкування були не однаковими. Якщо, наприклад, у психології в 20–60-ті роки його досліджували в контексті масових процесів, а потім – в онтогенезі, у взаємозв'язку з мовленням і вищими психічними функціями, тонаприкінці 60-х — на початку 70-х років наука вивчала, як змінюється поведінка людей в різних ситуаціях безпосереднього спілкування, аналізувала різні засоби, зокрема невербальні характеристики та їхнє значення для сприймання однієї людини іншою, розглядала прикладні аспекти спілкування як цілеспрямований вплив.

Розвиток виробничих відносин стимулював учених і практиків до вивчення спілкування у зв'язку із становленням і розвитком особистості. Саме на цьому шляху плідно об'єдналися позиції етиків і психологів. У науці відбувся так званий комунікативний поворот. Суть його – у переході від суб'єкта, який віддає перевагу монологові, до суб'єкта, котрий прагне діалога у спілкуванні та взаємодії з іншими людьми. Основну увагу зосереджували на засобах комунікації, особливостях контакту, комунікативних діях, видах взаємодії, зокрема, у конфліктних ситуаціях і під час переговорів.

Іншими словами, у процесі цих досліджень частіше вивчали питання, як спілкуються та взаємодіють суб'єкти, а не те, з приводу чого вони спілкуються. У різних концептуальних системах (біхевіоризм, гештальтпсихологія, неофрейдизм) спілкування аналізували за допомогою основних положень цих систем. А тому складові спілкування часто вивчали окремо: або обмін інформацією, або взаємодія, або процес сприймання одне одного. Так само нерідко етика і психологія спілкування досліджуються окремо, хоча в діловому житті вони проявляються в єдності.

Напрямки вивчення культури та етики спілкування в Україні

Із розширенням мережі наукових центрів в Україні збільшилась кількість науковців і підвищилась їхня кваліфікація, розширився фронт досліджень у галузі спілкування. За останні десятиріччя було зроблено помітний крок уперед у його науковому осмисленні, а також проведено дослідження, які допомогли вченим поглибити наукове розуміння феномена спілкування загалом і різних його аспектів зокрема.

Спілкування розглядається як система, а отже, його вивчення має системний характер. Можна виокремити два напрямки його вивчення: теоретичні дослідження спілкування; практичне навчання формам і методам підвищення рівня культури спілкування.

Учені не залишають поза увагою вивчення етичних і психологічних компонентів спілкування, їх впливу на розвиток психіки й формування особистості, труднощів, що заважають людям розуміти одне одного, діяти спільно і т. ін. Досліджується вплив прийнятих у суспільстві моральних норм і правил на спілкування та поведінку людей. Вивчаються засоби спілкування, способи впливу людей як під час спільної діяльності, так і в міжособистісних взаєминах, особливості монологічного й діалогічного спілкування.

Українські вчені-етика також вивчають спілкування та його етичні норми. Вони зазначають, що різноманітний світ людських відносин є сферою безпосередньої реалізації моральності, насамперед у тому аспекті, в якому він розкривається як спілкування, тобто як міжсуб'єктна взаємодія між людьми. Спілкування через це є справжньою цариною людської моральності.

У середині 70-х років з'являються перші праці з проблеми ділового спілкування в Україні. Цей феномен виокремлюється й формалізується як наукова категорія, описуються типи та стилі спілкування, особливості оптимального спілкування. У науковій літературі зазначається, що спілкування сприяє створенню умов для розвитку мотивації тих, хто займається професійною діяльністю, надає їй творчого характеру, розвиває особистості суб'єктів спілкування, попереджує виникнення психологічних бар'єрів.

Термін "культура спілкування" вперше з'явився в наукових працях у 80-ті роки. Загальноприйнятого визначення цього поняття немає ще й досі. Схарактеризовано лише окремі види культури спілкування, описано культуру професійного, зокрема педагогічного, спілкування, виокремлено компоненти цього феномена. Автори свого часу зробили спробу визначити

поняття “культура спілкування” й описати його як феномен.

Лекція 2 **ПСИХОЛОГІЧНА ПРИРОДА СПІЛКУВАННЯ**

План

1. Спілкування як одна з нагальних потреб людини.
2. Структура спілкування.
3. Функції спілкування.
4. Спілкування як обмін інформацією.
5. Спілкування як взаємодія.
6. Спілкування як сприймання та розуміння одне одного.
7. Роль міжособистісних взаємин у спілкуванні.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология. – 2-е изд. – М., 1988.
2. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Пер. с англ. – М., 1988.
3. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982.
4. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975.
5. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. – М., 1972.
6. Лисина М. И. Проблема онтогенеза общения. – М., 1986.
7. Ломов Б. Ф. Психические процессы и общение // Методологические и теоретические проблемы социальной психологии. – М., 1975.
8. Мелибруда Е. Я-Ты-Мы. Психологические возможности улучшения общения: Пер. с пол. – М., 1986.
9. Основы психологических знаний: Учеб. пособие / Авт.-сост. Г.В. Щёкин. – К., 1996.
10. Психология: Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд. – М., 1990.
11. Сухарев В. Искусство распознавания людей. – Д., 1998.
12. Хараш А. У. Личность, сознание и общение: к обоснованию интерсубъективного подхода в исследовании коммуникативного воздействия // Психолого-педагогические проблемы общения. – М., 1979.
13. Щёкин Г. В. Практическая психология менеджмента: Науч.-практ. пособие. – К., 1994.
14. Яноушек Я. Проблемы общения в условиях совместной деятельности // Вопр. психологии. – 1982. – № 6.

1. Спілкування як одна з нагальних потреб людини

Як зазначалося, спілкування в нашому житті відіграє дуже велику роль, а його психологічна природа надто складна. Людині важко бути щасливою, успішно працювати, самовдосконалюватися, самостверджуватися не контактуючи з іншими. Спілкування, на думку вчених, є однією з нагальних потреб людини, яка живе в суспільстві. Воно потрібне їй для взаємодії з іншими людьми, для впорядкування взаємовідносин з ними, для самоствердження в суспільстві. Більшість психологів, наприклад, називають

таку потребу комунікативною і вважають, що вона проявляється через прагнення людини до розуміння її іншими. Потреба у спілкуванні виникає в перші місяці життя дитини, а на третьому році в неї вже виразно проглядає бажання спілкуватися з іншими. У перші сім років у дітей чітко проявляється потреба в доброзичливій увазі, у повазі до них з боку дорослих та у взаєморозумінні та співчутті. Ця потреба, як правило, залишається у людини найважливішою на все життя. Потім її потреби розвиваються, відбувається перехід від простих форм потреб в емоційному контакті до складніших – у співпраці, інтимно-особистісному, діловому спілкуванні та ін. Розглядаючи потреби як початок діяльності, деякі науковці дотримуються положення про єдність спілкування та діяльності. Одні з них вважають, що спілкування та діяльність – дві рівнозначні категорії буття людини, інші – що спілкування є однією зі сторін діяльності, і, нарешті, деякі – що спілкування є особливим видом діяльності.

У подальшому зазначені потреби розглядаються як один складний психологічний механізм, де різні його компоненти виконують певні функції.

2. Структура спілкування

Ураховуючи складність природи спілкування, важливо розібратись у його структурі. Завдяки дослідженням учених виокремлено три взаємопов'язаних сторони спілкування:

- комунікативну – обмін інформацією між індивідами та її уточнення, розвиток;
- інтерактивну – організація взаємодії суб'єктів, які спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, думками, ідеями, а й діями, зокрема при побудові спільної стратегії взаємодії;
- перцептивну – процес взаємного сприймання й розуміння співрозмовників, пізнання ними одне одного.

У деяких дослідженнях структура спілкування розглядається, виходячи з трьох рівнів аналізу (макро-, мезо- і мікрорівні). На першому з них спілкування індивіда з людьми аналізується в інтервалах, рівних тривалості його життя. На мезорівні вивчаються окремі форми спілкування: бесіда, гра, колективне обговорення та ін. І, нарешті, на мікрорівні – одиницями аналізу виступають взаємопов'язані дії суб'єктів спілкування: “запитання – відповіді”, “повідомлення інформації – ставлення до неї”, “спонукання до дії – дія” та ін.

Виходячи з цього в літературі описано різні моделі спілкування. Такої, яка б задовольнила всіх, ще не розроблено. Найпростіша модель – це спілкування в діаді (парі).

3. Функції спілкування

Функції спілкування дуже різноманітні. Існують різні підходи до їх класифікації. Так, за однією з них виокремлюють три основних класи таких функцій: інформаційно-комунікативний, регулятивно-комунікативний та афективно-комунікативний.

Перший із них охоплює все, що є передаванням і прийманням інформації у психологічному розумінні цих слів. Ідеться не лише про готову

інформацію, а й про таку, що формується, розвивається. Психологи кажуть не просто про її передавання, а про передавання та приймання значень. Спілкування забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності. З цим класом функцій пов'язані також способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін. Це регулятивно-комунікативна функція. Афективно-комунікативні функції належать до емоційної сфери людини. Річ у тім, що розмаїття людських емоцій виникає й проявляється під час спілкування.

Якщо взяти іншу основу для класифікації, то можна виокремити і такі функції спілкування, як організація спільної діяльності, пізнання людьми одне одного, формування та розвиток міжособистісних взаємин. Використання цієї класифікації допомагає зрозуміти, що для культури саме ділового спілкування важливо враховувати всіх суб'єктів спільної діяльності. Вони повинні мати установку на пізнання одне одного та бажання підтримувати доброзичливі взаємини.

Усі функції спілкування спостерігаються в житті й проявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.

4. Спілкування як обмін інформацією

Розглянемо характеристики різних сторін спілкування. Обмінюючись інформацією, кожний із партнерів є активним суб'єктом у процесі спільної діяльності. Важливу роль при цьому відіграє значущість інформації, завдяки чому партнери намагаються виробити загальний зміст, однакове розуміння ситуації. Це можливо лише за умови, що інформація прийнята, зрозуміла та осмислена. Тому в комунікативному процесі поєднано діяльність, спілкування й пізнання.

Загальну модель спілкування взято з теорії інформації, де його розуміють як процес, за допомогою якого закодоване певним джерелом (відправником) повідомлення передається через канал зв'язку до призначеного пункту (адресата), де відбувається його декодування. При такій моделі комунікативний процес розглядається як обмін інформацією між людьми, а основна його мета – забезпечити розуміння інформації, що є предметом обміну.

Обмін інформацією передбачає також психологічний вплив одного партнера на поведінку іншого з метою її зміни. А це можливо лише тоді, коли партнери користуються однією або близькими системами кодифікації й декодифікації, тобто “спілкуються однією мовою”. Ефективність комунікації найчастіше визначається тим, чи вдалося вплинути суб'єктам спілкування одне на одного, чи уточнювалась, змінювалась, розвивалась інформація, думка співрозмовників.

Саме в цьому проявляється специфіка людської комунікації на відміну від тієї, що описується теорією інформації. Доведено, що на першому рівні обміну вирівнюються відмінності у вихідній інформації, яка є в індивідів, котрі вступили в контакт. На другому передаються та приймаються найважливіші значення (інформування, навчання, інструктаж тощо). І, нарешті, на третьому рівні індивіди прагнуть зрозуміти погляди та установки

одне одного (згода, незгода, зіставлення поглядів).

У соціальній психології виокремлюють комунікацію вербальну (словесну) та невербальну. Засобом першої є мова, другої – оптико-кінетичні системи знаків (жести, міміка, пантоміміка), пара- та екстралінгвістична система (інтонація, паузи тощо), система організації простору та часу комунікації, а також система “контакту очима”.

5. Спілкування як взаємодія

Спілкування — це активна взаємодія його суб’єктів. Вони по черзі діють одне на одного, оцінюють дії, сприймають або не сприймають спрямовані на них думки, оцінки, почуття. Якщо один із суб’єктів виявляє пасивність, спілкування не відбувається. Іноді бачимо таку картину: один із співбесідників щось розповідає, інший як людина ввічлива, начебто слухає, проте зацікавленості до змісту розмови не проявляє, до переданої інформації ставиться байдуже. Що ж відбувається в цьому разі? Той, хто говорить, не може “перенести” свої думки в голову іншого, залучити його до активного зацікавленого обговорення. Отже, взаємодії між ними не відбулося.

Як показують дослідження, спілкування сприяє фізичній взаємодії, допомагає в разі потреби спланувати її, змінити, дає змогу об’єднати людей у групи з метою організації їх спільної діяльності, в якій формуються позитивні міжособистісні взаємини. Особливості останніх певною мірою визначають взаємодію у життєвих ситуаціях.

Розрізняють два основних види міжособистісної взаємодії: співробітництво, або кооперацію (досягнення мети одним із суб’єктів сприяє або не заважає реалізації цілей решти суб’єктів), і суперництво, або конкуренцію (досягнення мети одним із суб’єктів ускладнює або взагалі виключає досягнення цілей іншими суб’єктами).

Інколи ці види взаємодії позначаються іншими термінами: згода та конфлікт, пристосування та опозиція, асоціація та дисоціація.

В основу іншої класифікації взаємодії покладено кількість суб’єктів. Це може бути взаємодія між групами, між особистістю та групою, між особистостями (діада). Залежно від ролей це може бути взаємодія, в якій на групу впливає один з її лідерів, просто член групи. Це може бути взаємодія, в якій певна підгрупа її членів (сукупний суб’єкт) впливає на одного з членів. Підгрупа разом із лідером може діяти на одного або на кількох членів. Усі члени групи, у тому числі лідер, впливають одне на одного і кожен сам на себе. Саме ця класифікація, як показало наше дослідження, сприяє побудові концепції становлення культури спілкування, особистісному зростанню тих, хто продуктивно спілкується, переходячи від простих видів взаємодії до складніших, зокрема до спільної діяльності.

6. Спілкування як сприймання та розуміння одне одного

Взаємодія між учасниками спілкування, як правило, супроводжується сприйманням і розумінням одне одного. Деякі психологи вважають, що відбувається пізнання однієї людини іншою. У загальному плані можна сказати, що сприймання іншої людини означає відображення її зовнішніх

ознак, співвіднесення їх з особистісними характеристиками індивіда та інтерпретацію на цій основі її вчинків.

Під час пізнання одна людина емоційно оцінює іншу, намагається зрозуміти її вчинки, виробити стратегію зміни її поведінки та побудувати власну. При цьому відбувається усвідомлення себе через іншого за допомогою механізмів ідентифікації та рефлексії. Перший з них зводиться до уподібнення, ототожнення себе з іншим. Це сприяє розумінню партнера по спілкуванню, стимулює відповідну поведінку (альтруїстичну, гуманістичну, емпатійну тощо). Рефлексія у спілкуванні – це усвідомлення того, як суб'єкта сприймають і оцінюють інші.

Відомо, що сприймання та розуміння одне одного залежить від ряду факторів, зокрема від установок, обсягу інформації про інших і різних ефектів. Наприклад, якщо через певні обставини у нас ще до зустрічі з незнайомою людиною вже було сформовано щодо неї позитивну установку, то, сприймаючи, ми наділятимемо її образ переважно позитивними ознаками. У протилежному разі інтерпретація тих самих рис скоріше за все буде негативною.

Іноколи, якщо інформації замало, під час сприймання людям приписуються певні характеристики, яких вони насправді не мають (каузальна атрибуція). У цьому разі негативними характеристиками найчастіше наділяються ті люди, яких ми не любимо, яким не симпатизуємо.

7. Роль міжособистісних взаємин у спілкуванні

Міжособистісні взаємини у спілкуванні – це такі взаємозв'язки між людьми, які суб'єктивно переживаються та об'єктивно проявляються в характері та способах взаємного впливу. Ці взаємини мають для людей не менше значення, ніж їжа та повітря. Якщо ці стосунки погані, то продуктивна взаємодія людей, їхня спільна діяльність стають неможливими. У людини псується настрій, здоров'я, вона не відчуває радості буття. Нездорові міжособистісні взаємини впливають також на характер спілкування. Іноді останнє зводиться до того, що розмови про інших ведуться виключно в категоріях оцінок, а то й за допомогою ярликів, причому, як правило, усе “малюється” чорно-білими фарбами. Для того щоб система міжособистісних взаємин була ефективною, а суспільство загалом здоровим, бажано відмовлятися від звички за всіма вчинками людей бачити злий намір.

Отже, важливою рисою міжособистісних взаємин є їхня емоційна основа. Одні люди під час спілкування нерідко без особливих зусиль можуть викликати в інших позитивні емоції, підтримувати гарний настрій. Інші вносять у взаємини напруженість, пробуджують негативні емоції, тривогу. Тому для успішного спілкування важливим є використання гуманістичних орієнтацій у взаєминах, дотримання емпатійного способу спілкування. Останній передбачає більш-менш точне сприймання внутрішнього світу іншої людини із збереженням притаманних їй емоційних і змістовних відтінків. Саме ці орієнтації та прояв емпатії у взаєминах є результатом високого рівня культури спілкування. Водночас наявність такого рівня є основою, на якій у майбутньому формуються гуманістичні комунікативні

установки та способи й засоби їхньої реалізації.

8. Види та рівні спілкування

Спілкування – це багатовимірний, поліфункціональний, різновидовий процес. У психології існує кілька класифікацій видів спілкування. Вони подають цей феномен різнопланово, збагачуючи палітру його характеристик. Найуживанішими є ті, які можна описати так:

- залежно від специфіки суб'єктів (особистість чи група) виокремлюють міжособистісне, міжгрупове, міжсоціумне спілкування, а також спілкування між особистістю та групою;
- за кількісними характеристиками суб'єктів розрізняють самоспілкування, міжособистісне спілкування та масові комунікації;
- за характером спілкування може бути опосередкованим і безпосереднім, діалогічним і монологічним;
- за цільовою спрямованістю розрізняють спілкування анонімне, рольове, неформальне, у тому числі інтимно-сімейне.

Кожному з нас щодня доводиться контактувати з багатьма незнайомими людьми. Це спілкування є анонімним. Коли в людини багато контактів одночасно, їй хочеться час од часу зняти нервові напруження, трохи розслабитися, заспокоїтися. Тому нерідко люди намагаються уникнути контактів у транспорті чи в черзі: заплющують очі, гортають газети, дивляться у вікно і т. п. Якщо ж спілкування відбувається, воно здійснюється на ритуальному рівні.

Спілкування проявляється вже з перших хвилин нашого ставлення до ролі, яку ми обрали. Скажімо, хтось із нас підлеглий, а хтось керівник. Кожен має діяти відповідно до своїх функціональних обов'язків, дотримуючись правил професійної культури у спілкуванні.

Нерідко керівник поводить себе зверхньо, нехтує людською гідністю підлеглого, розмовляє з ним грубо та безцеремонно. А підлеглий розуміє, що керівник тому вдається до таких дій, бо не впевнений у собі, боїться втратити своє місце, за такою формою поведінки прагне приховати свою неспроможність.

Для функціонально-рольового спілкування дуже важливими є доброзичливість, повага до людей, вміння бачити перед собою особистість. Про таке ставлення свідчать, зокрема, посмішка, а також вміння сказати людині щось добре (наприклад, комплімент на фоні антикомпліменту собі: “У вас така пам'ять, що можна по-доброму позаздрити”, “Ви так добре працюєте на комп'ютері, я так не вмію”).

Нарешті, неформальне спілкування (дуже умовно) передбачає обмін духовними цінностями. Він динамічний, у центрі його – увага до міжособистісних взаємин, а не до престижу чи меркантильних інтересів. Особливим різновидом неформального спілкування є інтимно-сімейне. Воно стосується кожного з нас. Усі ми хочемо, щоб близька нам людина була у спілкуванні з нами культурною, чутливою, розуміла те, що вголос ми не сказали, могла читати по наших очах, за мімікою, жестами те, що нас хвилює. Але треба пам'ятати, що рівень культури близької нам людини

залежить від нас. Якщо вона не виправдала наших сподівань, це означає, що ми не змогли їй допомогти, знайти відповідні способи й засоби спілкування, не показали своїм прикладом, як потрібно поводитись.

Рольові позиції у спілкуванні інколи описують як “прилаштування зверху”, “прилаштування знизу” і “прилаштування поруч”. Наприклад, люди сідають поруч у тролейбусі. Діють вони, в основному, несвідомо. Один розміститься на сидінні так, що іншому одразу стане незручно. Другий, навпаки, примоститься лише на кінчику, щоб не потурбувати сусіда. І, нарешті, третій, триматиметься вільно, сяде зручно сам, не потурбувавши сусіда. У всіх випадках пасажири начебто і не розмовляють між собою, але рольова позиція, яку вони займають, дає інформацію іншим про кожного.

Цікавою є концепція Е. Берна. Він описує життєві ігри людей, використовуючи позиції, які кожен проявляє в певних ситуаціях, – Батька, Дитини та Дорослого. На думку Е. Берна доцільно виокремити шість рівнів спілкування: 1) “нуль спілкування” або “замкнення на себе”; 2) ритуали (норми спілкування); 3) розваги; 4) ігри (людина думає одне, а демонструє інше з тим, щоб завести другого в пастку); 5) близькість; 6) робота (ділове спілкування). На кожному з цих рівнів людина використовує різні способи і засоби спілкування, тому що його мета щоразу змінюється.

Бачимо, що існують різні підходи до класифікації рівнів спілкування. Проте аналіз свідчить, що всі вони, як правило, включають у тій чи іншій формі три основних рівні:

- аніпулювання (від грубого поводження з людиною до такої поведінки, де зовнішні прояви мають іноді навіть приємний характер);
- онкурентія, суперництво (від спілкування, коли “людина людині – вовк”, до такого, коли чесне суперництво сприяє певному рухові вперед);
- півробітництво (“людина людині – юдина”). На цьому останньому рівні можливе саме олюднення людини, тобто спілкування, в якому проявляються гуманістичні установки, високий рівень його культури.

Описані функції, види, рівні спілкування дають його різнобічну характеристику. Але більшість людей зводять спілкування до простого передавання і приймання інформації, тобто до його інформативно-комунікативної функції, не використовуючи діалог для організації спільної діяльності. Або ж, скажімо, людина не вчиться розпізнавати інших, під час спілкування користується лише стереотипним уявленням про них, не вміє відповідно розшифровувати сукупність засобів спілкування (насамперед невербальних). Водночас людина, яка володіє культурою спілкування, швидко розбереться в ситуації, яку їй будуть нав'язувати, наприклад, “прилаштуванням зверху”. Вона зуміє підняти подальшу бесіду з партнером на рівень, коли не принижуватимуться гідність і честь обох співбесідників.

Отже, знання про характерні особливості спілкування для кожного, хто їх засвоїть і зуміє застосовувати на практиці, стануть “кермом і вітрилом”, які допоможуть гідно жити та ефективно спілкуватися, до того ж духовно зростати самим і допомагати в цьому іншим. Такі знання й уміння допоможуть позбутися багатьох ускладнень у взаєминах людей.

Отже, Спілкування – важлива форма людського буття, умова життєдіяльності людей, спосіб їхнього об'єднання. Воно є генетично первинною основою культури спілкування.

· Спілкування – це міжособистісна і міжгрупова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо).

· Потреба у спілкуванні розвивається від простих форм (потреба в емоційному контакті) до складніших (у співробітництві, інтимно-особистісному спілкуванні і т. ін.).

· Культуру спілкування визначає свідоме й розумне ставлення до використання всіх його сторін, функцій та видів у єдності.

· Вищий рівень моральної культури спілкування характеризують гуманістичні орієнтації у міжособистісних взаєминах та емпатійний спосіб сприймання одне одного.

ЛЕКЦІЯ 3

Тема: Взаємодія та взаєморозуміння в контексті етики та культури ділового мовлення

План

1. Визначення взаємодії.
2. Спільна діяльність і вплив на неї етичних норм і правил.
3. Мораль і особистісний вплив.
4. Взаєморозуміння та його рівні.
5. Бар'єри на шляху до взаєморозуміння.

Література

1. Андреева Г. М. Социальная психология. – М., 1988.
2. Атватер И. Я. Вас слушаю (советы руководителю, как правильно слушать собеседника): Сокр. пер. с англ. – М., 1989.
3. 4. Головаха Е. И., Панина Н. В. Психология человеческого взаимопонимания. – К., 1989.
4. Костюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / За ред. Л. М. Проколієнко. – К., 1989.
5. Кроник А., Кроник Е. В главных ролях: Вы, Мы, Ты, Он, Я: Психология значимых отношений. – М., 1989.
6. Линчевский Э. Э. Психологические аспекты взаимопонимания. – Л., 1982.
7. Обозов Н. Н., Щёкин Г. В. Психология работы с людьми. – 4-е изд. – К., 1998.
8. 10. Психология и этика делового общения: Учебник / Под ред. В.Н. Лавриненко.— М., 1997.
9. 11. Юсупов И. М. Психология взаимопонимания. – Казань, 1991.

Визначення взаємодії. Нерідко можна спостерігати, як під час зустрічі

між людьми не встановлюється контакт, через що їхня бесіда не має позитивного продовження, хоча на обговорення проблеми було витрачено багато часу. Чому це так? Тому, що між ними не відбулася взаємодія.

Взаємодія – це процес безпосереднього або опосередкованого впливу суб'єктів одне на одного, який породжує причинну обумовленість їхніх дій і взаємозв'язок. Цей процес потребує активності та взаємної спрямованості дій тих людей, які беруть у ньому участь. Якщо кожний учасник виступає як особистість, а не як об'єкт, взаємодія може відбутися на високому рівні моральної культури спілкування. Особистість, спілкуючись, сподівається, що її вислухають, зрозуміють, відгукнуться на її почуття, дадуть відповідь на запитання. Для цього потрібні певні комунікативні, бажано гуманістичні, установки щодо інших людей. Без таких установок відповідної мотивації взаємодії у спілкуванні може і не відбутися.

Існує багато видів взаємодії, а тому й кілька їх класифікацій. Одна з найвідоміших – поділ на кооперацію (співробітництво) та конкуренцію (суперництво).

Відома класифікація, де основою є кількість суб'єктів, що спілкуються. Якщо суб'єктів двоє, то це взаємодія парна (у діаді). Якщо суб'єктів багато, то вони можуть взаємодіяти у групі (групова взаємодія), між групами (міжгрупова взаємодія) або суб'єкт може діяти з групою (суб'єктно-групова взаємодія). Цим суб'єктом може бути лідер або будь-який член групи.

Спільна діяльність і вплив на неї етичних норм і правил. Спільна діяльність суб'єкта з групою є тим важливим фактором, який нерідко визначає ефективність взаємодії, а отже, й культуру спілкування. Тому, бажаючи досягти позитивного результату у співробітництві з іншими, важливо продумати насамперед питання його організації.

Спільна діяльність у соціальній психології – це організована система активності індивідів, що цілеспрямовано взаємодіють з метою створення об'єктів матеріальної та духовної культури. Така діяльність неможлива без контактів між людьми і обміну ін формацією, думками, оцінками, почуттями тощо. Її важливою рисою є спільна мета та передбачення результату, що відповідав би загальним інтересам і сприяв реалізації потреб кожного з індивідів, які починають взаємодіяти. При цьому важливо спланувати та врахувати “доробок” кожного в кінцевий результат.

Дослідження свідчать, що не кожна діада і не кожна група готові до спільної діяльності, до діалогу. Ця готовність має три компоненти – мотиваційний, змістовний та операційний. По-перше, у людей може не виникнути бажання спільно працювати, думати або, скажімо, творити щось матеріальне чи духовне. По-друге, вони не знають, як разом працювати і спілкуватися, використовуючи діалог: обидва хочуть виконувати одну й ту саму частину роботи, кожен хоче, щоб діяльність відбувалася саме за його програмою, відповідно до його бачення ситуації і т. ін. І, по-третє, їхні знання, що потрібні в конкретній ситуації, помітно різняться як якісно, так і кількісно. Тому до спільної діяльності треба готуватись. І якщо група має

лідера, то він має це враховувати.

Готовність до спільної діяльності в різних групах різна. Одні можуть бути готовими мотиваційно і не готовими операційно. Інші мають операційну й змістовну готовність, але не хочуть об'єднуватись у групу для досягнення спільної мети, хочуть працювати індивідуально або в іншій групі. Тому в кожному окремому випадку треба вирішувати, чи готові члени групи до спільної діяльності, й відповідно до цього добирати методи роботи. У менеджменті, наприклад, вважається, якщо група погано справляється зі спільною роботою, то в цьому винен керівник, бо він не підготував її до цього, не зміг спрямувати дії кожного і всіх разом.

Взагалі, спільна діяльність лідера і всієї групи – необхідна умова для встановлення взаєморозуміння, формування згуртованості групи та розвитку її членів. Наші дослідження показали, що це найвищий рівень взаємодії. Але бажано, щоб цьому передувало встановлення взаємодії в підгрупах, спочатку як умовно спільної діяльності її членів. Саме тоді вони оволодівають необхідними діями та змістом, зокрема продуктивним діалогом. Це наче стартова сходинка для підйому до спільної діяльності лідера з усією групою.

Для того щоб спільна діяльність дала позитивні результати, лідер має враховувати особливості поведінки людей у групі та етичні проблеми, які при цьому виникають. Без цього навряд чи спілкування буде результативним і відповідатиме належному рівню культури.

У країнах, де керівники фірм прагнуть підняти рівень культури ділового спілкування, розроблюють кодекси честі або норми поведінки працівників. Наприклад, до керівників висуваються такі вимоги: “ставитися до підлеглих з повагою”; “уважно вислуховувати підлеглих, особливо їхні пропозиції”, “не обговорювати дії інших людей”, “не просити підлеглих робити вам особисті послуги”, “не позичати гроші у підлеглих” і т. ін. Спілкування підлеглого з керівником також визначається певними правилами: “до керівника треба ставитися з повагою, у міру демонструючи свою готовність до взаємодії та виконання доручень”, “не слід поводитись з керівником занадто запопадливо”, “критичне зауваження керівника може мати сенс, а тому варто подумати, де і в чому припущено помилку”, “звертаючись до керівника, доцільно вживати ту форму, якою користується більшість співробітників”. Спілкування з колегами відповідно до встановлених правил регламентується, наприклад, так: “бути доброзичливим, ввічливим, привітним”, “слухаючи уважно співрозмовника, доцільно показувати йому (позою або мімікою) позитивну реакцію на нього”, “не обговорювати на роботі свої домашні та особисті проблеми”, “не розмовляти голосно, щоб не заважати іншим” і т. ін.

У групах, де норми та правила спілкування розроблено й прийнято всіма її членами, поведінка кожного індивіда нерідко сприяє змінам у діях і почуттях інших, тобто має індивідуальний вплив.

Мораль і особистісний вплив. У психології вплив – це процес і результат зміни індивідом поведінки іншої людини (її установок, уявлень,

думок, оцінок тощо) під час взаємодії з нею.

Які якості, вміння допомагають підвищити особистісний вплив? Це, безумовно, компетентність, доброзичливість, енергія, цілеспрямованість, ентузіазм, вміння володіти собою, користуватися різними способами й засобами спілкування. Це, безумовно, й ті моральні норми та правила, які засвоїла особистість: чесність у спілкуванні, справедливість, доброзичливість, щирість тощо (тобто йдеться про моральність людини). Відомо, що нерідко люди в ділових стосунках віддають перевагу моральним чеснотам над професійними якостями. Тому часто більший особистісний вплив на інших має той керівник або навіть спеціаліст, для яких моральні норми поведінки є обов'язковими. Загалом, за даними психологів, найефективнішим у мовленні буде керівник, який водночас є і компетентним спеціалістом, і моральною людиною.

Якогось жорсткого набору якостей, чеснот не існує. Передусім має значення, якою є особистість взагалі, які має установки, самооцінку та як вона ставиться до моральних цінностей. Виокремлюють навіть харизматичний вплив як такий, що йде від особистості, яка є взірцем для інших.

Своєрідно проявляється, наприклад, у діловому мовленні вплив однієї людини на інших через владу. З одного боку, влада – це можливість впливати на інших, з іншого – щоб впливати, треба мати владу. Коли одна людина або група людей користуються владою для того, щоб принизити інших, найчастіше кажуть: у них відсутня культура спілкування, і передусім моральна.

Тим, хто прагне до високої культури спілкування, бажано знати, яка інформація підсилює вплив на інших людей, а яка, навпаки, зменшує його. Так, не бажано казати “я – маленька людина”, “у мене не виходить”, “у мене мало досвіду”, “я не хочу забирати у вас час” і т. ін. Краще сказати: “я – ще молодий спеціаліст”, “мені слід детальніше розібратися в цьому”, “я лише розпочав роботу”, “мені хотілося б з вами обговорити це питання” і т. ін. У бесіді бажано замінювати фрази на зразок “я повинен” на фрази “я хочу”, “я вибираю”. У першому випадку людина діє, відчуваючи себе приневолюеною. Це, звичайно, впливає на її настрій, їй хочеться чинити опір, а це викликає, у свою чергу, відчуття провини. Через це в конкретній ситуації бажано робити вільний вибір, урахувавши всі обставини, а також настрій, можливості, наслідки і т. ін. Особистісний вплив підвищуватиметься, якщо бажання людини і дійсність збігатимуться. Це дасть змогу їй відчути себе сильною, такою, що хоче й може досягти того, чого бажає.

Компетентне використання людиною різних видів психологічного впливу в діловому спілкуванні є важливою складовою її культури. Саме правильний добір засобів і механізмів впливу сприяє досягненню оптимального результату взаємодії, розвитку особистості, формуванню в неї високих моральних якостей, реалізації її творчих здібностей та можливостей самовдосконалення.

Взаєморозуміння та його рівні. Якби люди були однаковими, проблема розуміння одне одного, мабуть, не виникала б. Тоді б усі однаково мислили, говорили, діяли. Якби люди взагалі нічого спільного не мали, то й порозумітися вони не змогли б. Ще 1829 р. на це звернув увагу німецький філософ Ф. Шлейєрмахер. На його думку, взаєморозуміння передбачає два моменти: спільність людей за духом і певні відмінності між ними. Взаєморозуміння – це таке розшифрування партнерами повідомлень і дій одне одного, яке відповідає їх значенню з погляду їхніх авторів. *Класичним прикладом цього є епізод із роману “Анна Кареніна” Л. Толстого, де Левін і Китті спілкуються, пишучи одне одному записки. Замість слів вони вживають лише початкові літери. Обоє настільки добре відчували одне одного, що за цими літерами могли зрозуміти довгі фрази, якими розповідали про свої почуття.*

Виокремлюють три рівні взаєморозуміння: згоду, осмислення та співпереживання. Під згодою слід розуміти достатньо взаємопогоджені оцінки ситуації та правила поведінки кожного учасника спілкування. Це зовнішній (формальний) рівень взаєморозуміння. Уміння зрозуміти ситуацію і підпорядкувати свої емоції та поведінку до неї та до поведінки інших – необхідна умова спільної діяльності. Підкоритись розумним нормам поведінки – перший крок до взаєморозуміння. Однак це не так легко, тому ми часто спостерігаємо неадекватну поведінку людей (у транспорті, магазині, лікарні тощо). Згода як формальний рівень взаєморозуміння проявляється в різних видах спілкування: соціально-рольовому або анонімному, функціонально-рольовому, неформальному.

Розуміння як осмислення – другий рівень – це такий стан свідомості, коли в суб’єкта виникає впевненість в адекватності своїх уявлень і добраних засобів впливу. Без такого стану неможливо продовжувати спілкування з метою координації дій у спільній діяльності. Тут характерним є відчуття внутрішнього зв’язку, організованості в обговоренні, встановлення причинно-наслідкових зв’язків. Розумінню як осмисленню сприяють діалог, уміння знайти спільну мову, навчитися слухати одне одного й аналізувати погляди кожного. Бажання осмислити – ознака високих моральних якостей людини та її культури спілкування.

Взаєморозуміння як співпереживання передбачає здатність ураховувати стан співбесідника. Той, хто перебуває у збудженому стані, має заспокоїтись, а той, хто перебуває у пригніченому стані, – активізуватися. Стан людини можна визначити за експресією обличчя, жестами, позою, які дають змогу не лише побачити ставлення людини до співбесідника, а й до інформації, яку він часом намагається приховати. Тому з морального погляду слід розпізнати емоційний стан іншого. Це зробити легше, аніж маніпулювати своїм. Особливого значення розуміння як співпереживання набуває під час неформального спілкування, зокрема сімейно-інтимного. Навіть якщо людина затамувала свою образу, роздратування або любов, вона все-таки плекає надію, що її зрозуміють. К. Станіславський писав, що зрозуміти – це означає відчути. Щоб досягти взаєморозуміння, кожен має

продумати, що він хоче сказати іншому, знайти слова, які б донесли його думку, і розшифрувати інформацію (словесну та несловесну), яку свідомо і несвідомо передав йому інший.

Під час спілкування люди постійно обмінюються інформацією. Опитування показало, що обмін інформацією – одна зі складних проблем у роботі з іншими, управлінні ними. Але до свідомості іншої людини потрапляє не вся інформація, яка передається. У результаті досліджень встановлено: якщо всю задуману людиною інформацію прийняти за 100%, то словесної форми набирає лише 90% цієї інформації, людина висловлює лише 80% задуманої інформації. Водночас інша людина вислуховує тільки 70% цієї інформації, а розуміє 60%. У пам'яті ж іншої людини залишається лише 24% задуманої та висловленої інформації.

Знаючи це, кожний співрозмовник для досягнення повного взаєморозуміння має дуже відповідально ставитися до передавання інформації та її осмислення. Тому під час спілкування варто перевіряти ефективність передавання інформації та її розуміння. Люди, які дотримуються моральних норм і психологічних правил спілкування, у таких ситуаціях обов'язково попросять повторити сказане. Непогано поставити запитання типу: “Якщо я Вас правильно зрозумів, Ви хотіли сказати, що...” А той, хто передає інформацію, намагатиметься вживати загальновідомі терміни, користуватиметься зрозумілою для співрозмовника мовою, враховуючи його інтелектуальний рівень.

Під час спілкування люди осмислюють не лише словесну інформацію. Спостерігаючи за поведінкою одне одного, на основі несловесної інформації й контексту людських взаємин вони начебто “читають” те, що приховано за словами співбесідника (у сфері його мотивації, моральності, свідомого, несвідомого і т. ін.).

Взаєморозуміння – це сфера людських взаємин, де тісно переплітаються пізнавальні процеси та емоції, соціально-психологічні правила та етичні норми. Іншими словами, це не тільки розуміння інформації, її передавання, приймання, а й розуміння іншого як особистості з її потребами, інтересами, установками, переживаннями, досягненнями і поразками, з її бажанням виглядати гідно та привабливо в очах інших, бути значущою фігурою для них і т. ін. Перший з описаних аспектів розуміння дуже важливий у ділових, другий – у міжособистісних взаєминах, особливо в інтимно-сімейному житті.

Той, хто передає інформацію, має знати, що розуміння її іншими залежить від бажання співрозмовника зрозуміти інформацію, що передається, повноти інформації, логіки викладу, вміння стимулювати іншого до думки у процесі приймання та осмислення інформації.

Бар'єри на шляху до взаєморозуміння. Бар'єри на шляху до взаєморозуміння виникають залежно від характеру комунікації та індивідуальних особливостей людей, які спілкуються. Бар'єрами можуть бути також особливості різних соціальних груп, до яких належать

співбесідники, а також їхні соціокультурні відмінності.

Аналізуючи факт непорозуміння, варто подумати, які з них треба обійти і які внести корективи у подальше спілкування. Ще важливіше вміти прогнозувати, передбачати виникнення можливих бар'єрів, будувати тактику їх запобігання.

Іноді те, що говорить один, не зовсім розуміє інший, адже слова (символи) мають не однакове значення для різних людей. Семантичні варіації нерідко спричинюють неправильне розуміння людиною думок іншого. Наприклад, керівник фірми каже підлеглому, щоб він йому зателефонував з об'єкта, коли в того виникнуть труднощі. Але підлеглий не знає, що керівник мав на увазі, говорячи про труднощі. Він не хотів виглядати в очах керівника некомпетентним, а тому й не зателефонував йому.

Якщо людині не дати чіткої й повної інформації, то її дії будуть навряд чи такими, як ми хочемо. Крім того, люди, передаючи інформацію, можуть не лише її втрачати і спотворювати, а й підмінювати іншою інформацією. Лише якщо двоє людей, які спілкуються, вкладають у слова одне й те саме значення, вони зможуть порозумітися. Тому бажано з'ясувати "що є що".

Іноколи під час спілкування майже немає надії, що тебе розуміють. Це трапляється тоді, коли у людей відсутній зворотний зв'язок. Наприклад, менеджер ознайомлює нового працівника з його функціональними обов'язками. Через деякий час з'ясовується, що той зрозумів їх інакше. На жаль, це сталося через те, що під час спілкування працівник посоромився з'ясувати те, що йому було незрозуміло, а менеджер не спромігся дізнатися, чи адекватно було сприйнято його інформацію. Мабуть, менеджер не зміг чітко та ясно викласти свої думки, а тому їх не зрозумів працівник. Крім того, можливо, що новий працівник не досить уважно слухав менеджера. Між ними не було зворотного зв'язку. Одні люди прагнуть зрозуміти вчинки, висловлювання, емоції партнера по спілкуванню, інші – ні. Трапляється й таке, що людина одних партнерів розуміє, а інших – ні (за принципом: кого хочу – того і розумію). Це відбувається тому, що деякі люди видаються не вартими її уваги, тому тут до мотиваційного бар'єра додається також моральний. Таку ситуацію іноколи можна спостерігати в магазинах, де між покупцями і продавцями виникають антипатія, недовіра. Відчувається, що вони не розуміють одне одного. Звичайно, можна навчити продавця поводитися належним чином, культурно. Але чи можна навчити одну людину любити іншу, зокрема щоб продавець любив покупця? Ідеться про моральні цінності, що характеризують людину загалом і залежать від її сутності. Про любов і повагу до людини свідчать не слова "Чим я можу допомогти Вам?", а уважне, терпляче, щире ставлення. Адже покупець у першому випадку зрозуміє, що на нього тиснуть, відтак у нього зростає внутрішній опір, а в другому випадку він, навіть якщо і не планував робити покупку, зробить її.

Буває так, що бар'єром на шляху до взаєморозуміння є хвилювання, пов'язане з бажанням людини, щоб її зрозуміли. Тут починають діяти емоції. Деякі з них мають негативний відтінок, тому нерідко впливають на логіку

викладу, мовлення, заважають слухати уважно іншого і зрозуміти його. Позитивні емоції також не завжди допомагають адекватному взаєморозумінню (наприклад, закоханим, які під впливом переживань вживають не ті слова, які б їм хотілося). Хоча загалом позитивні емоції стимулюють бажання зрозуміти іншого, поспівчувати йому та допомогти. Іноді виникають інтелектуальні бар'єри (у кожної людини вони різні) внаслідок особливостей людини у сприйманні, мисленні, пам'яті.

Звичайно люди реагують не на те, що відбувається, а на те, що вони сприйняли. Тому особливості сприймання інформації можуть стати бар'єрами на шляху до взаєморозуміння. Відомо, що люди сприймають інформацію вибірково залежно від своїх потреб, інтересів, емоційного стану і характеру ситуації. Життєвий досвід у кожного є унікальним, неповторним. Тому навіть якщо людина має велике бажання бути зрозумілою й добирає найточніші слова, немає гарантії, що співрозмовник зрозуміє – хай він у цьому й зацікавлений – усю інформацію точно й повністю. Це буває навіть тоді, коли люди перебувають у близькому контакті. А та людина, яку не розуміють, починає поступово віддалятися від партнера, при цьому втрачається близькість у стосунках.

Процес розуміння залежить також від моральних і психологічних установок особистості до певних ідей або до того, хто їх передає. Якщо ці установки позитивні, то процес сприймання відбувається успішно, у противному разі з'являються знову ж таки бар'єри. Подолати їх можна, лише поступово змінюючи установки. Наприклад, нині в Україні багато людей скептично і з недовірою ставляться до бізнесменів, підприємців. Ці негативні установки погано впливають і на результативність сприймання інформації, яка надходить від останніх. Щоб змінити ставлення до бізнесу, забезпечити взаєморозуміння бізнесменів і широкого загалу, треба змінити установки і у бізнесменів (вони мають виходити з того, що роблять корисну справу не тільки для себе, а й для інших, для держави взагалі), і у населення (яке мусить зрозуміти, що без нових підходів до економіки навряд чи можна зрушити з місця).

Без двостороннього осмислення інформації та ситуації неможливо її зрозуміти. Тут, як і при сприйманні мови, важливо, щоб інтелектуальні рівні, види мислення партнерів не надто різнилися. Якщо ж з одного боку знаходяться співрозмовники-теоретики, а з іншого – практики, то вони не завжди порозуміються. Або, скажімо, один із партнерів має високий рівень мислення, а інший – низький. Їм також рідко вдається знайти такі слова й докази, які були б переконливими для обох.

Підвести людей, які прагнуть до взаєморозуміння, може й пам'ять. Ніхто з нас не може бути впевнений у тому, що він завжди зберігає в пам'яті й може відтворити всю інформацію, що надійшла до нього. Люди це знають, проте в конкретних ситуаціях їм здається, що пам'ять підводить не їх, а партнерів (“я точно пам'ятаю, що я...”). Тому слід, зокрема, в ділових стосунках записувати найважливішу інформацію, а то й підписувати документи, де відмічати основні положення та рішення, висловлені думки.

Складну проблему становить взаєморозуміння людей, які належать до різних великих і малих соціальних груп. Кожний із нас водночас є членом різних груп: за віком, статтю, професією, національністю і т. ін. Звичайно, в особливостях різних груп розібратися важко, ще складніше всі їх урахувати. Проте кожен знає, що різну психологію мають, наприклад, старше та молодше покоління, жінки й чоловіки. Так, старше покоління, звичайно, критично ставиться до інновацій. Молодь емоційно більшою мірою готова до змін, тому завжди прагне нового.

По-різному поводяться, спілкуючись, чоловіки й жінки. Чоловіки більше уваги приділяють змісту спілкування, а жінки – безпосередньо процесу. Чоловіки, як правило, слухають уважно 10–15 секунд, а потім починають розмірковувати над тим, що самі хочуть сказати, тобто вони нерідко не вислуховують співбесідника до кінця, не прагнуть з'ясувати, чи правильно його зрозуміли. Жінки, на відміну від чоловіків, бачать в особі співбесідника особистість і розуміють її почуття. Чоловіки активніше відстоюють свою позицію, а жінки легше піддаються переконанню і спокійніше сприймають чужу думку. Успіх значною мірою залежить від рівня культури спілкування співбесідників, від знання ними психології особистості, вміння враховувати їх при доборі засобів спілкування. Цей висновок стосується також спілкування між людьми різних національностей. Орієнтація на загальнолюдські моральні цінності, самобутність, унікальність кожного народу сприяє встановленню взаєморозуміння, громадянської злагоди і християнської любові. Ще в XVI ст. видатний французький філософ-мораліст М. Монтень писав, що різні звичаї народів нескінченні у своїх проявах, і скрізь вони мають обґрунтування. Неврахування таких звичаїв нерідко сприймається як відхилення від розуму.

Ми не маємо права змінювати звичаї інших народів. Їх потрібно пізнавати і враховувати з метою досягнення взаєморозуміння. Під час бесіди американців чи англійців один говорить, а другий слухає, адже переривати не ввічливо. Японець слухає більш активно, подаючи сигнали про те, що він розуміє співбесідника, якщо може, то навіть закінчує за нього фрази. Його “хай” (“так”) означає: “Я вас розумію”. Інколи ті, хто не знає цієї особливості японців, сприймають “хай” за згоду і думають, що досягли успіху у вирішенні ділових питань, а потім, на жаль, глибоко розчаровуються. Загальнолюдська культура допоможе подолати бар'єри взаєморозуміння, пов'язані із соціокультурними відмінностями.

Бар'єрів на шляху до злагоди, взаєморозуміння між людьми багато. Їх треба вчасно розпізнавати, попереджати і долати. Це те негативне, що знижує ефективність спілкування та взаємодії між людьми. Водночас наука й практика пропонують певні способи і засоби, які сприятимуть успіху у взаємопорозумінні та взаємодії.

Механізми взаєморозуміння, роль етики в їх застосуванні. Прагнення до взаєморозуміння – це етична проблема. Використання ж його механізмів, їх пошук, добір і зміна – це прояв моралі в реальності, свідчення

моральності людини.

Серед механізмів взаєморозуміння виокремлюють ідентифікацію (уподібнення себе іншому) та рефлексію (у соціальній психології – механізм усвідомлення індивідом чи групою того, як їх насправді сприймають і оцінюють інші індивіди чи групи).

Наприклад, спілкуючись, взаємодіють двоє активних людей. Отже, уподібнюючи себе з іншим, людина намагається досягти взаєморозуміння. При цьому спостерігається немовби заглиблення, перенесення себе в іншу людину, що допомагає певному усвідомленню її особистісних смислів.

Щоб досягти під час спілкування взаєморозуміння, необхідно враховувати не лише потреби, інтереси, установки іншого, а й думати про те, як він ставиться до ваших потреб, інтересів, установок, якими він бачить ваші індивідуальні особливості, як інтерпретує ваші емоційні реакції й думки. Іншими словами, рефлексія у процесі взаєморозуміння – це подвоєне, дзеркальне взаємовідбиття суб'єктами спілкування одне одного. Ідентифікація як механізм дещо схожа на емпатію – так зване афективне “розуміння”, що зводиться до проникнення в переживання іншої людини. Розрізняють три складові емпатії: емоційну, що ґрунтується на механізмі наслідування моторних і афективних реакцій іншої людини; когнітивну, яка базується на інтелектуальних процесах; прогностичну, що проявляється як здатність людини передбачати афективні реакції іншого в конкретних ситуаціях.

Ідентифікації та емпатії притаманне вміння поставити себе на місце іншого. При ідентифікації люди будують свою поведінку відповідно до позиції партнера. У разі емпатії одна людина намагається зрозуміти іншу, взяти до уваги позицію співрозмовника, поспівчувати йому, але діятиме відповідно до своїх уявлень.

Як механізм взаєморозуміння розглядають також прийняття ролей (майже те саме, що й рефлексія та децентралізація). Під децентралізацією розуміють зміну позицій суб'єкта внаслідок порівняння та інтеграції її з позиціями, що відрізняються від власної.

Науковці робили спроби описати механізми досягнення взаєморозуміння через певні прийоми. В їх основу було покладено формування нової спільної мови, намагання поступитися партнерові та діалог незалежних. Спільна мова – це найпоширеніший прийом, зокрема, для створення нової групи або сім'ї. Мова, яку конструюють двоє, сприяє їхньому об'єднанню та вияву самосвідомості. Щоб сформувавши спільну мову, досягти взаєморозуміння в значимих позиціях, важливо вміти гнучко змінювати свою думку, бути різним – наполегливим і люблячим, веселим і серйозним. Щоб при цьому скоріше зрозуміти іншого, інколи варто відтворювати його поведінку, слова, інтонації, жести тощо. Це є свідченням того, що людину чують, ставляться до неї уважно та серйозно. Це допомагає уподібнитися іншому. Якщо ж з певних причин творчість у виробленні спільної мови відсутня, застосовуються інші прийоми взаєморозуміння – намагання поступитися іншому і діалог незалежних. Реалізація стратегії

“поступитися іншому” передбачає, що той, хто стає на цей шлях, готовий відмовитися від якихось своїх інтересів, звичок заради спільної мети.

У тих випадках, коли люди не можуть виробити спільну мову чи відмовитися від індивідуальності та звичок, вони, поступаючись іншому, можуть говорити своєю мовою і розуміти при цьому мову іншого. Коли прийом “діалог незалежних” з метою взаєморозуміння використовують люди, між якими є емпатія, то вони розширюють свої горизонти, і кожний стає духовно багатшим. Якщо діалог незалежних виникає між людьми, які не сприймають одне одного, вони не можуть досягти взаєморозуміння.

Звичайно, досягти взаєморозуміння з колегами, керівництвом і підлеглими, навіть з близькими людьми відповідно до гуманістичної етики не дуже легко. Тому людина, яка не втрачає надії на взаєморозуміння й наполегливо шукає різні способи і засоби спілкування, має досить високий рівень моральної культури.

Отже,

- Кожний учасник ділової взаємодії постає як особистість, яка сподівається, що її вислухають, зрозуміють, урахують її позицію.

- Характер міжособистісних взаємин, що проявляється в діловому мовленні, у взаємодії, має стимулювати людей до спільної роботи й досягнення взаєморозуміння.

- Спілкування у сформованій групі, яка оволоділа спільною діяльністю, сприяє тому, що члени групи позитивно сприймають позиції, які відрізняються від власних, а це сприяє самореалізації й самовираженню кожного.

- Продуманий добір засобів і механізмів впливу є важливою складовою культури мовлення.

- Взаєморозуміння – це таке розшифрування партнерами повідомлень і дій одне одного, яке відповідає їх значенню з погляду їхніх авторів.

- На шляху до взаєморозуміння є багато бар’єрів. Їх треба вчасно розпізнавати, попереджати й долати.

- Взаєморозуміння досягається за допомогою механізмів ідентифікації, рефлексії та знаходженням спільної мови, намаганням поступатися одне одному, визнанням незалежності іншого.

- Прагнення до взаєморозуміння свідчить про моральну культуру суб’єктів спілкування.

ЛЕКЦІЯ 5

Тема: Добір способів ділового спілкування

План

1. Повідомлення як спосіб спілкування.
2. Способи впливу на людей під час спілкування.
3. Маніпулювання та актуалізація.
4. Моделі спілкування.
5. Стили спілкування.
6. Стратегії та тактики спілкування.

Література

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры: Пер. с англ. – М., 1988.
2. Введение в практическую психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой. – М., 1996.
3. Леонтьев А. А. Психология общения. – М., 1997.
4. 11. Основы педагогического мастерства / Под ред. И. А. Зязюна – М., 1989.
5. Паскаль Б. Об искусстве убеждать // Химия и жизнь. – 1990. – № 3.
6. Психология: Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М., 1990.

Повідомлення як спосіб спілкування. Спосіб у широкому розумінні – це система дій, які використовуються в діяльності або взаємодії для досягнення мети. Серед способів спілкування можна виокремити ті, що слугують обміну інформацією, і ті, що використовуються з метою впливу одного суб'єкта (він може бути і груповим) на іншого.

Способом спілкування, що призначений для передавання інформації, можна вважати повідомлення. З його допомогою передаються певні відомості від однієї людини до іншої як під час безпосереднього спілкування (мова, жести, міміка), так і через різні засоби масової комунікації.

Одна із функцій повідомлення полягає в координації дій окремого індивіда або групи з діями інших людей. Факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування людей, які беруть у ньому участь. Її можна досягти, якщо ті, хто спілкується, відзначаються культурою передавання повідомлень. Саме той, хто відправляє інформацію, вирішує, яку ідею чи які дані зробити предметом обміну. Щоб цей процес був продуктивним, на обдумування потрібно витратити певний час. Корисно прислухатися до такої заповіді: “Не починайте говорити, поки не почнете думати”. До того ж доцільно осмислити не лише саму ідею, а й те, як її сприймуть люди, які з нею ознайомляться. Під час обміну інформацією можуть виникнути певні труднощі, якщо невдало обрано канали, засоби й способи зв'язку. Так, інколи краще сприймається усне повідомлення, а часом – письмове. У відповідальних ситуаціях бажано використовувати одночасно кілька засобів зв'язку.

Той, хто приймає повідомлення, має його декодувати, перевести інформацію у свої думки. Якщо в нього система значень цілковито збігається із системою значень таких самих слів того, хто відправив повідомлення, можна вважати, що обмін інформацією через повідомлення відбувся.

Способи впливу на людей під час спілкування. До способів спілкування, як зазначалося, відносять також способи впливу однієї людини на іншу (або інших), коли ми прагнемо “спровокувати” її поведінку в потрібному нам напрямі, знайти в системі її діяльності “слабкі місця”,

визначити фактори, що керують нею, і намагаємося змінити їх. Отже, будь-який вплив здійснюється з метою формування, закріплення або зміни установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо. Психологічні механізми різних за природою видів впливу не однакові. Кожний з них специфічний і застосовується за певних умов.

До групи психологічних способів впливу на людей належать навіювання, наслідування, психічне зараження і т. ін. Це механізми, які діють насамперед на несвідоме. Існує ще такий важливий спосіб впливу, як переконання. На відміну від попередніх його використовують тоді, коли хочуть вплинути на свідомість людини. Якщо дія трьох перших механізмів пов'язана переважно з некритичним ставленням людей до інформації, поведінки, емоцій тих, хто діє на них, то переконання передбачає логічне мислення, критичний аналіз цих сигналів.

Переконання – це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформувати в неї нові установки. Переконання впливає не тільки на розум, а й на почуття, якщо звернення до інших супроводжується емоціями. Отже, переконання – це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, що відповідають вимогам суспільства.

Переконання не дасть належного результату, якщо його підмінено моралізуванням. Тому краще не вживати слів типу “мусиш”, “зобов'язаний”, “як не соромно” та ін. Така форма сприймається як формальна і до неї ставляться іронічно, а то і з презирством.

Переконувати словом – це велике мистецтво, яке потребує знань психології людей, законів етики й логіки. Саме про це писав відомий вчений Блез Паскаль: “Кожний знає, що поняття потрапляють у душу двома шляхами: через розум і волю. Шлях розуму найбільш природний, оскільки не можна погоджуватися ні з чим, окрім доведених істин. Проте найбільш звичним є шлях волі... Це шлях низький..., через це всі проти нього”.

Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтовувати свою позицію й переводити мислення в мовлення. Наведемо приклад переконання, яке ґрунтується на законах логіки і спрямоване до розуму людини, яку хочуть переконати.

Проте якщо людина не хоче, щоб її переконали, тут не допоможуть ні логіка, ні аргументація. Не можна також досягти бажаного результату, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо або поблажливо, прагне самоствердитися, дійти до фіналу “перемога – поразка”. А тому, аби переконати іншого, спочатку слід досягти того, щоб людина захотіла вислухати уважно і осмислено запропоновані їй докази. Для цього треба виокремити те спільне, що об'єднує людей, і встановити психологічний контакт. Потім доцільно разом проаналізувати всі аргументи обох співрозмовників і дійти спільного висновку, згоди. Тоді переконуючий вплив на людину не буде нав'язаним, а відповідатиме її думкам, поглядам, почуттям.

Навіювання – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі. У нашій країні значення навіювання тривалий час недооцінювалось. Його називали буржуазним засобом впливу на людей. Насправді ж навіювання посідає дуже важливе місце в нашому житті, воно є механізмом, який дає змогу вплинути на несвідоме: установки, емоційні реакції, очікування тощо.

Під час навіювання не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, що містить готовий висновок. Використовуючи інформацію людина, на яку впливають, має сама дійти необхідного висновку.

Виокремлюють такі види навіювання на людину: 1) коли вона перебуває в активному стані; 2) під гіпнозом; 3) під час сну.

Першим і основним є, звичайно, навіювання в активному стані. Навіювання може бути навмисним. Це цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (тобто той, хто користується цим способом) знає, кому і що він хоче нав'язати і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Бажано, щоб сугестор був людиною авторитетною, тоді йому довірятимуть. Виокремлюють також навіювання ненавмисне, коли сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

За змістом впливу та кінцевим результатом навіювання буває позитивним і негативним, етичним і неетичним; за засобами впливу – прямим і непрямим. При прямому навіюванні сугестор закликає до певної дії. Вона передається як наказ, вказівка, розпорядження і заборона (наприклад: “Усім бути завтра о 9 годині на роботі”, “Цей блок включати не будемо” та ін.). При непрямому навіюванні сугестор не говорить прямо про свою мету, проте виказує своє ставлення до предмета. Непряме навіювання розраховане на некритичне сприймання інформації, але для цього використовуються не наказові, а оповідні форми. Мета досягається за рахунок того, що викликаються сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження (наприклад: “Наші сусіди вже закінчили оранку” або “У нас механік ніколи не перевіряє верстати” і т. ін.).

Одним із видів навіювання є самонавіювання. Це свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. У цьому процесі людина сама створює модель стану або дій і вводить її у свою психіку. Моделі самонавіювання, на думку відомого психіатра В. Леві, “уводяться в пам'ять, переходять з короткочасної пам'яті в довготривалу, із свідомості в підсвідомість і, врешті-решт, автоматично, мимоволі починають впливати на самовідчуття й поведінку”.

Згідно з методикою самонавіювання, по-перше, треба виявити недолік, якого людина хоче позбавитися, а по-друге – розробити формулу самонавіювання. Формули мають бути спрямовані на себе. Створювати їх слід від імені першої особи. Вони повинні бути не дуже розгорнутими, стверджуючими і складатись із дієслів, що мають найвпливовішу силу

(наприклад: “Я буду дотримуватись цього плану”, “Я прокинусь о 7 годині”, “Я закінчу розпочату роботу сьогодні”).

Психічне зараження – спосіб психологічного впливу, що відомий із сивої давнини. На відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою психічне зараження яскраво проявляється як засіб впливу в групах малознайомих людей (це спостерігається під час релігійного екстазу, паніки і т. ін.). Свідомі характеристики, що існують майже в однаковій мірі у більшості індивідів, зникають у таких умовах і замінюються несвідомими. Цим, мабуть, пояснюється, чому в натовпі не спостерігаються дії, які потребують цілеспрямованого логічного мислення, і чому тут люди спілкуються на низькому рівні.

При психічному зараженні процес передавання емоційного стану відбувається від одного індивіда до іншого на несвідомому рівні. Унаслідок такого впливу індивід швидко переймається психічним станом інших людей. При цьому багаторазово підсилюється емоційний вплив за рахунок його “відбиття” від багатьох людей. У таких ситуаціях індивіди несвідомо йдуть за іншими, наслідуючи їхню поведінку.

Найбільшому психічному зараженню піддаються люди в натовпі. Це може бути сукупність індивідів, які утворюють численну аморфну групу, члени якої водночас взаємопов’язані якимось спільним і на певний час постійним інтересом. Вони стають некритичними, імпульсивними. Почуття відповідальності, яке, звичайно, стримує окремих індивідів, у натовпі зникає. Люди починають мислити образами й готові діяти під впливом гасел, закликів визнаних ними лідерів.

Олександр Мень писав: “Маса – некритична. Вона підвладна емоціям. Її легко можна повернути в потрібний бік, маніпулювати у вигідному напрямі. Одразу перед нами постає євангельський образ натовпу, який спочатку на честь Ісуса Христа кричав “Осанна!”, а через кілька днів – “Розіпни його!””.

Зазначені особливості включають механізми психічного зараження та навіювання. Натовп треба стримувати від негативних дій, використовуючи ці самі механізми. Оскільки в натовпі народжуються бурхливі емоції, вплинути на них можна сильними засобами: перебільшувати, стверджувати, навіювати, заражати, повторювати. Люди в натовпі не чують аргументів, не зносять запитань, заперечень. Якщо якийсь оратор не поділяє думку, що захопила більшість людей, його виступ викликає у них гнів і прояв ворожості.

Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера, вожака і підкоряються йому. Проте нерідко вожаками стають нервово збуджені люди, які глибоко вірять у те, про що говорять, до чого закликають. Через цю віру вони впливають на людей. Чим коротші фрази-ствердження, кинуті ними в натовп, тим більший вплив вони мають. Через багаторазові повторення основна думка-ідея закріплюється в глибинах несвідомого. Потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має,

Тим сильніше він може впливати на натовп.

Психічне зараження може відігравати не лише деструктивну, а й позитивну роль. Найчастіше конструктивна дія зараження ентузіазмом спостерігається у професійній діяльності. Якщо люди люблять своє діло, то успіхи одного заражають інших, викликаючи в них інтерес, захоплення, а не заздрість і поганий настрій. Здібні люди своїми словами, діями можуть так впливати на людей, що ті переймаються чужими переживаннями як своїми власними, починають плакати і сміятися, сумувати і радіти, обурюватися і співчувати. Наприклад, під час педагогічного спілкування відбувається взаємозараження педагога і студентів, а це стимулює їхнє творче самопочуття. Воно виникає на основі співчуття, співпереживання, ініціатором якого виступає педагог. Своїми емоціями, інтересом до проблеми він заражає тих, кого хоче повести за собою. Вони, його вихованці, у свою чергу, стимулюють думку педагога, передають йому свою емоційну захопленість.

Наслідування – особлива форма поведінки людини, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб. Причому важливо наголосити, що наслідування може бути виявом активності індивіда, яка може бути наслідком власної ініціативи або результатом впливу інших людей, які розраховують на це й стимулюють певну поведінку різними засобами. Отже, наслідування може бути як несвідомим, так і свідомим, цілеспрямованим.

У дорослих механізми наслідування набагато складніші, аніж у дітей. Дорослі більш критично сприймають зразки, запропоновані їм для наслідування. Останнє в цьому разі більшою мірою є елементом навчання. Це стосується професійної діяльності, спорту, мистецтва і т. ін. Наприклад, молодий спеціаліст вчиться у досвідченого, наслідуючи зразки його дій, стратегії та тактики вирішення професійних завдань. Таке явище є позитивним.

На практиці навіювання, переконання, психічне зараження, наслідування рідко вживаються в чистому вигляді. Найчастіше вони доповнюють одне одного, функціонують у системі. Наприклад, перед однією з фірм, що працювала в умовах жорсткої конкуренції, постала потреба реконструювати виробництво і запровадити нову технологію. Керівник фірми (досвідчений менеджер), залучаючи до роботи кращих спеціалістів, використовував різні прийоми спілкування і постановки перед ними завдання. Одному із спеціалістів керівник навів як приклад для наслідування факти про ставлення до інновацій та діяльність спеціалістів у конкуруючих фірмах. Іншому сказав, що доручає саме йому цю справу, бо знає, що він працює самовіддано і має цікаві пропозиції. Третьому показав, як плідно працюють інші й що вже зроблено в цьому напрямі. Потім керівник зібрав усіх разом і сказав, що за умови оперативного і якісного виконання ними завдання (кожним своєї частини) фірма зможе своєчасно виконати реконструкцію, запровадити нову технологію і стане конкуренто спроможною. Працівники ж від цього матимуть моральне й матеріальне задоволення. Усі використані при цьому психологічні прийоми – навіювання,

наслідування, психічне зараження – допомогли менеджерові спрямувати творчу енергію спеціалістів в інтересах справи і досягти своєї мети.

Описані способи впливу на людей деякі автори називають механізмами. До таких механізмів належить і відоме маніпулювання людьми та актуалізація, яку йому протиставляють.

Маніпулювання та актуалізація. Маніпулятор – це частина нашої особистості, яка свідомо (тоді це цинізм) або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягти своєї мети. Найчастіше вміння маніпулювати іншими використовується в корисливих цілях. Багатьом добре відома така ситуація: студент під час іспиту раптом, неначе захопившись, звертається до викладача: “Петре Васильовичу, це питання завжди було для мене загадкою. Виходить, що...”, тобто ставить перед викладачем запитання, на яке мусить відповісти сам. Викладач любить свій предмет і цінує вияв захоплення ним з боку студента, тому починає ґрунтовно аналізувати проблему. Студент досяг своєї мети: використавши механізм маніпулювання, змусив замість себе відповідати викладача.

Часом без маніпулювання не обійтися. Нерідко до нього вдаються люди, незадоволені життям, а то й просто нещасливі. Маніпулювання їм потрібно, щоб якось вижити, підняти самооцінку. Інколи людина маніпулює, думаючи про іншого, підтримуючи його (наприклад, коли близька людина тяжко хвора).

Відомий вчений Е. Шостром розрізняє чотири типи маніпуляторів. Перший тип – активний – прагне впливати на інших, використовуючи активні методи. Він найчастіше вдається до техніки “обов’язків і очікувань”, а також використовує свій соціальний статус – керівника, батька, викладача. Другий тип – пасивний маніпулятор. Він демонструє роль безпорадного, такого, що мало в чому розуміється. Цим він підштовхує іншого виконати роботу за нього. Третій тип ставиться до людей як до суперників, а то й ворогів, з якими він веде постійну боротьбу.

Четвертий тип – байдужий маніпулятор. Він намагається ніби уникнути контактів, демонструє індиферентність. Насправді все, що відбувається, йому не зовсім байдуже, інакше він так демонстративно не поведився б.

Маніпулювання насправді займає в житті кожної людини більше місця, аніж ми уявляємо. Кожна людина майже щодня буває маніпулятором або тим, на кого впливають. Наприклад, продавець маніпулює покупцем, щоб вигідно продати свій товар. Батько дітям дає винагороду за добрі оцінки. Депутат обіцяє виборцям розв’язати всі їхні проблеми, а після обрання про це забуває. Загалом маніпуляції негативно позначаються на розвитку особистості, навіть на здоров’ї людини, знижують рівень моральної й психологічної культури її спілкування з іншими. Маніпуляторам можна і треба протиставити інші дії, наприклад механізм актуалізації.

Актуалізатор – це людина, яка прислуховується до інших і враховує їхні інтереси, прагне до самореалізації своєї самобутності та унікальності. Він чесний у своїх думках і діях.

Нерідко спостерігається така ситуація. Молодий спеціаліст, що прийшов на підприємство, поводить ся як бунтар. Йому здається, що тут усе відбувається так, як і багато років тому. Це викликає в нього непорозуміння, роздратування, сарказм. А це може призвести до конфлікту. Причина його поведінки полягає в тому, що в інституті він вивчав нові технології, методи роботи й хоче запровадити їх. Він бореться за свій соціальний статус, відстоює свою гідність. Розумний керівник, з'ясувавши причину непорозуміння, зможе спрямувати енергію молодого працівника у творчому, конструктивному напрямку. Він зрозуміє, що молода людина хоче дістати радість від того, що робить, прагне до наповненого життя, хоче відчути насолоду від подолання труднощів. Якщо керівник підтримає молодого спеціаліста, той і в майбутньому буде з таким самим інтересом і завзяттям виконувати доручену йому справу.

Актуалізатор – це людина, яка поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти свій власний шлях до розвитку. На жаль, актуалізатори навіть серед керівників трапляються не дуже часто.

Моделі спілкування. Для характеристики системи дій, що їх виконують суб'єкти спілкування, використовують і таке поняття, як “модель”.

Прогресивний американський психолог, фундатор сімейного консультування В. Сатир виокремлює п'ять моделей (типів) спілкування: запобігливий, звинувачувальний, розважливий, віддалений і рівноважений.

Запобігливий тип. Така людина в розмові прагне догодити іншим, часто вибачається, не вступає в суперечки. Вона говорить так, ніби нічого не може зробити сама, не діставши схвалення інших, погоджується з будь-якою критикою на свою адресу, вдячна вже за те, що з нею розмовляють. Цей тип має ще назву миролюбця. Звинувачувальний тип. Така людина постійно шукає і знаходить тих, хто винен. Він – диктатор, господар ситуації, нерідко поводить ся зухвало, говорить різко й жорстко, перебиває інших, не даючи людям договорити до кінця. Людина цього типу прагне в такий спосіб завоювати авторитет, владу над іншими. У глибині свідомості вона знає, що без інших нічого не варта, і тому радіє, якщо люди їй підкоряються, відчуваючи себе винними. Сам же звинувачувальний при цьому дістає задоволення.

Розважливий тип (або “комп'ютер”, як називає його ще В. Сатир) – це дуже коректна, надто спокійна людина, яка все розраховує наперед, має монотонний голос, вибудовує довгі фрази.

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

Крім цих чотирьох моделей спілкування, які свідчать про занижену самооцінку, відчуття власної неповноцінності, є ще один тип, який має назву рівноваженого. Поведінка такої людини послідовна, гармонійна. До інших вона ставиться відкрито, чесно, ніколи не принижує людську гідність. Люди

такого типу спілкування, як правило, знаходять вихід із складного становища і можуть об'єднати інших людей для спільної діяльності. Це – цілісні особистості. Вони прямо передають свої думки, відкрито виражають почуття, здатні до особистісного зростання, викликають повагу й довіру до себе. Інші в їхньому товаристві почуваються добре і вільно. Врівноважені люди мають високий рівень моральної та психологічної культури спілкування і потенційні можливості для її підвищення.

Якщо порівняти способи впливу маніпулятора і актуалізатора із зазначеними моделями, можна побачити, що представники перших чотирьох типів є маніпуляторами, а врівноважений тип – актуалізатором.

Концепції впливу, розроблені Е. Шостромом та В. Сатир, за спрямованістю наближаються до оригінального підходу Е. Берна (трансакційний аналіз) [1]. Він зазначає, що люди у своїй поведінці реалізують три позиції: Дорослого, Батька та Дитини. Ці три складові є в кожній людині, але всі по-різному ними користуються. Дорослий сприймає світ таким, який він є, розуміє інтереси інших, вміє розподілити відповідальність між собою та іншим. Дитина – це наша емоційність, нерідко безпосередність і безвідповідальність, залежність від інших. Батько – це той, хто погано розуміє, який же світ насправді, проте знає, яким він має бути. Він виховує, наставляє, карає, але може при цьому взяти відповідальність на себе. На певному етапі та в певній ситуації кожна з трьох позицій буває доцільною, потрібною. Однак нерідко позиція Батька чи Дитини може бути недоречною чи навіть комічною, якщо це не відповідає ситуації, віковим та індивідуальним особливостям людей, що спілкуються. Зазвичай більшість людей, зокрема молодь, віддають перевагу спілкуванню з позиції “Дорослий–Дорослий”. Дуже важливо правильно визначити позицію співрозмовника та власну, аби ж досягти мети та реалізувати гуманістичні установки особистості. Наведені способи (моделі) спілкування застосовуються в різних ситуаціях ділового спілкування. Вибір відповідних до ситуації способів свідчить про високий рівень моральної та психологічної культури спілкування.

Стилі спілкування. Серед особливостей спілкування традиційно виокремлюють не лише певні способи впливу на людей, а й стилі як інтегровані характеристики. Під стилем розуміють, звичайно, систему прийомів діяльності, поведінки людей. Найхарактерніше стиль проявляється в діловому та професійному спілкуванні, у взаємовідносинах між керівником і підлеглими, у так званому лідерстві.

Розрізняють три стилі лідерства – авторитарний, демократичний та ліберальний, які характеризують не лише спілкування, а й манеру поведінки лідера щодо інших, тип його влади, ставлення до роботи та інших. Відповідно до зазначених стилів лідерства можна описати й стилі спілкування.

Так, при авторитарному стилі лідер віддає накази, дає вказівки, інструкції. Він не любить, коли інші проявляють ініціативу, не хоче, щоб з

ним дискутували, обговорювали прийняті ним рішення.

Демократичний стиль, навпаки, передбачає, що активність учасників спілкування та їхня ініціатива підтримуються, завдання та способи їх виконання обговорюються. Якщо для першого стилю спілкування характерним є виокремлення свого “Я”, то для другого типовим займенником є “Ми”.

При ліберальному стилі спілкування проблеми обговорюються формально, керівник може й не бути лідером. Він піддається різним впливам, не виявляє ініціативи у спільній діяльності.

Спрямованість у стилі ділового спілкування може бути різною – на іншого або на себе. Якщо людина потребує іншого, бо заклопотана собою, то кажуть, що в неї піддатливий стиль. Якщо співрозмовник прагне досягти успіху у спілкуванні та діяльності, контролюючи інших, його стиль називають агресивним. Якщо людина зберігає емоційну дистанцію, незалежність у спілкуванні, її стиль вважають відчуженим. Крім того, розрізняють такі стилі: альтруїстичний (допомога іншим), маніпулятивний (досягнення власної мети) та місіонерський (обережний вплив).

Особливості взаємин і характер взаємодії у процесі навчання та виховання певною мірою визначили стилі педагогічного спілкування: спільної творчої діяльності; дружньої прихильності; спілкування – дистанція; спілкування – залякування; спілкування – загравання.

Вивчення стилів спілкування, як і стилів діяльності загалом, за останні 11–15 років стало важливим напрямком пошуку шляхів оптимізації діяльності людей та їхніх взаємин. Один із таких шляхів – цілісне вивчення процесуальних характеристик спілкування, його культури.

Стратегії та тактики спілкування. Існують різні концепції, що описують способи, моделі та стилі спілкування. Різноманіття підходів певною мірою сприяє більш глибокому вивченню й аналізу основного процесу і допомагає кожному спиратися на ту концепцію, яка йому найбільше зрозуміла і відповідає його уявленням про себе та про інших. Проте важко розібратись у великій кількості підходів, ураховуючи, що описано далеко не всі, до того ж, звичайно, заважає відмінність у термінах, які вживаються для характеристики одних і тих самих явищ.

Об'єднати розмаїття термінів і відповідних їм феноменів можна, увівши поняття “стратегія та тактика спілкування”. Це дасть змогу описати процес інтегровано і сприятиме систематизації інформації. Варто зауважити, що деякі вчені вживали термін “стратегія спілкування”, однак переважно в математичному контексті (відповідно до теорії гри). У працях з менеджменту й маркетингу це поняття охоплює не лише спілкування, а й усю систему стратегій, які використовуються в організації (підприємстві, фірмі тощо). Наприклад, у маркетингу розрізняють стратегії, зорієнтовані на збут товару, і клієнтцентровані стратегії. Сьогодні в основі підготовки керуючих американськими банками лежить саме навчання їх стратегіям і тактикам.

Існують різні визначення поняття “стратегія”. У нашому розумінні – це

загальна схема дій. Американські автори вважають, що це загальний план досягнення мети. Описуючи та конструюючи в житті стратегії спілкування, доцільно орієнтуватися на обидва визначення. До того ж треба ще враховувати, чи досягається мета під час спілкування одним суб'єктом чи обома (мотиваційний компонент стратегій).

Коли двоє суб'єктів прагнуть виконати разом певну роботу, обмінятися думками, почуттями, оцінками, дійти згоди, вони, спілкуючись, прямують до досягнення спільної мети. Якщо ж кожен або один із суб'єктів хоче задовольнити лише свої інтереси, він ставить перед собою індивідуальну мету. Інколи люди, що спілкуються, можуть і не ставити перед собою певної мети (фактичне спілкування).

Для повної характеристики стратегій до мотиваційного компонента необхідно додати ще змістовний. Річ у тім, що спільна або індивідуальна мета може відповідати гуманістичним або маніпулятивним (егоїстичним, навіть жорстоким) установкам спілкування.

У першому випадку – це найчастіше готовність, що реалізується у спілкуванні через акти співробітництва, співучасті, взаємодопомоги, взаєморозуміння та взаємоповаги. У другому випадку – це спрямованість на дії, в яких проглядають корисливі, егоїстичні інтереси одного або обох суб'єктів. Саме ці установки кожного з них і призводять до маніпулювання та порушення етики спілкування.

Для характеристики стратегій важливими є не лише мета та комунікативні установки, а й характер конструювання спілкування. Його стратегічним параметром є певне співвідношення між діалогом і монологом. Якщо під час взаємодії суб'єкти по черзі обмінюються інформацією, думками, жестами, почуттями, то вони дотримуються діалога. Якщо досить довго говорить один або ж, говорячи, кожен думає лише про себе, то відбувається монолог чи два монолози.

Сприймаючи монолог одного із суб'єктів, інший може вести з ним внутрішній діалог. Діалогічний підхід до спілкування (краще в контексті зовнішнього діалогу) є оптимальним з погляду організації комунікації й має великий розвиваючий, творчий потенціал.

Ці стратегії ділового спілкування можна пояснити на прикладах.

Так, перед створенням фірми Микола З. і Ганна П. самостійно розпоряджалися своїми коштами. Тепер вони мають вести фінансові справи разом. Для цього необхідно прийняти єдине рішення, яке б задовольнило обох партнерів. Але Микола З. заявляє: “Я – старший, через це я буду розпоряджатися грошима”. Це стратегія К. Економіст М. побачила на столі у начальника відділу новий штатний розклад. У ньому вона не знайшла своєї посади. У неї вихопилось: “Ах, так?! Як же він міг так повестися зі мною? Я не допущу цього”. Це стратегія – маніпулятивно-монологічна, мета її індивідуальна.

А ось приклад стратегії гуманістично-діалогічної. Мета її спільна. Керівник організації говорить: “Наступного року випускатимемо іншу продукцію, більш складну. Що ми для цього мусимо зараз зробити?”

Підлеглі внесли такі пропозиції: розробити документацію, визначитись з ресурсами, знайти покупців і т. ін. “Давайте конкретно розподілимо, хто за що відповідатиме,” – попросив керівник. Начальники служб почали формулювати свої завдання.

Стратегії спілкування є так званими чистими. У житті найчастіше бувають їхні комбіновані варіанти.

Система послідовних дій, що сприяють реалізації стратегії, досягненню мети, називається тактикою. Одну й ту саму стратегію спілкування можна втілити в різних тактиках. Побудова стратегії або її добір залежить від особливостей суб’єктів, які це здійснюють, їх системи цінностей, інтересів і обов’язково від комунікативних установок. Побудова і добір тактик базуються насамперед на знаннях про ситуацію та особливості конкретних співрозмовників. Загалом, на розбудову тактики як системи дій при спілкуванні звичайно впливає стратегія, якщо вона є усвідомленою. Саме вона визначає характер дій, які застосовують суб’єкти, передаючи певну інформацію і впливаючи один на одного.

Отже, спосіб і стратегія спілкування – два споріднених феномени, що розкривають операційний аспект взаємодії людей. Вони є важливим інструментом досягнення мети.

ЛЕКЦІЯ 6

Тема: ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ ТА МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ

План

1. Мовленнєве спілкування або вербальна комунікація.
2. Культура слухання.
3. Культура говоріння.
4. Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні.
5. Вплив особистості на ефективність переконання.
6. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.
7. Особливості мовленнєвого етикету.

Література

1. Атватер И. Я вас слушаю: Пер. с англ. – М., 1984.
2. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. – 3-е изд. – М., 1972.
3. Вацлавик П. Как стать несчастным без посторонней помощи. – М., 1988.
4. Латынов В. В. Речевое воздействие в условиях публичной дискуссии (на материале парламентских выступлений) // Психол. журн. – 1984. – № 1.
5. Некрасова Ю. Б. Основные принципы коррекции нарушения речевого общения // Вопр. психологии. – 1986. – № 5.
6. Павлова И. Д. Коммуникативная семантика речи // Психол. журн. – 1991. – № 2.
7. Поуст Е. Американський етикет. – К., Тернопіль, 1991.
8. Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики // Под ред. А. А. Леонтьева. – Л., 1972.

9. Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Зачесова И. А. Речь человека и общение. – М., 1989.

10. Шеломенцев В. Н. Этикет и культура общения. – К., 1995.

Мовленнєве спілкування або вербальна комунікація. Мовленнєве спілкування – засіб, у якому як знакову систему використовують мовлення (систему фонетичних знаків, що містить два принципи: лексичний та синтаксичний).

У психології в комунікативному акті нерідко виокремлюють орієнтувальну та виконавчу частини. Перша включає в себе аналіз ситуації взаємодії, формування плану дії, тобто стратегії спілкування, необхідної для досягнення мети. Важливим моментом орієнтації є також оцінювання можливих наслідків певних дій і передбачення нейтралізації негативних результатів. Виконавча частина найчастіше реалізується з урахуванням правил регуляції спільних дій: мовленнєвого етикету, самоподання, зворотного зв'язку. Під останнім розуміють реакцію суб'єкта на те, що він почув, бо інформацію про це він надсилає у зворотному напрямі. Ця реакція свідчить, чи зрозумів об'єкт отримані сигнали, чи довіряє повідомленню і як емоційно ставиться до партнера та конкретного змісту повідомлення.

Щоб комунікативний акт був успішним, на етапі орієнтації треба звернути увагу на код і контекст. Це сприймання та розуміння ситуації контакту і добір стратегії спілкування. У цьому разі увага концентрується на адресаті (співбесідникові), а не на собі. На етапі виконання контролюються вже власні дії, конструюються повідомлення і підтримується контакт.

Культура мовленнєвого спілкування містить дві складові: культуру говоріння та культуру слухання. Про одну людину кажуть, що вона говорить, як співає, про іншу – що вона вміє не лише слухати, а й чути.

Культура слухання. Дослідження вчених свідчать, що високою культурою слухання відзначаються лише деякі з тих людей, що спілкуються. Водночас невміння слухати нерідко є основною причиною неефективного спілкування, непорозумінь і навіть конфліктів. Чому ми не вміємо часом вислухати і зрозуміти партнера по спілкуванню? Тому що, насамперед, наша увага не стабільна, вона коливається. Так звані думи спотворюють зміст повідомлень. Наш емоційний стан також відволікає увагу від того, про що говорять співбесідники, і ми відключаємося.

Зафіксовано навіть феномен “перцептивне перекручування”. Виявилося, що люди здатні змінювати або ж узагалі не сприймати інформацію, яка їм видається небезпечною, тривожить, викликає почуття невпевненості, не відповідає уявленню про себе чи про картину світу, яка для них є надійною. Якщо людина не хоче, то може не чути критику на свою адресу, або не запам'ятати чиєсь прохання, виконати яке важко.

Слухання – не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота. Їй передує бажання почути, інтерес до співрозмовника. Те, як людина реагує на повідомлення іншого, залежить від рівня її моральності, її культури.

Важливе значення мають як вербальні, так і невербальні аспекти слухання, передусім слухання “всім тілом”. Коли нам цікаво, ми несвідомо повертаємось обличчям до співбесідника, нахиляємось до нього, встановлюємо з ним візуальний контакт, тобто на рівні несвідомого концентрується увага на співрозмовникові. Культурні люди, з високими моральними установками роблять це свідомо.

Слухати партнера і здійснювати вербальний зворотний зв'язок можна по-різному. Розрізнять такі типи реакцій людини на мовлення співрозмовника: оцінювання, тлумачення, підтримку, уточнення, чуйність і розуміння. Найчастіше маємо справу з оцінюванням і зворотним зв'язком, рідше – з тлумаченням (інтерпретацією). Уточнення, підтримка та розуміння спостерігаються дуже рідко.

Щоб слухання було ефективним, відповідало високому рівню культури спілкування, зокрема моральної, оцінні судження та інтерпретації бажано звести до мінімуму або краще зовсім ними не користуватися. У протилежному разі ми починаємо начебто “вимірювати” думки, почуття співрозмовника своїми мірками, порівнювати їх зі своєю шкалою цінностей. Водночас партнер по спілкуванню звертається до нас зовсім з іншим бажанням. Звичайно, це не означає, що не треба висловлювати власну думку. Проте завжди бажано пам'ятати про мету слухання, особливо в тому разі, коли співбесідник і контакт з ним значимі для нас. Якщо основою спілкування є інформативна функція (наприклад, на лекції) чи функція контролю за мовленням (наприклад, при вивченні іноземної мови), то й вимоги до процесу слухання мають бути належними. У цьому разі можуть мати місце і оцінювання, і інтерпретація.

Розрізняють два види слухання: нереклексивне і рефлексивне. У першому випадку йдеться про уважне слухання з мінімальним мовним втручанням. Нерідко це допомагає людям виразити свої почуття. Інколи таке слухання називають мінімальною підтримкою. Нереклексивне слухання варто застосовувати тоді, коли співрозмовникові важко передати свої почуття (наприклад, він дуже схвильований) або коли бар'єром у спілкуванні стає різний статус партнерів. Рефлексивне слухання передбачає регулярне використання зворотного зв'язку з тим, щоб досягти більшої точності в розумінні співрозмовника. Для цього вживаються запитання-уточнення. Вони допомагають виявити значення, “закодовані” в словах-повідомленнях.

Використовуючи мовленнєвий етикет, загальноживані слова, ми вкладаємо в них особистісний зміст. Перевірка правильності того, що почуто, дає змогу не приписувати партнерові якихось власних думок, почуттів і установок щодо конкретного питання.

Розрізняють чотири види реакцій людини під час слухання: з'ясування, перефразування, відбиття почуттів і резюмування. З'ясування полягає у зверненні до співрозмовника за уточненнями та в постановці перед ним “відкритих” запитань (тобто таких, на які не можна відповісти одним словом: “Так” чи “Ні”).

Перефразування – це формулювання думки співрозмовника своїми

словами з метою визначення точності розуміння. Коли йдеться про відбиття почуттів, це означає, що акцент зроблено в процесі слухання не на змістовній стороні мовлення співрозмовника, а на його емоційних реакціях. Під час зворотного зв'язку ми робимо спробу показати співрозмовникові, що розуміємо його переживання. Дуже часто саме це є важливим для партнера, і саме цього він чекає від нас. До того ж такий зворотний зв'язок може сприяти тому, що той, хто говорить, сам краще розбереться у своїх переживаннях. Він помітить неточність в інтерпретації свого стану, і це допоможе йому краще зрозуміти себе, свої почуття.

Відповіді-уточнення дають змогу певним чином узагальнити думки та почуття відправника інформації. Вони використовуються насамперед з метою оцінки того, чи правильно співрозмовники зрозуміли один одного. Ми кажемо: “Якщо я правильно Вас зрозумів...”. Така реакція порівняно швидко приводить до взаєморозуміння та розуміння змісту проблеми. Резюмування також використовується, якщо під час розмови увага переключється на інше, нерідко другорядне питання. Цей вид треба використовувати в бесіді для того, щоб підбити підсумки. Його корисно також застосовувати з метою попередження та розв'язання конфліктів.

Культура говоріння. Розглянемо характеристику “говоріння”, тобто механізми мовлення, побудови висловлювань, індивідуальні особливості людини, що говорить.

Феноменологія мовлення надзвичайно різноманітна. Це і особливості використаної лексики, і володіння граматиною, і багатство асоціацій, і продуктивність чи стереотипність мовлення, його динамічність, вияв певного ставлення до співрозмовника.

Побудова висловлювання – це розв'язання конкретних комунікативних завдань відповідно до мети мовлення і особливостей ситуації. Для цього за допомогою мовлення треба стимулювати співрозмовника до створення внутрішнього образу, подібного до того, який йому передається.

Важливими характеристиками мовленнєвого спілкування є діалог і монолог. Ефективним може бути спілкування, в якому використано як діалог, так і монолог. Діалог (тим більше полілог) істотно відрізняється від монологу. Останній розглядається як онтогенетично більш пізній, більш складний етап розвитку мовлення. Монолог і діалог мають психолого-ситуативні та мовні особливості. На відміну від діалогу монолог наче передбачає реакції співрозмовника. Висловлювання тут більш розгорнуті, свідоміше добираються слова й вибудовуються речення, меншу роль відіграють міміка та жести. У діалозі велике значення мають так звані діалогічні відносини, про які так переконливо писав М.М. Бахтін: “Діалогічна реакція персоніфікує всяке висловлювання, на яке реагує”. У двоголосому слові, в репліках діалогу чуже слово, позиція враховуються, на них реагують. І саме це є основною, порівняно з монологом, характеристикою діалогу.

Виходячи з цієї особливості діалогу нині вибудовуються нові концепції

етики пізнання, мислення, навчання, управління тощо. При цьому враховується, що внутрішній діалог відіграє важливу роль в індивідуальному мислительному процесі, а зовнішній – у спільному розв'язанні завдань. Зовнішньому діалогу, який так потрібний для спільної мислительної діяльності партнерів, насамперед дітей, студентів, необхідно спеціально вчити. Тому нині одним із принципів перебудови навчання у школі та вузі є принцип діалогізації педагогічної взаємодії.

Річ у тім, що монолог – це нерівноправність щодо обміну інформацією. Тут домінує один, наприклад викладач, керівник, менеджер. Він є джерелом інформації, ставить запитання, контролює та оцінює відповіді, слугує еталоном наслідування. Така взаємодія передбачає лише поверхневе, частинне розуміння та прийняття особистостей тих, з ким спілкуються. Діалогічна взаємодія – це особистісно рівноправні позиції, співпраця, де домінують мотиви самоактуалізації та саморозвитку співрозмовників.

При будь-якій комунікації розрізняють рівень змісту та рівень взаємин. *Щоб чіткіше зрозуміти відмінність між ними, розглянемо такий приклад: підлеглий звертається до керівника з проханням дозволити йому скористатися автомобілем для того, щоб доїхати до аеропорту (рівень звернення). Керівникові в цей час також буде потрібна ця машина, водночас йому хочеться допомогти (рівень взаємин). Така нероздільність цих двох рівнів комунікації у свідомості є нерідко причиною непорозумінь між людьми, міжособистісних конфліктів, а також маніпулятивних ігор, у які втягуються партнери.* Відомо, що майже 40 відсотків мовленнєвого тексту виголошується з тим, щоб передати ставлення, взаємини. Це – позиції, думки, ситуативна самооцінка, дистанція спілкування, встановлення психологічного контакту, рольовий та соціальний статус. На основі вивчення мовленнєвого впливу в умовах публічної дискусії (парламентські виступи) отримано ще виразніший результат: 64 відсотки всіх прийомів впливу належать до таких, коли передається певне ставлення однієї людини до інших або до змісту їхнього мовлення. Це виявляється у підкресленості значення обговорюваної проблеми, дискредитації опонента та його думки, завищенні значущості власного ставлення до проблеми і т. ін. Навіть у межах раціональної дискусії велику роль відіграє особистість відправника, його установки, емоційні особливості та комунікативні здібності. Суб'єктивний характер сприймання тих, хто слухає, їхня упередженість також впливають на хід дискусії, на полілог.

Встановлено, що незбіг чи конфронтація позицій нерідко підштовхують партнерів перейти на інші рівні змістовної активності, а це, у свою чергу, впливає на розвиток динаміки їхніх взаємин. Загалом суперечність у динаміці двох зазначених ліній комунікації розглядають як силу, що сприяє розвитку полілогу.

Ураховуючи викладене, треба розібратися в тому, яку активність кожен із нас виявляє під час діалогу чи полілогу, і в тому, який конкретний внесок зробив кожний в обговорення. Добре, коли активність проявляється на рівні моральності, тоді вона сприяє взаєморозумінню та досягненню мети. У

протилежному разі бажано “виокремлювати” людей від проблеми, щоб обговорення було ефективним.

Наприклад, є два учасники полілогу А та В. Перший з них А – схильний до опозиції і прагне ухилитися від прийняття рішення. Він нічого не робить для того, щоб наблизити протилежні позиції, не наполягає на своїй. Другий учасник В також полюбить такий рівень взаємин, де протиставляються думки. Але він активно перероблює інформацію, що надходить під час обговорення, вибудовує свою аналітичну концепцію і прагне донести її через переконання до інших учасників розмови. Отже, В на відміну від А дотримується моральних принципів і норм, тому його внесок у досягнення спільної мети не тільки помітний, а й ефективніший. Як впливає з наведеного прикладу, переконання як засіб впливу відіграє тут важливу роль.

Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні. Питання про роль та значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні розглядається багатьма спеціалістами. Проте найцікавіші результати отримали соціальні психологи, автори експериментальної риторики Йельського університету. Ідеться про так звану переконуючу комунікацію.

Як відомо, риторика вчить мистецтву красномовства, переконання під час промови. Експериментальна риторика показує, що можна підвищити ефективність такого впливу, враховуючи індивідуальні особливості людей, зокрема їхні соціальні установки та правила конструювання повідомлень. Зауважимо, що в такому разі йдеться не лише про комунікативні установки, що описувалися раніше. У кожного з нас є спектр установок щодо різних об'єктів, суб'єктів і взаємин. Ці установки сприяють або заважають переконуючому впливу, який, у свою чергу, сприяє зміцненню старих установок або формуванню нових.

Повідомлення нестиме заряд переконуючого впливу, якщо воно або зніме суперечність між елементами свідомості у тих, на кого цей вплив спрямовано, або підсилить думку, яка у них була раніше.

Суперечність, яка “роздирає” людей, призводить до психологічного дискомфорту, отже, пробуджує в них готовність його позбутись. Наприклад, знання про те, що я палю, і про те, що це спричинює захворювання, співіснують конфліктно. Потрібна нова думка, яка примусить розв'язати цю суперечність.

Важливе значення для ефекту переконуючого впливу має характер ситуації та особистість відправника повідомлення (балансна модель). Якщо ставлення (установка) до відправника позитивне, то й ставлення до його висловлювання скоріше також буде позитивним. Якщо до відправника ставлення нейтральне і його висловлювання викликає негативні емоції, то ця реакція може бути перенесена і на самого відправника, а передана ним інформація сприйматиметься як така, що не заслуговує на довіру. Щоб уникнути перекозчення інформації, дуже важливо дотримуватись

гуманістичних принципів, правил мовленнєвого етикету.

Важливою для переконуючого впливу є стадія сприймання інформації. Якщо вихідні позиції, установки відправника та адресата різко різняться, то при оцінюванні другою позицією першого вона видається ще більш віддаленою, ніж насправді. До того ж мета впливу не досягається. І, навпаки, якщо вихідні позиції адресата і відправника спочатку мало чим різняться, то вплив стане навіть підсиленним. Водночас ефективність переконуючого впливу залежить від індивідуальних особливостей відправника та побудови ним повідомлень.

Вплив особистості на ефективність переконання. Важливий висновок експериментальної риторики полягає в тому, що вплив особистості може певним чином “накладатися” на вплив повідомлення, змінюючи його остаточний результат. Як зазначалося, для прийняття нової думки її спочатку треба сприйняти та зрозуміти. Виявилось, що особистість відправника (комунікатора) не впливає на розуміння та запам’ятовування повідомлення адресатом. Навпаки, якщо комунікатор – авторитетна особа, то аргументація на користь висловленої ним думки гірше запам’ятовується і засвоюється адресатом (немає потреби відслідковувати процес мислення відправника, бо йому довіряють).

Щоб повідомлення відповідало системі цінностей і думок адресата, відправник має викликати в нього довіру. Це буває тоді, коли співрозмовник сприймає його як експерта з конкретного питання і якщо він щирий і чесний. При ідентифікації думка приймається не тому, що вона є об’єктивною істиною, а тому, що її поділяють інші люди (відправник чи група людей, яких він представляє). У цьому разі належність до якоїсь групи чи схожість у думках з відправником важливі для адресата. Головною рисою відправника, яка приводить до ідентифікації, є його привабливість. Формальне прийняття думки, зовнішнє підкорення визначаються ступенем контролю відправника за особистими планами адресата, тобто владою першого.

Значущими для переконуючого впливу є й інші особливості відправника: м’якість, дружнє ставлення, неагресивність. Вони також належать до однієї групи названих раніше моральних якостей. Отже, особистість комунікатора, безсумнівно, впливає на ефективність його мовлення. Високий рівень культури спілкування передбачає знання якостей відправника та врахування їх у конкретних ситуаціях відповідно до моральних правил і норм. Звичайно, переконуючий вплив залежить не лише від особистості комунікатора, а й від того, як він вибудовує своє повідомлення.

Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень. Існують залежності між ефективністю мовлення та особливостями ситуації, характеристиками аудиторії та характером обговорюваної проблеми. Так, у одних випадках краще впливають емоційні апеляції до аудиторії, в інших – раціональні. Усе залежить від того, з якою аудиторією спілкується людина.

Якщо з молоддю, то більше впливає емоційно забарвлена мова, а якщо з літніми людьми або з тими, хто має технічну освіту, краще використовувати раціональні апеляції.

Починати виступ, як правило, найкраще з емоційного звернення до людей. Водночас не варто сильно захоплюватись емоційністю та крайніми виразами, бо це часом призводить до ефекту бумерангу.

Учені, розглядаючи проблеми конструювання повідомлень, порівнювали кульмінаційний порядок їх побудови (найсильніші аргументи наводяться наприкінці), антикульмінаційний порядок (зворотний, коли, навпаки, повідомлення починається із сильного аргументу) та розміщення сильних аргументів усередині повідомлення. Яка ж форма викладу найефективніша?

Виявилось, що кульмінаційний і зворотний порядок дають кращі результати, аніж серединний (із невеликою перевагою першого над другим). Однак у цьому разі важливо враховувати змістовний бік повідомлення та установки слухачів. Якщо вони не дуже зацікавлені предметом повідомлення, то найвагоміші аргументи треба викласти із самого початку. Це кращий спосіб пробудити інтерес та увагу людей. Якщо вони дуже зацікавлені темою розмови, то найцікавіші аргументи варто викласти наприкінці повідомлення. Послаблення аргументації може дещо розчарувати аудиторію.

Що ж до включення контраргументів, то найефективнішими є повідомлення, в яких розглядаються також аргументи протилежної сторони, а не ті, де наводяться докази лише на користь своїх думок. Виняток становлять аудиторії, де знаходяться переважно люди з низьким рівнем освіти. Тут більш ефективним є повідомлення, в якому найчастіше подається одна позиція.

Вирішуючи питання оптимального розміщення основної ідеї в повідомленні, варто згадати про відомий ефект краю. Інформація, що розміщена на початку і в кінці повідомлення, краще сприймається, запам'ятовується, осмислюється, ніж та, що всередині. Нові установки в адресата також краще формуються на початку спілкування. Тому основну ідею, думку, яку ми хочемо “внести” до його свідомості, доцільно викладати на початку мовленнєвого спілкування. Наприкінці також бажано до неї звернутися, але використавши для цього нові аргументи.

Культура говоріння тісно переплітається з культурою рідної мови, про яку потрібно постійно дбати, особливо на етапі відродження національної самосвідомості. У чудовій молитві до мови, написаній Катериною Мотрич, розкриваються велич і сила, краса і духовне багатство рідної мови. Ось рядки з неї: «Мово наша! Дзвонкова кринице на середохресній дорозі нашої долі! Твої джерела б'ють десь від магми, тому і вогненна така. А вночі купаються в тобі ясні зорі, тому й ласкава така. То ж сцілювала ти втомлених духом, давала силу, здоров'я, довгий вік і навіть безсмертя тим, що пили тебе, цілющу джерелицю, і невмирущими ставали ті, що молилися на дароване тобою слово. Бо “Споконвіку було Слово, і Слово було у Бога, і Слово було

Бог”».

Особливості мовленнєвого етикету. Культура говоріння тісно пов’язана з мовленнєвим етикетом, тобто з правилами вітання, знайомства, прощання, вдячності, вибачення, запрошення, схвалення тощо. Люди, як правило, негативно реагують на порушення вироблених суспільством формул етикету.

Для того щоб ділове спілкування було ефективним, важливо, щоб його учасники обов’язково зверталися один до одного на “Ви” (як до співробітників, так і до клієнтів). Таке звертання –необхідний інструмент підтримання нормальних службових відносин і трудової дисципліни в колективі та встановлення партнерських стосунків з клієнтами. В обов’язковому порядку слід звертатися до іншого на його ім’я та по батькові. Вчасно висловлене слово “дякую” може стати не менш ефективним, аніж грошова премія. Про службовий етикет вже йшлося. Додамо лише, що часом ефективність спілкування залежатиме й від того, яким голосом (низьким чи високим) розмовляє людина, яку має дикцію, акцент і т. ін..

Хворобою нашого часу є багатослів’я. Майже кожній людині здається, що вона знає більше та вміє щось зробити краще, аніж інший, тому їй хочеться говорити самій. Лише вихована людина відчуває, коли треба говорити, а коли слухати інших, навіть тих, хто її критикує.

Отже, мовленнєвий етикет –це складна система мовних знаків, що спирається на моральні правила й вимоги і вказує на ставлення як до інших людей, так і до себе. Культура спілкування –не просто культура вибору ефективних стратегій і тактик, в основі яких лежать гуманістичні комунікативні установки, знання та вміння. Це також результат застосування правил конструювання повідомлень, говоріння та слухання, це активне використання правил і норм гуманістичної етики, постійне дотримання вимог службового етикету.

Комплекс контрольних робіт (ККР) для визначення залишкових знань з дисципліни, завдань для змістовно-модульних контрольних робіт

Контрольна робота №1

I варіант

I рівень – ознайомчо-орієнтаційний (15 балів).

1. Г. Сковорода прочитав курс:

А	Б	В	Г
Християнський етикет	Християнські правила поведінки	Доброчинність християн	Доброчинний етикет

2. До рівнів спілкування відносимо (знайдіть зайвий варіант):

А	Б	В	Г
Маніпулювання	Конкуренція	Співробітництво	Спілкування-розвага

3. Під час повідомлення краще сприймається:

а	б	в	г
Усне мовлення	Писемне мовлення	Комбіноване мовлення	Кілька засобів зв'язку

4. Види навіювання (знайдіть зайвий варіант):

а	б	в	г
Коли людина в активному стані	Психічне зараження	Під гіпнозом	Під час сну

5. Розрізняють такі стилі спілкування (знайдіть зайвий варіант):

а	б	в	г
Авторитарний	Демократичний	Ліберальний	Агресивний

II рівень – понятійно-аналітичний (30 б.).

1. Класифікація рівнів спілкування. (маніпулювання (від грубого поводження з людиною до такої поведінки, де зовнішні прояви мають іноді навіть приємний характер); конкуренція, суперництво (від спілкування, коли “людина людині – вовк”, до такого, коли чесне суперництво сприяє певному рухові вперед); – співробітництво (“людина людині – людина”). На цьому останньому рівні можливе саме олюднення людини, тобто спілкування, в якому проявляються гуманістичні установки, високий рівень його культури.

2. Навіювання, його види. Навіювання – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі. Виокремлюють такі види навіювання на людину: 1) коли вона перебуває в активному стані; 2) під гіпнозом; 3) під час сну.

Першим і основним є, звичайно, навіювання в активному стані. Навіювання може бути навмисним. Це цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (тобто той, хто користується цим способом) знає, кому і що він хоче нав'язати і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Бажано, щоб сугестор був людиною

авторитетною, тоді йому довірятимуть. Виокремлюють також навіювання ненавмисне, коли сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

За змістом впливу та кінцевим результатом навіювання буває позитивним і негативним, етичним і неетичним; за засобами впливу – прямим і непрямим. При прямому навіюванні сугестор закликає до певної дії. Вона передається як наказ, вказівка, розпорядження і заборона (наприклад: “Усім бути завтра о 9 годині на роботі”, “Цей блок включати не будемо” та ін.). При непрямому навіюванні сугестор не говорить прямо про свою мету, проте виказує своє ставлення до предмета. Непряме навіювання розраховане на некритичне сприймання інформації, але для цього використовуються не наказові, а оповідні форми. Мета досягається за рахунок того, що викликаються сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження.

III рівень – понятійно-синтетичний (45 б).

Намалюйте схему, яка б відобразила усі складові етики ділового мовлення.

II варіант

I рівень – ознайомчо-орієнтаційний (15 балів).

1. Підхід, який ґрунтується на уявленні, що індивід не просто один, а один з-поміж інших називається:

А	Б	В	Г
Моносуб'єктний	Інтеріндивідний	Полііндивідний	Суб'єкт-суб'єктний

2. Одним із перших описав спілкування на території нинішньої України:

А	Б	В	Г
Г. Сковорода	Кирило Туровський	Володимир Мономах	Геродот

3. Виокремлюють такі сторони спілкування (знайдіть зайвий варіант):

А	Б	В	Г
Мовленнєва	Комунікативна	Інтерактивна	Перцептивна

4. За кількісними характеристиками суб'єктів спілкування поділяється (зайвий варіант):

А	Б	В	Г
Самоспілкування	Міжособистісне спілкування	Внутрішнє мовлення	Масові комунікації

5. Спосіб, який використовують тоді, коли хочуть вплинути на свідомість людини називається:

а	б	в	г
Переконання	Усний вплив	Наслідування	Психічне зараження

II рівень – понятійно-аналітичний (30 б.).

1. Рівні взаєморозуміння. (згода, осмислення та співпереживання).

2. Психічне зараження. На відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою психічне зараження яскраво проявляється як засіб впливу в групах малознайомих людей (це спостерігається під час релігійного екстазу, паніки і т. ін.). При психічному зараженні процес передавання емоційного стану відбувається від одного індивіда до іншого на несвідомому рівні. Унаслідок такого впливу індивід швидко переймається психічним станом інших людей. При цьому багаторазово підсилюється емоційний вплив за рахунок його "відбиття" від багатьох людей. У таких ситуаціях індивіди несвідомо йдуть за іншими, наслідуючи їхню поведінку.

Найбільшому психічному зараженню піддаються люди в натовпі. Це може бути сукупність індивідів, які утворюють численну аморфну групу, члени якої водночас взаємопов'язані якимось спільним і на певний час постійним інтересом. Вони стають некритичними, імпульсивними. Почуття відповідальності, яке, звичайно, стримує окремих індивідів, у натовпі зникає. Люди починають мислити образами й готові діяти під впливом гасел, закликів визнаних ними лідерів.

Зазначені особливості включають механізми психічного зараження та навіювання. Натовп треба стримувати від негативних дій, використовуючи ці самі механізми. Оскільки в

натовпі народжуються бурхливі емоції, вплинути на них можна сильними засобами: перебільшувати, стверджувати, навіювати, заражати, повторювати. Люди в натовпі не чують аргументів, не зносять запитань, заперечень. Якщо якийсь оратор не поділяє думку, що захопила більшість людей, його виступ викликає у них гнів і прояв ворожості.

Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера, вожака і підкоряються йому. Проте нерідко вожаками стають нервово збуджені люди, які глибоко вірять у те, про що говорять, до чого закликають. Через цю віру вони впливають на людей. Чим коротші фрази-ствердження, кинуті ними в натовп, тим більший вплив вони мають. Через багаторазові повторення основна думка-ідея закріплюється в глибинах несвідомого. Потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має, тим сильніше він може впливати на натовп.

Психічне зараження може відігравати не лише деструктивну, а й позитивну роль. Найчастіше конструктивна дія зараження ентузіазмом спостерігається у професійній діяльності. Якщо люди люблять своє діло, то успіхи одного заражають інших, викликаючи в них інтерес, захоплення, а не заздрість і поганий настрій. Здібні люди своїми словами, діями можуть так впливати на людей, що ті переймаються чужими переживаннями як своїми власними, починають плакати і сміятися, сумувати і радіти, обурюватися і співчувати. Наприклад, під час педагогічного спілкування відбувається взаємозараження педагога і студентів, а це стимулює їхнє творче самопочуття. Воно виникає на основі співчуття, співпереживання, ініціатором якого виступає педагог. Своїми емоціями, інтересом до проблеми він заражає тих, кого хоче повести за собою. Вони, його вихованці, у свою чергу, стимулюють думку педагога, передають йому свою емоційну захопленість.

III рівень – понятійно-синтетичний (45 б).

Намалюйте схему, яка б відобразила усі складові етики ділового мовлення.

III варіант

I рівень – ознайомчо-орієнтаційний (15 балів).

1. Г. Сковорода прочитав курс:

А	Б	В	Г
Християнський етикет	Християнські правила поведінки	Доброчинність християн	Доброчинний етикет

2. До рівнів спілкування відносимо (знайдіть зайвий варіант):

А	Б	В	Г
Маніпулювання	Конкуренція	Співробітництво	Спілкування-розвага

3. Під час повідомлення краще сприймається:

а	б	в	г
Усне мовлення	Писемне мовлення	Комбіноване мовлення	Кілька засобів зв'язку

4. Види навіювання (знайдіть зайвий варіант):

а	б	в	г
Коли людина в активному стані	Психічне зараження	Під гіпнозом	Під час сну

5. Розрізняють такі стилі спілкування (знайдіть зайвий варіант):

а	б	в	г
Авторитарний	Демократичний	Ліберальний	Агресивний

II рівень – понятійно-аналітичний (30 б.).

1. Класифікація рівнів спілкування.
2. Навіювання, його види.

III рівень – понятійно-синтетичний (45 б.).

Намалюйте схему, яка б відобразила усі складові етики ділового мовлення.

Контрольна робота з «Етики ділового мовлення» № 2 Варіант – 1

Рівень – 1

1. Виберіть правильний варіант визначення поняття культури управління:

- а) Культура управління – це сукупність вимог до процесу управління й особистих якостей людини, які його здійснюють;
- б) Культура управління – це сукупність вимог до етики спілкування й естетики робочого місця;
- в) Культура управління – це сукупність вимог до моральних якостей керівника;
- г) усі відповіді правильні

2. Психологічний вплив однієї людини на іншу, що передбачає некритичне сприймання висловлюваних думок і волі:

- А) навіювання
- Б) переконання
- В) зараження
- Г) наслідування

3. Виберіть правильний варіант відповіді:

- а) Другий етап підготовки до виступу – розширення й ускладнення інформації, викладеної у тезах;
- б) На другому етапі підготовки до лекції треба відшліфувати письмовий варіант тексту;
- в) На другому етапі підготовки до лекції готувати текст до усного виступу, підбираючи найбільш просту інформацію, вибираючи тон, жести, міміку;
- г) Другий етап підготовки до виступу – озвучення перед аудиторією і постійне коригування тексту

4. Виберіть правильний варіант характеристики виступу:

- а) Виступ, як і лекція, характеризується попередньою підготовленістю з чітко продуманим висвітленням усіх проблем, висвітлених у доповіді;
- б) Виступ відрізняється від лекції спонтанністю, лаконічністю і непередбаченістю. Він торкається тільки кількох проблем, висвітлених у доповіді, тому будується як набір реплік;
- в) Виступ краще будувати як остаточний висновок із доповіді;
- г) виступ і лекція – це синоніми

Рівень – 2

1. Спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів іншої людини з тим, щоб сформувані в неї нові настанови.

2. Частина нашої особистості, яка свідомо або несвідомо вдається до хитрощів, щоб контролювати ситуацію або досягти своєї мети.

3. Модель (тип) спілкування за В. Сатиром, що дефінується як «коректна, надто спокійна людина, яка все розраховує наперед, має монотонний голос, вибудовує довгі фрази».

4. Спосіб установаження індивідуального контакту. Використовують під час знайомства ділових людей

Рівень – 3

1. Що таке ділові засідання (наради)? У чому їх переваги? Яка оптимальна кількість учасників? Які є різновиди нарад? У чому специфіка підготовки до наради?

2. Види психологічного впливу під час індивідуальної бесіди.

Контрольна робота з «Етики ділового мовлення» № 2 Варіант – 2

Рівень – 1

1. Виберіть правильний варіант відповіді:
 - а) Найбільш дієвими і продуктивними є дискусійні наради;
 - б) Найбільш дійовими і продуктивними є інформаційні наради;
 - в) Найбільш дійовими і продуктивними є оперативні наради;
 - г) усі відповіді правильні
2. Спосіб психологічного впливу, що проявляється передусім як засіб впливу в група малознайомих людей:
 - А) навіювання
 - Б) переконання
 - В) зараження
 - Г) наслідування
3. Виберіть правильний варіант відповіді:
 - а) Третій етап роботи з матеріалами лекції – це її озвучення перед аудиторією і постійне коригування тексту після кожного виступу;
 - б) Третій етап роботи з матеріалами лекції - це її озвучення перед аудиторією;
 - в) Третій етап роботи з матеріалами лекції – це озвучення тексту сам на сам;
 - г) Третій етап роботи з матеріалами лекції –шліфування письмового варіанту тексту;
4. Виберіть правильний варіант характеристики промови:
 - а) Промова – це невідготовлений виступ, що народжується під час мітингу;
 - б) Промова – це усний підготовлений виступ з інформацією, яка має вплинути на розум, почуття й волю слухачів;
 - в) Промова й доповідь – це синоніми;
 - г) Основне призначення промови – дати правдиву аргументовану інформацію.

Рівень – 2

1. Особлива форма поведінки людини, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб.
2. Людина, яка прислуховується до інших і враховує їх інтереси, прагне до самореалізації своєї самобутності та унікальності.
3. Модель (тип) спілкування за В. Сатиром, що дефінується як тип, який не реагує на жодні запитання, надто часто говорить недоречно, невчасно.
4. Зустріч керівників, офіційних осіб із представниками засобів масової інформації для інформування громадськості щодо актуальної діяльності партійних органів, державних установ, навчальних закладів, підприємств, фірм тощо.

Рівень – 3

1. Що таке «прийом відвідувачів»? Які є різновиди прийомів? Яка частота прийому? В чому особливості прийому відвідувачів?
2. Використання каналів спілкування у процесі виробничої діяльності.

Ключі до КР № 2 з «Етики ділового мовлення»

	I		II
1	A	1.	A
2	A	2.	B
3	A	3.	B
4	A	4.	B
5	Переконання	5.	наслідування
6	маніпулятор	6.	актуалізатор
7	Розважливий	7.	Розважливий
8	Візитна картка	8.	Прес-конференція
9	<p>Ділові засідання (наради). Ділове засідання – метод управління, де розглядаються суттєві питання підприємства, установи, організації. Перевагою наради у порівнянні з іншими формами управління є те, що за мінімум часу невелика кількість працівників у результаті оперативного й аргументованого обміну думками може розв’язати складні питання та прийняти узгоджене найоптимальніше рішення. Оптимальна кількість учасників наради – 10-12.</p> <p>Наради поділяються на: <i>Інформаційна (директивна або інструктивна)</i> <i>Диспетчерська (оперативна)</i> <i>Дискусійна (полемічна)</i> <i>Виробнича (службова)</i></p> <p>Підготовка наради включає визначення тематики, порядку денного, завдань наради, приблизного складу учасників, дати й години початку наради, підготовку доповідей й проекту рішень, підготовку приміщення. Проект рішення (ухвала) або готується заздалегідь спеціально обраною комісією, або формулюється головою наради. Учасники наради обговорюють проект, вносять пропозиції та доповнення.</p>	9.	<p>Прийом відвідувачів. Прийоми умовно можна поділити:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Прийоми, що проводять керівники та їх заступники (стосуються найпринциповіших питань діяльності організації). 2. Прийоми, що проводять керівники структурних підрозділів і працівники цих підрозділів (мають на меті вирішення часткових, поточних питань). <p>Частота прийому залежить від характеру діяльності підприємства, від конкретних умов виробництва й управління ним. Графік прийому доводиться до відома усіх працівників (його можна порушувати лише у разі невідкладних питань). Час прийому суворо регламентується.</p>

Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять

Підготовка теоретичних питань до практичних занять передбачає опрацювання питань теми практичного заняття. Ці питання можуть розглядатися під час лекції, але також виноситися на самостійне опрацювання.

Алгоритм підготовки.

1. Визначте питання для підготовки (Ви маєте розглянути усі питання, зазначені у плані практичного заняття).
2. Скориставшись бібліотечними каталогами (алфавітним, предметним або систематичним) чи електронними джерелами, запропонованими у списку рекомендованої літератури до практичного заняття, визначте розділи (теми або параграфи), у яких розкрито питання практичного заняття.
3. Прочитайте ці розділи.
4. Складіть план (простий або складний) відповіді на кожне питання.
5. Визначте основні поняття, які Ви повинні засвоїти.
6. Проаналізуйте, як опрацьований матеріал пов'язаний з іншими питаннями теми.
7. Для кращого засвоєння та запам'ятовування матеріалу складіть короткий конспект, схеми, таблиці або графіки по прочитаному матеріалу.
8. Визначте проблеми в опрацьованому матеріалі, які Ви недостатньо зрозуміли. З цими питаннями Ви можете звернутися на консультації до викладача.
9. Перевірте, як Ви засвоїли опрацьоване питання. Ви можете це зробити, відповівши на тестові питання до теми або розв'язавши практичні завдання.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ

Тема: Етика ділового мовлення як навчальна дисципліна

План

1. “Етика ділового мовлення” як навчальна дисципліна та її завдання.
2. Спілкування як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії.
3. Ділове мовлення, його особливості.
4. Культура ділового мовлення.
5. Спілкування як науково-практична проблема.
6. Статут гарної мови.
7. Роль невербального спілкування.

Література

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити: Посібник // За заг. ред. О.Сербенської. – Львів: Світ, 1994. – 152 с.
2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. – К.: Либідь, 1991. – 254 с.
3. Бабич Н.Д. Основи культури мовлення. – Львів: Світ, 1990. – 332 с.
4. Буяльський Б.А. Поезія усного слова: Азбука виразного читання: Книга для вчителя. – К.: Рад школа, 1990. – 255 с.

5. Водина Н.С. Культура устной и письменной речи делового человека, 2002. – 315 с.
6. Головин Б.Н. Основы культуры речи: Учеб. пособие. – М.: Высш. школа, 1980. – 335 с.
7. Гриншпун И. Б. Введение в психологию. – М., 1994.
8. Давидова Л.П., Явір В.В. Займенник ВИ у ввічливо-пошанному значенні при звертанні до однієї особи // Українська мова і література в школі. – 1978. – № 3. – С. 59-64.
9. Дорошенко С.І. Основи культури і техніки усного мовлення / Харк. держ. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди. – Харків: «ОВС», 2002. – 144 с.
- 10.Ильяш М.И. Основы культуры речи. – Киев – Одесса: Вища школа, 1984. – 188 с.
- 11.Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – К.: Наукова думка, 1990. – 224 с.
- 12.Климова К.Я. Основы культуры і техніки мовлення: Навч. посібник. – К.: Ліра – К, 2007. – 240 с.
- 13.Коваль А.П. Ділове спілкування. Навчальний посібник. – К.: Вища школа, 1992. – С. 175.
- 14.Конева Е. В. Психология общения: Учеб. пособие. – Ярославль, 1992.
- 15.Кониський Г. Історія Русів / Укр. переклад І. Драча.– К., 1991.
- 16.Корніяка О.М. Мистецтво гречності: Чи вміємо ми себе поводити? – К.: Либідь, 1995. – 96 с.
- 17.Кочан І.М., Токарська А.С. Культура рідної мови: Збірник вправ і завдань. – Львів: Світ, 1996. – 232 с.
- 18.Культура української мови: Довідник / За ред. В.М. Русанівського. – К.: Либідь, 1990. – 304 с.
- 19.Лабунская В.А. Невербальное поведение. – Ростов-на-Дону, 1986. – 135 с.
- 20.Лунева О. В., Хорошилова Е. А. Психология делового общения.– М., 1980.
- 21.Максимовский М. Этикет делового человека. – М.: Дидакт, 1994. – 124 с.
- 22.Мацько Л. І., Мацько О.М. Риторика: Навч. посіб. – К.: Вища школа., 2003. – 311 с.
- 23.Основи психології / За ред. О. В. Киричука, В. А. Роменця. – К., 1995.
- 24.Психология и этика делового общения / Под ред. В.Н. Лавриненко.– М., 1997.
- 25.Словарь по этике / Под ред. А. А. Гусейнова, И. С. Кона.– М., 1989.
- 26.Томан І. Мистецтво говорити. – К.: Політвидав України, 1989. – 293 с.
- 27.Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. –М.: Высш. школа, 1989. – 159 с.
- 28.Шеломенцев В. Н. Этикет и культура общения.– К., 1995.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ

Тема: Психологічна природа мовлення

План

1. Мовлення як одна з нагальних потреб людини.
2. Структура мовлення.
3. Функції мовлення.
4. Ділове мовлення як обмін інформацією.
5. Спілкування як взаємодія.
6. Спілкування як сприймання та розуміння одне одного.
7. Роль міжособистісних взаємин у спілкуванні.
8. Ведення телефонних розмов.

Література

15. Андреева Г. М. Социальная психология. – 2-е изд. – М., 1988.
16. Берн Э. Игры, в которые играют люди: Пер. с англ. – М., 1988.
17. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком. – М., 1982.
18. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975.
19. Леонтьев А. Н. Проблемы развития психики. – М., 1972.
20. Лисина М. И. Проблема онтогенеза общения. – М., 1986.
21. Ломов Б. Ф. Психические процессы и общение // Методологические и теоретические проблемы социальной психологии. – М., 1975.
22. Мелибруда Е. Я-Ты-Мы. Психологические возможности улучшения общения: Пер. с пол. – М., 1986.
23. Основы психологических знаний: Учеб. пособие / Авт.-сост. Г.В. Щёкин. – К., 1996.
24. Психология: Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд. – М., 1990.
25. Сухарев В. Искусство распознавания людей. – Д., 1998.
26. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2006.
27. Хараш А. У. Личность, сознание и общение: к обоснованию интересубъективного подхода в исследовании коммуникативного воздействия // Психолого-педагогические проблемы общения. – М., 1979.
28. Щёкин Г. В. Практическая психология менеджмента: Науч.-практ. пособие. – К., 1994.
29. Яноушек Я. Проблемы общения в условиях совместной деятельности // Вопр. психологии. – 1982. – № 6.

Практичне заняття

**Тема: Взаємодія та взаєморозуміння
в контексті етики та культури ділового мовлення**

План

1. Визначення взаємодії.
2. Спільна діяльність і вплив на неї етичних норм і правил.
3. Мораль і особистісний вплив.

4. Взаєморозуміння та його рівні.
5. Бар'єри на шляху до взаєморозуміння.

Література

10. Андреева Г. М. Социальная психология. – М., 1988.
11. Атватер И. Я. Вас слушаю (советы руководителю, как правильно слушать собеседника): Сокр. пер. с англ. – М., 1989.
12. Головаха Е. И., Панина Н. В. Психология человеческого взаимопонимания. – К., 1989.
13. Костюк Г. С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / За ред. Л. М. Проколієнко. – К., 1989.
14. Кроник А., Кроник Е. В главных ролях: Вы, Мы, Ты, Он, Я: Психология значимых отношений. – М., 1989.
15. Линчевский Э. Э. Психологические аспекты взаимопонимания. – Л., 1982.
16. Обозов Н. Н., Щёкин Г. В. Психология работы с людьми. – 4-е изд. – К., 1998.
17. Психология и этика делового общения: Учебник / Под ред. В.Н. Лавриненко.— М., 1997.
18. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. Посіб. – К.: Знання, 2006.
19. Юсупов И. М. Психология взаимопонимания. – Казань, 1991.

Практичне заняття

Тема: Добір способів ділового спілкування

План

7. Повідомлення як спосіб спілкування.
8. Способи впливу на людей під час спілкування.
9. Маніпулювання та актуалізація.
10. Моделі спілкування.
11. Стилi спілкування.
12. Стратегії та тактики спілкування.

Література

1. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры: Пер. с англ. – М., 1988.
2. Введение в практическую психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л.А. Петровской, О. В. Соловьевой. – М., 1996.
3. Леонтьев А. А. Психология общения. – М., 1997.
4. Основы педагогического мастерства / Под ред. И. А. Зязюна – М., 1989.
5. Паскаль Б. Об искусстве убеждать // Химия и жизнь. – 1990. – № 3.
6. Психология: Словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М., 1990.
7. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч.

Практичне заняття
Тема: ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ
ТА МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ

План

8. Мовленнєве спілкування або вербальна комунікація.
9. Культура слухання.
10. Культура говоріння.
11. Значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні.
12. Вплив особистості на ефективність переконання.
13. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.
14. Особливості мовленнєвого етикету.

Література

- a. Абрамович С.Д., Чікарьова М.Ю. Риторика: навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – 240 с.
 - b. Атватер И. Я вас слушаю: Пер. с англ. – М., 1984.
 - c. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. – 3-е изд. – М., 1972.
 - d. Вацлавик П. Как стать несчастным без посторонней помощи. – М., 1988.
 - e. Латынов В. В. Речевое воздействие в условиях публичной дискуссии (на материале парламентских выступлений) // Психол. журн. – 1984. – № 1.
 - f. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: навч. посіб. – К.: Вища шк., 2006. – 311 с.
 - g. Некрасова Ю. Б. Основные принципы коррекции нарушения речевого общения // Вопр. психологии. – 1986. – № 5.
 - h. Онуфрієнко Г.С. Риторика: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 592 с.
 - i. Основы риторики: учеб пособие / С.С. Гуревич, В.Ф. Погорелко, М.А. Герман. – К.: Выща шк., 1998. – 248 с.
 - j. Павлова И. Д. Коммуникативная семантика речи // Психол. журн. – 1991. – № 2.
 - k. Поуст Е. Американський етикет. – К., Тернопіль, 1991.
 - l. Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолінгвистики // Под ред. А. А. Леонтьева. – Л., 1972.
 - m. Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: навч. посіб. – К.: Знання, 2006.
 - n. Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Зачесова И. А. Речь человека и общение. – М., 1989.
 - o. Шейнов В.П. Риторика. – Мн.: Амалфея, 2000. – 592 с.
- Шеломенцев В. Н. Этикет и культура общения. – К., 1995.

Практичне заняття
Тема: СТРУКТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ
План

1. Спілкування як специфічна форма активності особистості.
2. Теорії передачі інформації.
3. Комунікативна, перцептивна, інтерактивна сторони спілкування.
4. Суперечності процесу міжлюдського спілкування.
5. Макро-, мезо- і мікрорівень спілкування.
6. Канали зв'язку в процесі спілкування.

Література

1. Блощинська В. А. Практикум з етики: Навч. посіб. – Івано-Франківськ: ІМЕ, 2001.
2. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей. – К.: КМ Academia, 1997.
3. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осетинська. – 2-ге вид., стереотип. – К.: МАУП, 2003.
4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: Навч. посіб. – Суми; К.: ВТД Ун-т кн., 2005.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ
Тема: Індивідуальна бесіда як форма ділового спілкування
План

1. Моральна та психологічна характеристика індивідуальної бесіди.
2. Особливості ділових, глибинно-особистісних та ритуальних бесід.
3. Етапи підготовки та проведення індивідуальної бесіди.
4. Дедуктивний та індуктивний спосіб викладу позиції співрозмовників.
5. Види запитань під час проведення бесіди: відкриті, закриті, подвійні, риторичні.
6. Особливості проведення бесід з клієнтами.
7. Загальні правила ділового спілкування телефоном.

Література

1. Блощинська В. А. Практикум з етики: Навч. посіб. – Івано-Франківськ: ІМЕ, 2001.
2. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осетинська. – 2-ге вид., стереотип. – К.: МАУП, 2003.
3. Короткін В. Г. Трудове право: прийняття на роботу і звільнення: Навч.-метод. розробка. – 2-ге вид., переробл. – К., 2000.
4. Мурашко М. І. Довідник для підприємців, роботодавців та працівників відділів кадрів підприємств, установ і організацій. Практичні питання реалізації положень законодавчих та нормативних актів, що пов'язані з трудовим законодавством. – К., 1995.
5. Прибутько П. С. Етика: Посібник / П. С. Прибутько, Л. М. Дубчак. – К.: Паливода А. В., 2006.

Практичне заняття 4

Тема: Відображення ролі моральних норм і принципів у пам'ятках історії та культури

План

1. Історія розвитку етичних цінностей і норм, що визначають та регулюють дії людей.
2. Норми спілкування періоду Київської Русі.
3. Характеристика розвитку етичних відносин у ХХ ст.
4. “Механічна” та органічна солідарність людей. “Організаційна культура” як один з інструментів управління господарством.
5. Розвиток професійної етики в Україні у ХХ ст.
6. Поняття моральної відповідальності кожного за себе та за інших.

Література

1. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: Навч. посіб. — 2-ге вид., переробл. і допов. — К.: ЦНЛ, 2005.
2. Иванов Б. Г. История этики древнего мира. — Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1980.
3. Малахов В. А. Етика спілкування: Навч. посіб. — К.: Либідь, 2006.
4. Московичи С. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. — М.: центр психологии и психотерапии, 1996.
5. Палеха Ю. І., Водерацький Ю. В. Етика ділових стосунків. — К.: УФІМБ, 1999.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ

Тема: Система норм і правил поведінки керівника

План

1. Етичні критерії спілкування керівника з підлеглими.
2. Морально-психологічний портрет українського керівника.
3. Дотримання керівником принципів соціальної відповідальності та справедливості.
4. Комунікативні складові оптимізації службових відносин. Конфлікти і способи їх розв'язання.
5. Участь керівника у формуванні корпоративної культури.
6. Формально-рольове та неформальне спілкування керівника з підлеглим.

Література

6. Гребеньков Г. В. Юридична етика: Навч. посіб / Г. В. Гребеньков, Д. П. Фіолевський. — К.: Алерта, 2004.
7. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: Навч. посіб. — 2-ге вид., переробл. і допов. — К.: ЦНЛ, 2005.
8. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осетинська. — 2-ге вид., стереотип. — К.: МАУП, 2003.
9. Короткін В. Г. Трудове право: прийняття на роботу і звільнення: Навч.-метод. розробка. — 2-ге вид., переробл. — К., 2000.
10. Мурашко М. І. Довідник для підприємців, роботодавців та працівників відділів кадрів підприємств, установ і організацій. Практичні питання

реалізації положень законодавчих та нормативних актів, що пов'язані з трудовим законодавством. – К., 1995.

11. Палеха Ю. І. Ділова етика. – К., 2002.

12. Прибутько П. С. Етика: Посібник / П. С. Прибутько, Л. М. Дубчак. – К.: Паливода А. В., 2006.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ

Тема: Функції ділового спілкування

План

1. Регуляція поведінки суб'єктів у процесі розвитку взаємин.
2. Критерії визначення функцій ділового спілкування.
3. Інформаційно-комунікативний клас функцій спілкування.
4. Використання теорії інформації для описання комунікативної сторони спілкування.
5. Регулятивно-комунікативний клас функцій спілкування. Способи впливу людей один на одного у діловому спілкуванні.
6. Афективно-комунікативні функції спілкування.
7. Природа виникнення емпатії у взаєминах.

Література

13. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осетинська. – 2-ге вид., стереотип. – К.: МАУП, 2003.

14. Короткін В. Г. Трудове право: прийняття на роботу і звільнення: Навч.-метод. розробка. – 2-ге вид., переробл. – К., 2000.

15. Мурашко М. І. Довідник для підприємців, роботодавців та працівників відділів кадрів підприємств, установ і організацій. Практичні питання реалізації положень законодавчих та нормативних актів, що пов'язані з трудовим законодавством. – К., 1995.

16. Палеха Ю. І. Ділова етика. — К., 2002.

17. Прибутько П. С. Етика: Посібник / П. С. Прибутько, Л. М. Дубчак. – К.: Паливода А. В., 2006.

Контрольні завдання до практичних занять

Тема: Етика ділового мовлення як навчальна дисципліна

1. Що таке мовлення і в чому полягає його гуманістична природа?
 2. Чому іноді людина, навіть та, яка вміє спілкуватися, раптово перетворюється на несвідому, навіть дику істоту?
 3. Чому на сучасному етапі важливо втілювати норми й правила гуманістичної етики в наше життя?
 4. Чому в багатьох іноземних фірмах велику увагу приділяють саме етиці ділового мовлення?
 5. Антуан де Сент-Екзюпері сказав, що “спілкування – це розкіш”. У чому ж полягає цінність спілкування?
 6. Який рівень культури мовлення можна назвати високим?
 7. Що дають знання з етики та психології спілкування для майбутньої професійної діяльності та особистого життя?
 8. Що Ви знаєте з історії нашого минулого про спілкування, його етику та культуру?
 9. Києво-Могилянська академія та братські школи були навчальними закладами, які давали не лише знання, а й формували у вихованців моральну та психологічну культуру спілкування. Чи робиться це в сучасних навчальних закладах?
 10. Що таке “гуманістична етика” та “гуманістична психологія”? Наскільки їхні ідеї близькі нашому суспільству й кожному з нас?
 11. Які види ділового мовлення ви знаєте? Дайте їх характеристику.
- ТЕМА ДЛЯ ДИСКУСІЇ**
- “Чому наші прадіди вміли спілкуватися і правити через віче, а ми досягти цього не можемо?”

Тема: Психологічна природа мовлення

Проблемні питання та завдання:

1. У чому специфіка людської комунікації? Які її особливості?
3. Як пов'язані спілкування та взаємодія?
4. Яка залежність між культурою мовлення та пізнанням себе та іншого?
5. Які функції виконує мовлення?
6. У чому особливості культури мовлення на кожному з його рівнів?
7. Що дають знання про ділове мовлення для майбутньої професійної діяльності та особистого життя?
8. Законспектувати: Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – С. 212-223.

Тема: Взаємодія та взаєморозуміння

в контексті етики та культури ділового мовлення

Питання для самоперевірки та практичні завдання

1. Що таке взаємодія. Які види взаємодії відомі у діловому мовленні?
2. Як емоції впливають на характер взаємодії та міжособистісних

взаємин?

3. Що таке спільна діяльність?
4. Які якості, вміння допомагають підвищенню особистісного впливу?
5. Як проявляється вплив однієї людини на інших через владу?
6. Що таке взаєморозуміння?
7. Які існують бар'єри на шляху до взаєморозуміння?
8. Які існують моральні бар'єри? Чи сприяє їх подолання підвищенню рівня моральної та психологічної культури спілкування?
9. Що таке співбесіда? Як слід вести себе під час інтерв'ю?
10. Які вимоги ставляться до мовлення кандидата на робоче місце під час розповіді про себе?
11. Законспектувати: Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: навч. носіб. – К.: Знання, 2006. – С.36-57.
12. Підготуйтеся до вирішення ситуативного завдання: «Вас призначили керівником. Ваші дії».

Тема: Добір способів ділового спілкування

Питання для самоперевірки та практичні завдання

1. За яких умов повідомлення сприяє ефективному спілкуванню?
2. Чому важко переконати в чомусь одне одного?
3. Чому бажано використовувати способи впливу на людей в їх єдності? Наведіть приклади.
4. У чому полягає принципова відмінність таких механізмів спілкування, як маніпулювання та актуалізація?
5. Яку з моделей спілкування можна віднести до високого рівня культури спілкування і чому?
6. Які основні ознаки мають ефективні стратегії спілкування?
7. Що таке тактика спілкування?
8. Як проявляється моральна культура спілкування у процесі добору стратегії й тактики спілкування?
9. Які вимоги ставляться до вітання та рекомендування у сфєбпрі ділового мовлення?
10. Ділові засідання, наради. Види, вимоги до проведення.
11. Законспектувати: Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – С. 67-72; 247-296.

Тема: Вербальні засоби спілкування та мовленнєвий етикет

Питання для самоконтролю та практичні завдання

1. Що таке вербальні засоби спілкування?
2. Які характеристики діалогу і монологу та перспективи їх використання?
3. Як співвідноситься переконуючий вплив з вимогами гуманістичної психології?
4. Що таке експериментальна риторика?
5. Як особистість комунікатора впливає на результативність

переконуючого впливу?

6. Які є правила логіко-психологічного конструювання повідомлень?

7. Як формувати гуманістичні комунікативні установки згідно з правилами експериментальної риторики?

8. Які правила мовленнєвого етикету ви знаєте?

9. Законспектувати: Тимошенко Н.Л. Корпоративна культура: діловий етикет: навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – С. 79-90.

Тема: Структура ділового спілкування

Питання для самоконтролю та практичні завдання

1. Підготуйтеся до участі у дискусії на кожну з тем:

Використання каналів спілкування у процесі виробничої діяльності

Вплив інформаційних технологій на розвиток ділового спілкування.

Проблема створення штучного інтелекту.

2. Підготуйте повідомлення на одну із тем:

Переваги і недоліки безпосереднього та опосередкованого спілкування.

Характеристика комунікативної сторони процесу спілкування.

Психологічна складова суперечності міжлюдського спілкування.

Характеристика інтерактивної сторони процесу спілкування.

Характеристика перцептивної сторони процесу спілкування.

Соціонічні відносини та їх характеристика.

Взаємовплив сторін процесу спілкування.

Тема: Індивідуальна бесіда як форма ділового спілкування

Проблемні питання та завдання:

Підготуйтеся до участі у дискусії на кожну з тем.

1. Види психологічного впливу під час індивідуальної бесіди.

2. Причини успіху та невдачі під час індивідуальної бесіди.

Тема: Відображення ролі моральних норм і принципів

у пам'ятках історії та культури

Питання для самоперевірки та практичні завдання

I. Підготуйтеся до участі у дискусії на кожну з тем.

1. Абсолютний та відносний характер моральних цінностей.

2. Етичні норми виробничих відносин у сучасній Україні.

3. Професійна етика підприємця.

4. Принципи етичної поведінки студентів вищого навчального закладу.

II. Підготуйте доповіді:

1. Вплив культурного середовища на розвиток моральних цінностей особистості.

2. Розвиток етичних норм Е. Фромом.

3. Система етичних поглядів Ф. Ніцше як відображення суперечностей свого часу.

4. Розвиток етичних вчень у творчості Г. Сковороди.

5. Конфуціанська модель етичних норм поведінки.
6. Система норм і правил “організаційної культури”.
7. Розвиток мистецтва спілкування у творчості Ф. Прокоповича.
8. Розвиток морально-етичних норм спілкування у творчості М. Драгоманова.
9. Суть, принципи та завдання гуманістичної етики.
10. Досягнення та недоліки системи поглядів Д. Карнегі про етичні механізми процесу спілкування.

Тема: Система норм і правил поведінки керівника

Проблемні питання та завдання:

- I. Підготуйтеся до участі у дискусії на кожну з тем.
 1. Система норм і правил поведінки лідера колективу.
 2. Складові іміджу керівника українського підприємства.
- II. Підготуйтеся до виконання ситуаційних управ:
 - Керівник помітив неточність у документі, підготовленому підлеглим. Охарактеризуйте дії керівника з врахуванням ним норм спілкування з підлеглим.
 - Керівник викликав підлеглиго для обговорення виробничого питання. На початку розмови з підлеглим до кабінету ввійшов керівник іншого підрозділу. Охарактеризуйте дії керівника, який запросив підлеглиго.
 - Керівник запросив підлеглиго, який старший за віком, для обговорення виробничого питання. Охарактеризуйте дії керівника з врахуванням дотримання норм спілкування з підлеглим.

Тема: Функції ділового спілкування

Проблемні питання та завдання:

- I. Підготуйтеся до ситуаційної справи.

Студент отримав завдання повідомити про перенесення дати і часу проведення студентського матчу з футболу. Визначте перелік дій, складіть повідомлення з врахуванням причетності гравців та вболівальників до цього заходу.
- II. Підготуйте повідомлення на одну із тем:
 1. Особливості розвитку інформації у процесі ділового спілкування.
 2. Взаємозв'язок між пізнанням та регуляцією поведінки суб'єктів у процесі ділового спілкування.
 3. Вплив етичних норм на організацію спільної виробничої діяльності.
 4. Принципи формування та розвитку міжособистісних взаємин.
 5. Взаємозв'язок між спілкуванням, пізнанням та діяльністю.
 6. Соціально-психологічний аспект виникнення емпатії.
 7. Характеристика процесу ділового спілкування з точки зору теорії обміну інформацією.
 8. Явище каузальної атрибуції у процесі ділового спілкування.
 9. Роль емоційної складової у процесі ділового спілкування.
 10. Роль механізмів ідентифікації та рефлексії у процесі ділового спілкування.

Питання до екзаменаційних білетів

1. Критерії визначення видів ділового спілкування.
2. Комунікативні принципи оптимізації службових відносин.
3. Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень.
4. Переваги та недоліки демократичного стилю лідерства.
5. “Мозковий штурм” як форма спілкування та вирішення виробничих проблем.
6. Взаємозв’язок між спілкуванням і діяльністю людей.
7. Завдання ділового спілкування.
8. Охарактеризувати авторитарний стиль лідерства.
9. Характеристика культури ділового спілкування.
10. Навести і проаналізувати приклад культури спілкування з історичного минулого України.
11. Основні періоди розвитку етичних учень у Європі.
12. Норми міжлюдського спілкування періоду Київської Русі.
13. Основні поняття школи “людських відносин”.
14. “Організаційна культура” як інструмент управління підприємством.
15. Категорія моралі як виду суспільних відносин.
16. Взаємозв’язок між моральними цінностями і ставленням людини до громадянського обов’язку.
17. Вплив моральних норм на ділове спілкування.
18. Взаємозв’язок між принципами моралі та успішною економічною діяльністю.
19. Основні поняття етики соціального характеру (Е.Фромм).
20. Суть конфлікту між гуманістичною і авторитарною совістю.
21. Розкрити три сторони спілкування.
22. Функції спілкування.
23. Охарактеризувати ліберальний стиль лідерства.
24. Вплив обміну інформацією на поведінку людини.
25. Значення міжособистісної взаємодії для організації спільної діяльності.
26. Роль сприймання і розуміння співрозмовників у процесі ділового спілкування.
27. Прояв емпатії у взаєминах і культура спілкування.
28. Способи впливу суб’єктів один на одного у діловому спілкуванні.
29. Особливості спілкування між особистістю і групою.
30. Види ділового спілкування.
31. Роль індивідуальних рис характеру людини у процесі ділового спілкування.
32. Специфіка функціонально-рольового спілкування.
33. Особливості діалогічного і монологічного спілкування при формуванні виробничих стосунків.
34. Вплив способів і засобів спілкування на досягнення мети.
35. Концепція рівнів спілкування за Е. Берном.
36. Маніпулювання емоціями, поведінкою та успішні виробничі

стосунки.

37. Вплив етичних норм і правил на встановлення взаємодії між співрозмовниками.

38. Поведінка окремого індивіда в контексті кодексу поведінки на підприємстві.

39. Рівні взаєморозуміння між співрозмовниками.

40. Види бар'єрів на шляху до взаєморозуміння.

41. Моральна та психологічна культура ділового спілкування.

42. Емоційні бар'єри та їх подолання на шляху до взаєморозуміння.

43. Інтелектуальні бар'єри та їх подолання на шляху до взаєморозуміння.

44. Соціальні бар'єри та їх подолання на шляху до взаєморозуміння.

44. Етикет як сукупність правил поведінки.

45. Норми і правила службового етикету.

46. Організація морально-психологічної атмосфери в колективі у контексті правил поведінки службовців.

47. Етичні норми поведінки керівника.

48. Охарактеризувати особливості професійної риторики.

49. Стратегії і тактики ділового спілкування.

50. Взаємозв'язок між стилями лідерства і стилями ділового спілкування.

51. Особливості використання вербальних засобів спілкування.

52. Вплив невербальних засобів спілкування на ділові стосунки.

53. Індивідуальна бесіда як одна з форм ділового спілкування.

54. Форми колективного обговорення питань.

55. Діалог культур як взаємодія етичних систем.

56. Стратегії ведення переговорів.

57. Психологічні та етичні основи ділового спілкування в аудиторії.

58. Етичні засади спілкування з іноземцями.

59. Найтипівіші помилки у процесі формування корпоративної культури підприємства.

Методичні матеріали, що забезпечують самостійну роботу студентів

Самостійна робота є невід'ємною складовою вивчення навчальної дисципліни. Вона здійснюється за такими напрямками:

- підготовка теоретичних питань до практичних занять;
- опрацювання першоджерел;
- підготовка рефератів;
- виконання професійно-орієнтованих завдань;
- підготовка до підсумкових модульних робіт;
- підготовка до заліку.

Підготовка теоретичних питань до практичних занять передбачає опрацювання питань теми практичного заняття. Ці питання можуть розглядатися під час лекції, але також виноситися на самостійне опрацювання.

Алгоритм підготовки.

10. Визначте питання для підготовки (Ви маєте розглянути усі питання, зазначені у плані практичного заняття).

11. Скориставшись бібліотечними каталогами (алфавітним, предметним або систематичним) чи електронними джерелами, запропонованими у списку рекомендованої літератури до практичного заняття, визначте розділи (теми або параграфи), у яких розкрито питання практичного заняття.

12. Прочитайте ці розділи.

13. Складіть план (простий або складний) відповіді на кожне питання.

14. Визначте основні поняття, які Ви повинні засвоїти.

15. Проаналізуйте, як опрацьований матеріал пов'язаний з іншими питаннями теми.

16. Для кращого засвоєння та запам'ятовування матеріалу складіть короткий конспект, схеми, таблиці або графіки по прочитаному матеріалу.

17. Визначте проблеми в опрацьованому матеріалі, які Ви недостатньо зрозуміли. З цими питаннями Ви можете звернутися на консультації до викладача.

18. Перевірте, як Ви засвоїли опрацьоване питання. Ви можете це зробити, відповівши на тестові питання до теми або розв'язавши практичні завдання.

Опрацювання першоджерел передбачає поглиблений розгляд окремих питань теми. Для цього можуть пропонуватися статті з фахових журналів, розділи монографій або підручників.

Алгоритм підготовки.

1. Прочитайте запропоноване першоджерело.

2. Правильно оформіть бібліографію першоджерела (автор, назва, вихідні дані).

3. Складіть план (простий або складний).

4. Для кожного пункту плану виділіть основні положення проблеми, яка висвітлюється у першоджерелі.

5. Представте прочитаний текст у вигляді тез або анотації, використовуючи, при потребі, схеми, таблиці, графіки тощо.

6. Для самоперевірки перекажіть статтю, використовуючи власний конспект.

7. Задля економії часу й зусиль конспект можна замінити опрацюванням сканованого чи скопійованого тексту: підкресленням або виділенням основного за допомогою маркерів та олівців, помітками на полях, нумерацією та ін.

Створення мультимедійних презентацій.

Мультимедійна презентація – це сукупність текстів, зображень, звуку, анімації та інших засобів представлення інформації на визначену тему, яка зберігається у файлі спеціального формату з розширенням Ppt. Їх використання дозволяє досягти максимальної ефективності презентації інформації, забезпечуючи одночасний вплив на зорові і слухові органи чуття слухачів. Для створення мультимедійних презентацій використовуються різноманітні програми, але найбільш доступним засобом для отримання власних комп'ютерних навчальних продуктів є програма PowerPoint — майстер створення презентацій, яка входить до складу інтегрованої системи Microsoft Office. Мультимедійні презентації, створені у PowerPoint, дозволяють усвідомлено і гармонійно інтегрувати багато видів інформації. Навчальна інформація може представлятися в різних формах: 1) зображення, включаючи фотографії, малюнки, карти, високоякісну графіку тощо; 2)звук, у тому числі, і стерео: звукозаписи голосу, звукові ефекти і музику; 3) відео, відеоефекти, рухоме відеозображення; 4) анімації й анімаційні імітування.

Етапи підготовки мультимедійної навчальної презентації.

Етап планування: визначення призначення презентації і цільової аудиторії.

Етап проектування: складання сценарію реалізації інформації; визначення змісту кожного слайду і їх послідовності; розробка дизайну.

Етап інформаційного наповнення: підготовка медіафрагментів: структурування і відбір тексту навчального матеріалу для слайдів, ілюстрацій – сканування малюнків, відео, запис аудіофрагментів; підготовка мовного і відеосупроводу (у разі необхідності).

Етап створення: наповнення слайдів медіафрагментами, тобто підготовленим текстовим та ілюстративним матеріалом; створення дизайну слайдів.

Етап налаштування: настроювання анімаційних ефектів, керуючих кнопок; встановлення гіперпосилань на елементи для виходу в Інтернет і поєднання зовнішніх програм; окремо робиться музичний супровід; слайди записуються в пам'ять комп'ютера.

Етап тестування: наприкінці проводиться тест перевірка готової презентації, а саме – виправлення помилок у тексті й ілюстраціях; узгодження анімаційних ефектів; перевірка гіперпосилань.

Етап друкування: не є обов'язковим, але коли матеріал презентації необхідно розповсюдити серед слухачів, тоді виконують друкування слайдів.

Етап використання: виступ на заняттях, демонстрація на конференціях, виставках тощо.

Етап удосконалення: внесення змін до сценарію, навігаційної схеми, матеріалу, що складає змістову частину презентації чи її ілюстративне доповнення.

Під час створення мультимедійної презентації необхідно враховувати не тільки відповідні принципи класичної дидактики, але й специфічні підходи використання комп'ютерних мультимедійних презентацій. Фахівцями на сьогодні вироблені певні вимоги до підготовки презентацій. Їх дизайн повинен бути простим, але ефективним. Презентація слугує лише фоном для усного повідомлення матеріалу, вона не повинна відволікати увагу від лектора, аудиторія має слухати й сприймати матеріал, а не лише переглядати картинки на екрані. Задля цього всі слайди навчальної презентації слід оформлювати в єдиному стилі, який при цьому не відволікатиме від самої презентації, а керівні кнопки не робити яскравішими за основний зміст слайда. Всі слайди повинні витримуватись в єдиному стилі. Часто верхня і нижня частини слайду погано відображаються на екрані, тому не потрібно розміщувати там важливу інформацію. Необхідно визначити стиль – шрифт і спосіб представлення тієї інформації, яка буде повторюватись від слайду до слайду. Найбільш важлива інформація – висновки, визначення, правила тощо, представляється крупним і виділеним шрифтом 24 розміру. Головний текст повинен, бути, як мінімум, 18 розміру. Доцільно використовувати різні прийоми для виділення найбільш важливої інформації; слайди не повинні бути занадто яскравими, зайві прикраси лише створюють бар'єр на шляху ефективного передавання інформації; інформація на слайді повинна бути добре структурована. Необхідно враховувати, що люди можуть одночасно запам'ятовувати не більше трьох фактів, висновків, визначень. Дієслова повинні вживатися в одній часовій формі, заголовки приваблювати увагу аудиторії й узагальнювати ключові положення слайду. Використовуючи статистичні дані для обґрунтування своїх ідей, не потрібно розміщувати на одному слайді більше чотирьох блоків інформації. Крім того, під час оформлення презентації не доцільно використовувати: надто яскраві кольори (рекомендують застосовувати для фона холодні тони зелено-синьої гами і невиразні текстури); більше, як три кольори на одному слайді (при цьому кольори тексту та фону мають бути контрастними; рекомендують застосування кольорових схем «світлий текст на темному фоні» і «темний текст на білому фоні»); значну кількість анімаційних ефектів (їх застосування має бути обґрунтованим); довгі речення і формулювання; невиразні й непомітні заголовки; завелику чи замалу кількість слайдів. Найбільш оптимальною є презентація із 36 слайдів для 10 хвилин – таке співвідношення можна використовувати у випадку, якщо слайд може бути повністю сприйнятий свідомістю аудиторії за 15 секунд.

Підготовка рефератів передбачає глибокий та детальний аналіз проблеми, винесеної у темі реферату.

Алгоритм підготовки.

1. Ознайомтеся з вимогами до реферату.
2. Підберіть літературу, у якій розкривається тема реферату. При підборі літератури можете користуватися бібліотечними каталогами (алфавітним, предметним або систематичним) та електронними джерелами мережі інтернет.
3. Складіть план реферату.
4. Опрацюйте літературні джерела, користуючись порадами до конспектування першоджерел.
5. Систематизуйте опрацьований матеріал відповідно до плану реферату.
6. Дайте власний критичний аналіз та оцінку висвітленої проблеми.
7. Оформіть реферат відповідно до вимог.
8. На основі реферату підготуйте усну доповідь на практичне заняття.

Теми рефератів

1. Переваги і недоліки безпосереднього та опосередкованого спілкування.
2. Характеристика комунікативної сторони процесу спілкування.
3. Психологічна складова суперечності міжлюдського спілкування.
4. Характеристика інтерактивної сторони процесу спілкування.
5. Спілкування як особливий вид діяльності у сучасному світі.
6. Характеристика перцептивної сторони процесу спілкування.
7. Спілкування як одна зі складових виробничої діяльності фахівця.
8. Роль ділового спілкування у процесі досягнення мети особистості.
9. Соціонічні відносини та їх характеристика.
10. Взаємовплив сторін процесу спілкування.
11. Особливості розвитку інформації у процесі ділового спілкування.
12. Взаємозв'язок між пізнанням та регуляцією поведінки суб'єктів у процесі ділового спілкування.
13. Вплив етичних норм на організацію спільної виробничої діяльності.
14. Принципи формування та розвитку міжособистісних взаємин.
15. Взаємозв'язок між спілкуванням, пізнанням та діяльністю.
16. Характеристика процесу ділового спілкування з точки зору теорії обміну інформацією.
17. Роль емоційної складової у процесі ділового спілкування.
18. Роль механізмів ідентифікації та рефлексії у процесі ділового спілкування.
19. Особливості невербальної поведінки під час проведення переговорів.
20. Психологічні механізми культури слухання у процесі досягнення взаєморозуміння.
21. Роль української мови та культури у процесі формування ділових відносин.
22. Переваги письмового спілкування та види ділового листування.
23. Логіко-психологічні правила правильного сприйняття адресатом

письмового повідомлення.

24. Техніка спростування і сприйняття доказів у усному діловому спілкуванні.

25. Способи зняття психологічних бар'єрів в усному спілкуванні.

26. Методи володіння увагою співрозмовника за допомогою невербальних засобів спілкування.

27. Екстралінгвістична система знаків та імідж ділової людини.

28. Переваги та недоліки використання прес-конференцій, брифінгів, прес-релізів, інтерв'ю, рекламних та інформаційних листів, оголошень у процесі організації зв'язків організації з громадськістю.

Підготовка до підсумкової роботи має на меті узагальнення та систематизацію знань з окремого кредиту або дисципліни у цілому.

Алгоритм виконання

1. Ознайомтеся з переліком питань та завдань.
2. Доберіть підручники, інструктивно-методичні матеріали або іншу довідкову літературу, необхідну для підготовки (її перелік Ви можете знайти в робочій програмі або інструктивно-методичних матеріалах).
3. Перегляньте зміст кожного питання, користуючись власними конспектами або підручниками.
4. Визначте рівень знань з кожного питання.
5. Визначте питання, які потребують ретельнішої підготовки (опрацювання додаткової літератури, складання конспектів, схем, виконання окремих завдань тощо). З цією метою зверніться до алгоритму підготовки теоретичних питань до практичних занять та виконання завдань до лабораторних занять.
6. Для самоперевірки перекажіть теоретичні питання або виконайте практичне завдання.

Примітка: якщо ви маєте труднощі у підготовці окремих теоретичних питань або при виконанні практичних завдань, то можете звернутися за консультацією до викладача. Час проведення консультацій, зазначений у Графіку проведення консультацій (кафедра загальної та прикладної лінгвістики).

Самостійна робота № 1

Тема: Структура ділового спілкування. Техніка ділового спілкування. Мовленнєвий етикет.

Мета: ознайомитися з поняттям мовленнєвого етикету, структурою та технікою ділового спілкування.

Запитання та завдання для самоконтролю:

1. Назвіть специфічні особливості ділового спілкування
2. Що таке техніка ділового спілкування?
3. Які ви знаєте прийоми підвищення ефективності спілкування?
4. Дайте визначення мовленнєвого службового етикету. Що таке етикетна формула? Наведіть приклади
5. Назвіть основні ознаки культури мовлення

Література: [1 с. 203-205], [2 с. 301-303], [3 с. 179-182], [4 с. 71-84], [5 с. 346-353]

Самостійна робота № 2

Тема: Текстове оформлення довідково-інформаційних документів. Ділове листування. Види службових листів. Факс.

Мета: *знати* нормативи оформлення довідково-інформаційної документації, класифікацію службових листів, правила ділового листування, склад реквізитів.

Запитання і завдання для самоконтролю:

1. Які документи належать до інформаційних?
2. Що таке службовий лист?
3. Які бувають листи за функціональними ознаками?
4. Назвіть реквізити листа та правила їх оформлення.
5. Що таке адреса? Які нові правила, встановлені Міністерством зв'язку, слід пам'ятати під час написання адреси?
6. Що таке телеграма? Назвіть основні реквізити цього документа.
7. Що таке телефонограма? Як оформлюються реквізити телефонограми?
8. Яке повідомлення називається факсом? Вкажіть його основні реквізити.

Література: [1, с.79-144; 3, 77-117; 8, с.143-281]

ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Глущик С.В. та ін.. Сучасні ділові папери: навч. посібник для вищ. та серед. спец. навч. закладів. – К.: А.С.К., 2008 – 400 с.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2006
3. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова. – Х.: Торсінг, 2003
4. Паламар Л.М., Кацавець Г.М. Мова ділових паперів: практичний посібник. – К.: Либідь, 2000
5. Пентиліук М.І. Культура мови і стилістика. – К.: Вежа, 1994
6. Погиба Л.Г., Грибіниченко Т.О., Баган М.П. Складання ділових паперів. Практикум: Навч. посібник. – Київ: Либідь, 2002
7. Токарська А.С., Кочан І.М. Культура фахового мовлення правника: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2003. – 312 с.
8. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення. Модульний курс. – К., 2006
9. Ющук І.П. Українська мова. – К.: Либідь, 2004

Опорна схема на тему: Спілкування і діяльність. Загальна характеристика спілкування.

План

1. Спілкування як окремий вид діяльності.
2. Соціальне значення спілкування.
3. Психологічне значення спілкування.
4. Спілкування як комунікація.

Опорна схема на тему: Невербальне спілкування.

План

1. Класифікація невербальних засобів спілкування.
2. Оптико-кінетична система.
3. Паралінгвістичні та екстралінгвістичні засоби спілкування.

Опорна схема на тему: Загальна характеристика ділового спілкування.

План

1. Ділове спілкування в процесі трудової діяльності.
2. Види ділового спілкування.
3. Фактори впливу на процес спілкування.

Опорна схема на тему: Суперечка як обмін протилежними думками (еристика).

План.

1. Суперечка, її види, методи.
2. Структура суперечки.
3. Основні правила та помилки ведення суперечки.

Опорна схема на тему: Вимоги до керівника. Моделі керівника. Керівництво і лідерство як соціальний феномен.

План

1. Основні завдання та функції керівника.
2. Модель керівника. Індивідуальний стиль керівництва.
3. Керівництво і лідерство як соціальний феномен

Опорна схема на тему: Дипломатичне красномовство

План

1. Офіційна мова міжнародних переговорів.
2. Правила і норми міжнародного співробітництва.
3. Особливості спілкування з іноземцями.

Гриценко Т.Б., Гриценко С.П., Іщенко Т.Д., Мельничук Т.Ф. Етика ділового спілкування – нав. посібник – К.: Центр учбової літератури, 2007, с.275-290

Кредит та тема	Академічний контроль (форма представлення)*	Кількість балів (за видами роботи)**	Кількість балів всього за кредит	Термін виконання (тижні)***
----------------	---	--------------------------------------	----------------------------------	-----------------------------

Кредит № 1 Тема: ««Етика ділового мовлення» як навчальна дисципліна, об'єкт, предмет, та завдання; етичні й психологічні механізми»	Питання для самоконтролю	7	40	04.09–08.09
	Мультимедійна презентація	6		11.09–15.09
	Питання для самоконтролю	7		18.09.–22.09
	Опорні схеми	12		25.09.-29.09
	Реферат	8		02.10.-06.10
Кредит № 2 Тема: «Моральні передумови ділового мовлення»	Підготовка рольових ігор	3	40	16.10–20.10
	Мультимедійна презентація	4		23.10-27.10
	Підготовка рольових ігор	3		30.10-03.11
	Контрольна робота № 1	30		
Кредит № 3 Тема: «Організація ділового мовлення»	Підготовка рольових ігор	3	40	20.11–24.11
	Мультимедійна презентація	4		27.11–01.12
	Підготовка рольових ігор	3		04.12-08.12
	Контрольна робота № 2	30		11.12-15.12
Всього балів за самостійну роботу		120 балів	120	