

ЛЕКЦІЯ I « ПРЕДМЕТ I ЗАВДАННЯ КУРСУ»

План лекції

1. *«Психологія ділового спілкування» 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. *Гуманістична спрямованість спілкування.*

1.1. "Психологія ділового спілкування" як навчальна дисципліна та її завдання

Етика ділового спілкування — це нова навчальна дисципліна, становленню й розвитку якої сприяли різні галузі науки (етика, психологія, філософія, соціологія) та практики (управління, менеджмент, маркетинг тощо). 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 ствердження самоцінності людини, її прав на гідне та щасливе життя.

Слід розрізняти поняття "мораль" і "моральність", хоч певною мірою вони розглядаються як синоніми. Мораль передусім є певною формою свідомості, сукупністю усвідомлюваних людьми принципів, правил, норм поведінки, а моральність 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, ніж сукупність абстрактних правил і приписів моралі.

Цариною людської моральності один із сучасних українських етиків В.Малахов називає 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 орієнтацій. Під останніми найчастіше розуміють суб'єктивну значущість певних явищ реальності для конкретної людини й суспільства.

Дослідження ціннісних орієнтацій молоді свідчать, що за останні 10 років домінуючими стали не цінності прогресу й розвитку суспільства, а ті що визначають духовний і матеріальний добробут. Але розвиток нашої держави лживий лише за умови формування у молоді інтегруючих, а не тільки особистих цінностей. Ієрархічна піраміда цінностей останнім часом немовби перевернулася. Тому важливо, щоб молодий спеціаліст був не тільки підготовлений до майбутнього як знавець своєї спеціальності, а й сприйняв загальнолюдську моральність, закономірності як загальної, так і соціальної психології.

Психологія — наука про факти, закономірності та механізми психіки. Під останньою традиційно розуміють суб'єктивний образ об'єктивного світу. Нині вітчизняні психологи уточнюють це поняття, доповнюючи його: "психологія — це наука про людину як суб'єкта психіки, психічної діяльності, що включає психічну діяльність самого суб'єкта". [13, с.40].

Закономірності взаємодії і діяльності людей, які об'єднані в групи, та психологічні особливості самих цих груп, вивчає така галузь психологічної науки, як **соціальна психологія**. Оскільки і етика, і психологія вивчають поведінку людей 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 ряду важливих галузей психології.

Спочатку етичне та психологічне у спілкуванні вивчалось разом, потім ці підходи до спілкування відокремили з метою наукового поглибленого вивчення. Оскільки у практичній діяльності етичні та психологічні компоненти постають у єдності, бо це відповідає реаліям життя, то у пропонованій книзі етику та психологію спілкування подано також у єдності. Саме такий підхід дає змогу говорити про культуру спілкування загалом.

Завдання курсу "Психологія ділового спілкування" — допомогти студентам:

- 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 індивідуальні особливості, що виявляються 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;
- навчитись творчо 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.

2. Спілкування як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії

Спілкування є однією з центральних проблем, крізь 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. Саме вони наголосили на необхідності усвідомлення значущості Іншого і цінність звернення до нього як до рівноправного та відповідального суб'єкта.

Дослідження проблем спілкування в загальнофілософському плані є методологічною основою, на якій базується вивчення цього феномену в інших наукових дисциплінах, наприклад, в етиці, психології, соціології, медицині, педагогіці.

Цікаво, що в основному із розуміння ролі й знання механізмів спілкування виник менеджмент як функція з керівництва людьми і галузь людського знання, що допомагає здійснити цю функцію [10]. Менеджер, керівник витрачають на спілкування до 80% 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 них процес, який пов'язує всі основні види управління¹ 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 їхній роботі. Відомо, що американський мільйонер Дж. Д. , Рокфеллер стверджував: «спілкування з людьми - це товар, за який він готовий заплатити більше, ніж за щось інше.»

Спілкування стало основою маркетингу і його головним методом:.

Спеціалісти з маркетингу повинні знати запити та бажання споживачів тільки з перших рук, зустрічатися особисто з клієнтами, кожний з яких має свої риси характеру, темперамент, звички тощо. Головне гасло маркетингу:

"Споживачі вимагають від виробників спілкування. Вони хочуть, щоб з вами було легко спілкуватися" [17, с. 158 - 159].

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, полііндивідний, інтеріндивідний та суб'єкт-суб'єктний [5]. 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. Полііндивідний 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. На визнанні цього будується, скажімо, прикладна дисципліна "іміджелогія". В основі інтеріндивідного 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 суб'єкт-суб'єктний характер. 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, розглядаючи те, 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) [11].

/ 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 розуміється набагато ширше, ніж "комунікація" в нашій літературі.

Без спілкування неможливе існування людського суспільства. Особливо це відчувають ті, хто тривалий час живе один. Так, наприклад, дослідник Р.Бард, який протягом шести місяців перебував один серед снігів Антарктиди, писав, що людина не може обійтися 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 найбільш тяжким покаранням у Стародавній Греції був ostracism, тобто заборона спілкуватись із засудженим.

Звичайно, іноді людині необхідно побути наодинці. Таке перебування сам на сам із своїми думками М.Монтень, наприклад, відносить до одного з видів спілкування [12]. Цей погляд поділяють далеко не всі вчені, але і він має право на існування.

1.3. Ділове спілкування та його особливості

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

Змістом ділового спілкування є "діло", з приводу якого виникає і 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 [8]. Інші вважають, що ділове спілкування — це усний контакт між співрозмовниками, які мають для цього необхідні повноваження і ставлять перед собою завдання розв'язати конкретні проблеми [11].

Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять "однією мовою" й прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому засадами їхнього спілкування є етичні норми та ритуальні правила ділових взаємовідносин, знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, використанням способів та засобів взаємовпливу, взаєморозуміння.

Велике значення має моральний аспект ділового спілкування. У професійній діяльності люди намагаються досягти не лише загальних, а й особисто значущих цілей. Але в який саме спосіб? Завдяки власним знанням і вмінням чи використанням Іншого? Егоїзм у стосунках між людьми може їх порушити.

Психологія ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвитковій 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 навіть 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 частиною, засобом цієї діяльності.

У професійній культурі спілкування можна виокремити загальні норми спілкування, що зумовлені характером суспільного ладу і ґрунтуються на здобутках минулого і сучасного. Водночас ця культура має індивідуальний характер і проявляється у способах спілкування, що їх вибирає суб'єкт у певних ділових ситуаціях щодо конкретних людей.

Маючи ділові справи з іноземцями, слід пам'ятати про національні особливості спілкування. У кожного народу є свої культурні традиції, свій національний характер. Їх не можна ігнорувати. Поки інтереси сторін співпадають, національні відмінності практично не помітні. Якщо виникає конфлікт - вони відіграють важливу роль. Національний стиль спілкування це лише типові, більш яскраво виражені особливості мислення та поведінки.

Ці риси притаманні не обов'язково всім представникам певної нації. Але завжди при зустрічах з іноземцями ця інформація має слугувати орієнтиром, оскільки національні особливості можуть вплинути на результати спілкування.

1.4. Культура ділового спілкування

Під час опитування, проведеного нами, студенти інститутів, коледжів, І/ учні старших класів м. Києва на запитання "Що таке культура спілкування?" дали такі відповіді, що це: "сукупність вмінь людини аналізувати вчинки інших людей, поважати їх; складова культури мовлення; вміння поводитися культурно, мати добру вимову; вміння в будь-якій ситуації знайти правильний та делікатний підхід; бажання бути культурним та приємним співрозмовником" та ін. Як бачимо, опитувані не диференціюють культуру мовлення, поведінки та спілкування.

Про що ж свідчить аналіз трактувань, наведених у літературі? Так, культура поведінки, культура мовлення і мови, 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 цьому 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 передуює мовленню [6], 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, яка вживається з метою встановлення контакту та підтримки доброзичливої тональності спілкування, становить мовленевий етикет. Водночас *етикет* — це сукупність правил поведінки, що регулюють зовнішній вияв людських взаємин, 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 в собі певну суму знань, у цьому контексті - про спілкування.

Для культури спілкування характерна 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 відповідала 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* — це сума набутих людиною знань, вмінь та навичок спілкування, які створені, прийняті та реалізуються в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку.

Чи достатньо лише знань і вмінь, щоб одна людина зрозуміла іншу і щоб - спілкування стало успішним? Багато в чому культура спілкування залежить від особистості, її якостей. Один веде себе пихато^як всезнайко, його не ^ цікавить думка співрозмовника. Другий говорить тільки сам і не дає змоги іншому вставити навіть слово. Третій презирливо" ставиться до чужої думки. Четвертий є людиною спокійною й терплячою і завжди має що сказати. Отже, *культура спілкування* — це своєрідний театр, де є п'єса певного змісту, актор, що виконує конкретну роль, і глядач, який сприймає цю п'єсу й цю роль. А потім глядач виступає як актор і хоче, щоб його також сприйняли як особистість. До того ж глядач в обох випадках є активною стороною.

Вище вже зазначалося, що культура спілкування охоплює знання про психологію та етику спілкування, вміння людей застосовувати на практиці комунікативні установки. У процесі розвитку людини важливо забезпечити не просто формування у неї третьої складової - комунікативних установок на спілкування з іншими, а саме гуманістичних комунікативних установок. Якщо вони є, то за відсутності адекватних до ситуації знань та вмінь людина творчо, інтуїтивно їх знайде. Головне - людина не зашкодить іншому, візьме участь у конструктивному розв'язанні ділових проблем.

Для досягнення успіху в діловому спілкуванні співрозмовникам необхідно виявляти, а іноді змінювати комунікативні установки. Це не завжди виходить, і кожний не раз переконувався, що змінити свої установки досить складно, бо заважають емоції, стереотипи, самоконтроль та ін. Тому так важливо розуміти природу формування установок та правил їх зміни.

Установка - це стан готовності індивіда чи групи певним чином (позитивно чи негативно) реагувати на об'єкти (чи суб'єкти) та вплив.

Різновидом соціальних установок є комунікативні. Вони дуже важливі для формування культури спілкування, оскільки допомагають встановити контакт між співрозмовниками, підготувати їх до позитивного сприймання інформації, перебороти байдуже чи негативне ставлення до тих чи інших ідей, людей, ситуацій. Під впливом спілкування з різними людьми вони виникають, змінюються і зникають. Зміна установок на протилежні до попередніх - процес довготривалий і суперечливий.

Якщо під час спілкування один співрозмовник хоче вплинути на комунікативні установки інших, він має виявити характер, позитивну чи негативну моральну спрямованість цих установок. Лише після цього можна формувати нові або закріплювати ті, що є, чи їх реконструювати. Українські вчені розробили правила поведінки в цих трьох ситуаціях [13]:

- формуючи необхідну установку, будь першим;
- закріплюючи установку, що вже є, будь новим (тобто подавай її у новій формі або контексті);
- реконструюючи установку, не дій прямо (спочатку починай зі згоди).
- Підбиваючи підсумки, можна виокремити компоненти, що створюють високий рівень культури спілкування:
- комунікативні установки, які "включають" механізми спілкування;
- етичні норми спілкування, прийняті у даному суспільстві; психології спілкування (категорії, закономірності, механізми сприймання й розуміння одне одного);
- вміння застосовувати ці знання з урахуванням ситуації, відповідно до норм моралі конкретного суспільства та загальнолюдських цінностей.

Схематично *культуру спілкування в широкому розумінні* можна зобразити так:

$$КС - КУ + З + В,$$

де КУ — моральні та комунікативні установки; З — знання з етики та психології спілкування; В — вміння застосовувати ці знання на практиці.

Іншими словами, культура спілкування — це цілісна система, яка складається зі взаємопов'язаних моральних та психологічних компонентів, кожен з яких вносить своє в характеристику цілого.

Проте важливо пам'ятати, що ця система реалізується в певних умовах. Відомо, що поведінка людини змінюється залежно від ситуації. По-різному проявляються навіть такі риси характеру, як чесність і здатність викликати довіру. Людина буває чесною в одній ситуації та нечесною в іншій. Багато в чому це залежить від зовнішнього середовища, його впливу на людину. У кожної людини 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, виявляється її реагування на близьких. Іноді ввічлива, доброзичлива та терпляча на роботі людина в домашньому оточенні є тираном. А 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. Під впливом цього людина іноді свідомо, а частіше несвідомо своє невдоволення, роздратування "виливає" на інших. Від цього залежить її поведінка щодо інших.

1.5. Гуманістична спрямованість спілкування

Загальнолюдські цінності, в основі яких лежить загальнолюдська мораль, не є чимось сталим, незмінним. З часом вони наповнюються новим змістом, можуть мати інший рівень значущості. Однак упродовж усієї історії людства цінувалися такі чесноти, як правдивість, співпереживання, ввічливість, підтримка інших, передусім слабких і молодших, повага до старших за віком і статусом та ін. Водночас засуджувалися брехливість, брутальність, нечесність, жорстокість, байдужість до інших, агресивність, нетерпимість.

Великі гуманісти минулого були філософами й психологами водночас. Вони усвідомлювали, що природу людини можна зрозуміти, лише виявивши норми й цінності її життя [18].

Оскільки людина є мірою всіх речей, вона є найважливішою цінністю й головним багатством суспільства. Розвиток цього підходу сприяв становленню гуманістичної етики та психології.

Гуманістична етика — напрямок у філософії, що поширився у США з 20-х років XX століття (І. Файт, К. Гарпет, І. Левін та ін.). Автори цієї теорії тісно пов'язують моральність з психологією окремої особистості, певною мірою виокремлюючись від загальних принципів моралі. У сучасній інтерпретації ідеї гуманістичної етики обґрунтували Ж.П. Сартр і Е. Фромм. Так, останній зазначав, що любов до себе, яка неможлива без любові до інших, є вищою цінністю. В авторитарній етиці норми, що встановлені авторитетом або владою, завжди превалюють над індивідуальними, то в гуманістичній "сама людина може визначити критерій доброчесності та пороку" [17, с. 35]. За Е. Фроммом, характерна особливість людини — можливість реалізувати себе і знайти своє щастя тільки у спілкуванні з іншими людьми, у солідарності з ними.

Вітчизняні етики й зарубіжні вчені стверджують, що науці треба перемістити увагу з вивчення людини як об'єкта, "речі серед речей" до вивчення її як суб'єкта, як "міри всіх речей". Послідовники гуманістичної етики дотримуються тези, що людина може реалізуватися й стати щасливою лише в єдності з іншими, у взаємодії та спілкуванні з ними. Любов до ближнього, повага до нього — це сила людини, що об'єднує її зі світом, який є і її власним світом. Добро в цьому контексті — розкриття та реалізація можливостей людини, зло — безвідповідальність, передусім, щодо себе. Тому, щоб зрозуміти суть добра і зла, слід звернутися до природи людини, яку вивчає психологія.

Гуманістична психологія — напрямок у психології, представники якого визнають головним предметом цієї науки особистість як унікальну цілісну систему, для якої характерна відкрита можливість самоактуалізації та самореалізації. Цей напрямок зародився в 50—60-ті роки в Каліфорнії (США). Назву йому дав А. Маслоу, а значний внесок у його розвиток зробив К. Роджерс. Основним у цій орієнтації є віра у можливість особистісного зростання кожної людини, яка може самостійно обирати свою долю. Людина народжується доброю (або нейтральною), а суспільство робить її злою, агресивною. Згідно з положеннями, введенними К. Роджерсом, у кожній людині закладено прагнення до добра, до самореалізації, і вона здатна їх досягти. Проте виховання та норми поведінки, запропоновані суспільством, змушують людину знехтувати власними почуттями та потребами і пристати на цінності, нав'язані іншими. А. Маслоу вважає, що в людині замало можливостей для задоволення своїх основних потреб, а це врешті-решт гальмує задоволення таких вищих потреб, як самоповага та самореалізація.

Отже, гуманістична етика ґрунтується на сучасній психології, а остання сприяє розвитку етики. Як стверджує Е. Фромм, вищі цінності гуманістичної етики та психології - це не егоїзм, а любов до себе, не відкидання індивідуальності, а ствердження людської значимості. Щоб бути впевненою у своїх цінностях, особистість має знати й розуміти себе, свою здатність до добра та самовіддачі [18]. Автори дотримуються положень гуманістичної етики та психології в сучасному її розумінні.

Навчальна дисципліна "Психологія ділового спілкування" має прикладну спрямованість. Вивчення курсу дасть можливість майбутнім фахівцям виробити такий стиль ділового спілкування який сприятиме не лише їх ефективній виробничій діяльності, але й гуманізації спілкування у нашому суспільстві загалом.

Висновки

- Спілкування - важлива форма людського буття, умовою життєдіяльності людей, способом їх об'єднання.
- Культура спілкування охоплює етичні та психологічні компоненти, відповідні знання, необхідні для взаємодії, вміння застосовувати їх у конкретних ситуаціях.