

Коменский Я.А., Локк Д., Руссо Ж.Ж.- Педагогическое наследие. - М., 1989. **5. Песталоцци И.Г.** Памятная записка парижским друзьям о сущности и цели метода // Коменский Я.А., Локк Д., Руссо Ж.Ж. Педагогическое наследие. - М., 1989. **6. Сенека Луций Анней.** Нравственные письма к Луцилию. - М., 1977. **7. Эразм Роттердамский.** О воспитании детей // Образ человека в зеркале гуманизма: мыслители и педагоги эпохи Возрождения о формировании личности (XIV-XVII вв.) / Сост., вступ статьи и комментарии Н.В.Ревакиной, О.Ф.Кудрявцева. - М.: Изд-во УРАО, 1999.

УДК 17

Проблеми етичної освіти в гуманітарному знанні / Ткачова О.В. // Вестник НТУ «ХПІ». Серия: Філософія. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – №43(949). – С.29 – 34.

У даній статті розкривається особливе значення етичної освіти як ефективного способу гармонізації індивідуального та соціального рівнів буття людини. Автор аналізує погляди філософів та педагогів різних історичних періодів відносно специфіки морального виховання. Завдання етичної освіти – надати розуміння моральної цінності знань. Ціль сучасної освіти – виховання творчої особистості, яка зможе самореалізуватися в житті. Тому необхідне систематизоване викладання учням знань про мораль на різних ступенях навчання.

Ключові слова: виховання, особистість, творчість.

UDC 17

Ethical problems in the education of humanities / Tkacheva E. V. // Bulletin of NTU "KhPI". Subject issue : philosophy. - Kharkov: NTU "KhPI". – 2012. – №43(949). – P. 29 – 34.

In the article special value of ethical education as an effective way of harmonization of individual and social levels of life of the person reveals is described. The author analyzes views of philosophers and teachers of the different historical periods concerning specificity of moral education. A problem of ethical education is to give understanding of moral value of knowledge. The purpose of modern education is to create person adopted in a changeable life. Therefore the systematized ethical teaching of the pupils is necessary at different steps of training.

Keywords: education, personality, creativity.

Поступила в редакцію: 20.11.2008.

УДК 008. 17

М.Б.ЦЕНКО, канд. філос. наук, доц., Національний університет «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»

МОРАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Рассмотрен характер делового общения в современных трудовых отношениях. Определено понятие делового общения, раскрыты его основные функции и нравственные ориентиры, которые традиционно были присущи деловому общению в украинском обществе. Анализируются нравственно-ценностные трансформации, которые происходят в деловом общении в новых условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: деловое общение, трудовые отношения, функции делового общения, нравственные основы делового общения, рыночные отношения.

Актуальність проблеми. Для українського суспільства стали характерними швидкі темпи економічних, соціальних, політичних, правових змін, які відчутно вплинули на різні сфери життя людей, зокрема, на зміст трудових відносин і якість ділового спілкування. Порівняно з минулими часами, у цій сфері діяльності відбулися певні трансформації, які вимагають уваги і осмислення. Передумовами змін стали такі фактори, як переорієнтація напрямку розвитку вітчизняної економіки та її структури, створення та поширення новітньої техніки, технологій,

© М.Б.ЦЕНКО, 2012

звуження професійної спеціалізації, розширення інформаційного простору тощо. Руйнування сталих умов виробництва і праці призвели до зрушень у свідомості працівників у різних сферах діяльності, до зміни ціннісних орієнтирів ділового спілкування, його моральної якості в цілому.

З'ясовуючи характер сучасного ділового спілкування, слід зазначити, що проблема моралі в трудовій сфері певний час тому стала другорядною. Багато традиційних моральних орієнтирів виробничої практики та спілкування були нівельовані чи видалені прагматичною мотивацією користі та вигоди справи. А раніше суспільно значуща настанова «загального блага» професійної трудової діяльності втратила свою актуальність.

Метою роботи є розгляд і аналіз характеру співвідношення у сучасному діловому спілкуванні традиційних моральних і новітніх технократично - прагматичних цінностей, що обумовлюють перспективу трудової взаємодії людей.

Аналіз джерел і публікацій свідчить про широкий інтерес науковців до проблем ділового спілкування. З переходом країни на ринковий шлях розвитку економіки та формування демократичного суспільства, з'явилося чимало праць, присвячених розгляду нових умов трудової діяльності, з'ясуванню сутності ділових відносин і ділового спілкування. Зокрема, це дослідження Р.М.Ботавіної, Г.В.Бороздіної, Ю.І.Палехи, А.Я.Кибанова, М.І.Обозова, П.Панфилова, Є.І.Кузнецова, В.Малахова, Ю.А.Фоміна та ін.

В контексті розгляду цих проблем науковці приділяють значну увагу технології і різним технікам ділового спілкування, його психології та етиці (напр.: В.Я.Зусін, Л.Н.Седова, О.В.Кубрак, І.І.Амінов, І.Н.Кузнецов, Т.К.Чмут, Г.Л.Чайка, Г.М.Шеламова, Ф.А.Кузін та ін.). Порушуючи питання моральності у спілкуванні, дослідники розглядають їх, зазвичай, з деонтологічних позицій, проте недостатньо проаналізовані моральні деформації у сучасних трудових відносинах і діловому спілкуванні. Викликає увагу і питання знецінення традиційних моральних засад спілкування, що потребує свого дослідження.

Ділове спілкування ми розглядаємо як комунікативну діяльність, що відбувається у трудових відносинах, які виникають з приводу виконання працівниками своїх професійних обов'язків, вирішення службових завдань у спільній справі.

Ділове спілкування, на відміну від інших типів спілкування, завжди предметне за змістом, конкретно спрямоване за цілями і функціонально навантажене. Специфічність його функцій впливає з розуміння того, що спілкування у трудовій діяльності не є обслуговуючим елементом, і не є формою задоволення потреб у спілкуванні, а виступає необхідним засобом організації спільної діяльності. Так, інтерактивна функція ділового спілкування полягає в тому, що воно забезпечує побудову загальної стратегії взаємодії, а також виконання формально-рольових функцій у колективі. Тому культура спілкування, рівень уміння спілкуватися стає однією з вагомих вимог до сучасних працівників.

Важливою функцією спілкування є інформативно-інструментальна, тобто у діловому спілкуванні завжди відбувається інформативно-змістовний обмін між суб'єктами, який обов'язково спрямований на досягнення результату. Тому учасники ділових бесід повинні бути кваліфіковано обізнаними у справі та уміти користуватися своїми знаннями для виконання поставлених завдань. Наступною функцією ділового спілкування є перцептивно-впливова, яка полягає у тому, що спілкування забезпечує сприйняття співрозмовниками один одного та стає засобом їх взаємного впливу, необхідного для виконання головної мети. Прийнятна реалізація цієї функції можлива за умов моральної та психологічної розвиненості та досвідченості співрозмовників.

Характерною особливістю будь-якого спілкування, є те, що воно являє собою суб'єкт-суб'єктну взаємодію, в якій беруть участь конкретні особи зі своїми особистісними якостями, властивостями, ціннісними орієнтаціями та цілями, з огляду на що спілкування завжди відбувається в моральному контексті. Суб'єктивний чинник може ставати

перешкодою у передбачуваності ходу і результатів ділового спілкування. І справа тут не стільки у професійній некваліфікованості працівників, скільки в комунікативному непрофесіоналізмі учасників спілкування та нехтуванні ними принципів професійної етики спілкування.

Питання моральних засад трудових відносин завжди активно відпрацьовувалося в науковій літературі. В цьому просторі значне місце займають проблеми професійної етики спілкування, особливо її деонтологічний аспект. Визначимо основні моральні вимоги, на яких ґрунтується ділове спілкування.

По-перше, базою успішного спілкування є професійність працівників, рівень володіння ними фаховими знаннями, вільне їх використання та орієнтація на професійне самовдосконалення. Моральна сторона професіоналізму у спілкуванні полягає в тому, що людина, яка є кваліфікованим спеціалістом, ретельно підготовленою до бесіди, здатною вирішувати нагальні питання спілкування, цим самим виявляє повагу до співрозмовника, своє ціннісне до нього ставлення. Другою стрижневою умовою спілкування є усвідомлення свого службового та морального обов'язку щодо виконання робочих завдань, підтримка та відстоювання честі колективу і справи. Усвідомлення спеціалістом в процесі спілкування своїх моральних зобов'язань перед співрозмовником, відповідальність, надійність, поведіння з почуттям власної гідності та з повагою до людської гідності опонента, - все це є проявами морального обов'язку працівника. Моральні та професійні цінності, які культивуються співробітниками, формують певний образ колективу, сприяють визначенню його честі. Спілкування є найвиразнішою формою підтримки честі колективу через орієнтацію на ці моральні цінності в процесі спілкування. Важливими моральними складовими ділового спілкування є відкритість, довіра, толерантність, доброзичливість тощо.

Професійні, ділові відносини, складовою яких є спілкування, не мають сталої моральної форми. Вони еволюціонують в залежності від багатьох причин. Якість ділових відносин залежить, зокрема, від стану економічної системи в цілому, від характеру професійної сфери, або роду діяльності, від умов здійснення діяльності, від складу колективу, його завдань та ціннісних орієнтацій, від персонального ставлення осіб до своєї трудової діяльності тощо. Кожна з причин окремо, і всі разом становлять чинники щодо змін у характері ділових відносин і спілкування.

Зазначені основні моральні засади спілкування у сфері виконання людьми своєї професійної справи відображають традиційний для вітчизняної етики підхід у дослідженні цих питань. Проте останнім часом все більш відчутною стає потреба перегляду умов ділового спілкування та нового обґрунтування диверсифікованих моральних орієнтирів ділового спілкування. Головним чинником такого процесу стали зміни, що відбуваються у соціально-економічній, політичній, культурній сферах країни і світу в цілому.

Ринкова економіка, що стала реальністю сучасних матеріально-економічних відносин, обумовила процес трансформацій у ділових відносинах і спілкуванні[4]. Основою ринкових відносин є економічна вигідність і власний інтерес, у межах чого соціально-трудова відносина набувають нових, як негативних, так і позитивних характеристик. З одного боку, відносини базуються на конкуренції за можливість і кращі умови здійснення власних інтересів. Загострюється суперечливість цілей учасників ділових відносин, підвищується рівень регламентації способів поведінки працівників, умов і порядку їх взаємодії, і, поряд із цим, збільшується ризик довільного обмеження їх прав, що руйнують принципи рівності можливостей здійснення праці. Внаслідок цих чинників взаємини працівників, партнерів стають більш напруженими, жорсткими, конфліктними, позбавленими емоційної прихильності, співчуття, співпереживання. Моральність взаємин починає визначатися економічними показниками. Мораль ділових відносин передбачає вміння прораховувати і відбирати можливості, засоби, ресурси діяльності і взаємодії. Економічний розрахунок стає певною формою моральної поведінки.

З іншого, позитивного боку, ринкова економіка стимулювала потребу у солідарності учасників ділових відносин, тобто досягнення згоди в процесі прийняття суспільно важливих рішень і вироблення спільної

відповідальності за справу. Поряд із цим, ринкові відносини створили умови для субсидіарності - підвищення особистої відповідальності людини за свої дії, за результати здійснення власних цілей. До того ж, вирішення робочих проблем вимагає від працівника самостійності, креативності, обов'язковості. Потреба у конструктивній взаємодії підвищує вимогу до толерантності, стриманості учасників ділової взаємодії[2],[5].

Ділове спілкування спрямоване, перш за все, на досягнення мети професійної, службової діяльності, на отримання найефективніших результатів роботи. Тому успішність спілкування в умовах ринкової економіки виступає економічною категорією, яка вимагає від учасників спілкування особливої підготовленості та підкорення власних потреб, мотивів загальній користі. Подолання протиріччя між суспільною необхідністю та суб'єктивними потребами часто стає проблемою.

Сучасна світова економіка сьогодні знаходиться у процесі міжнародної інтеграції, яка має глобальний характер і визначає хід розвитку всіх сфер життєдіяльності світової спільноти. Українська економіка поступово включається у цей процес. Ще не можна констатувати, що в країні відбуваються значні економічні зрушення, проте відчутний загальний інформаційний, духовний вплив на розвиток ділових відносин, на характер спілкування у трудовій сфері.

Інтернаціоналізація економіки призвела до розширення кордонів ділового спілкування, зростання свободи вибору суб'єктів спілкування. На базі розширення інформаційного простору відбувається активний обмін інформацією, досвідом, результатами праці, трансформується саме ділове спілкування, завдяки обміну технологією і засобами спілкування, формою і змістом ділового спілкування. Культура ділового спілкування набуває якісно нових форм, які виявляються, перш за все, у нових формаційних можливостях спілкування, у його змістовно розширеному обсязі, а також у зростанні професійності суб'єктів ділового спілкування. Учасники комунікативної діяльності мають умови для більшого прояву ініціативи, для практичної визначеності мотивів спілкування та спрямованості на ефективне досягнення результатів.

Поряд із цим, відносно нові економічні умови призвели до суттєвих змін у моральних орієнтирах ділових відносин і спілкування. Притаманні нашому суспільству менталітет, традиції, моральні основи життя зіткнулися з такими проявами капіталістичних відносин, які з моральної точки суперечать усталеним моральним засадам співробітництва. Перш за все, будь-який робітник опиняється у лещатах жорсткого конкурентного співіснування і з співробітниками, і з партнерами, що само по собі дегуманізує атмосферу діяльності та вимагає від нього моральної переорієнтації. Це, безумовно, відбивається на характері ділового спілкування, в якому загострюється проблема морального вибору партнерів спілкування, вибору, в тому числі і морального, засобів і форм його здійснення, вибору моральних наслідків спілкування.

В національну ділову культуру потрапляють моральні орієнтири західної культури, які, в свою чергу, не позбавлені протиріч і багатозначності. В результаті зіткнення моральних систем і, будучи обумовленою ринковою метою практичної діяльності, професійна мораль спілкування наповнюється такими нормами і вимогами, які можуть бути різними, навіть протилежними за своєю суттю, тобто моральні засади спілкування тяжіють до релятивізму.

Неоднорідність та суперечливість моральних орієнтирів, поряд із потребою «за будь-яку ціну» досягти результатів, обертається моральним мінімалізмом. Суб'єкти спілкування стають менш морально вимогливими до себе, схильними спиратися на ті моральні цінності, які найбільш зручні в конкретній ситуації спілкування та сприяють комфортному, а головне, вигідному спілкуванню.

У сучасному інформаційному просторі швидко розповсюдився імідж ділової людини, створений західною культурою бізнесу, людини з певним набором ділових і моральних якостей, який транслюється як об'єкт для наслідування. Однією із визначальних рис ділової людини є її розвинуті комунікативні здібності. Уміння спілкуватися базується на знанні та використанні психологічних особливостей співрозмовника, виконанні принципів певних

стандартів, кодексів, хартій, декларацій поведінки, прийнятих в організаціях, та застосуванні етикетних правил спілкування.

Технологія ділового спілкування базується на так званому принципі максимуму прогресу, тобто підпорядкованості засобів і форм спілкування найбільшому розвитку організації, що вважається проявом моральної поведінки[7]. Поряд із цим, принцип мінімуму прогресу стверджує етичність дій у спілкуванні, якщо вони хоча б не порушують моральних норм. При цьому не заперечується етичний релятивізм через різне поєднання індивідуальних моральних настанов, моральних засад організації та загальнолюдської моралі.

Агресивне позиціонування західних стандартів взаємодії у спілкуванні (через Інтернет, вітчизняні ЗМІ, популярні, навіть наукові видання) наражає моральність українців, їх морально - трудову свідомість проходити суворі випробування. Чи є необхідність і можливі шляхи збереження традиційних духовних цінностей спілкування таких, як толерантність, милосердя, співчуття тощо, у нових жорстких умовах ринкових відносин?

Сучасна практика ділового спілкування свідчить про підвищену конфліктність, проблемність комунікативної діяльності, що спричинена суперечливими моральними поглядами співрозмовників. Тому актуальною є потреба гармонізації цих відносин через підтримку та укріплення традиційних ціннісних орієнтирів спілкування.

Передумовою зміцнення позицій моральних настанов, що властиві українській ментальності, на наш погляд, повинно бути, перш за все, створення професійно і морально здорової ділової атмосфери діяльності через відтворення позитивного морального досвіду колективістської трудової спільноти. Результативність праці колективу, об'єднаного не тільки спільною справою, а й спільними духовними моральними цінностями, очевидна.

Позитивне спілкування, взаєморозуміння співробітників, керівників і підлеглих можливе, якщо метою їх діяльності є не тільки комерційний інтерес, а й морально – психологічні умови здійснення цієї праці. Гармонізацію взаємодії, в тому числі і комунікативної, можуть забезпечувати такі, наприклад, заходи, як:

- раціональне і справедливе співвіднесення особистих інтересів членів колективу з цілями діяльності, створення умов для зацікавленості працівників у вирішенні своїх завдань;
- розумний і коректний розподіл службових обов'язків між працівниками, забезпечення їх виконання, що сприяє дисциплінованості колективу і формує почуття та усвідомлення професійного обов'язку;
- забезпечення керівником доброзичливого і справедливого ставлення до кожного співробітника, запобігання конфліктам, демонстрація бажання і здатності йти на компроміс у вирішенні проблем комунікації і діяльності, що морально стабілізує ділове спілкування, викликає моральну задоволеність спільною діяльністю;
- створення умов організаційної, економічної та моральної захищеності кожного робітника, які не припускають будь – якої соціальної ізоляції працівника, безтактного, брутального ставлення один до одного;
- створення колективом власного морального «кодексу» поведінки і спілкування, адже моральна сумісність працівників, керівників і підлеглих можлива на основі такого комплексу цінностей, які зрозумілі усім сторонам спілкування. Такий «кодекс» є результатом моральної творчості колективу, виявом інтересу до його розвитку і моральних проблем;
- умовою життєздатності моральної цілісності колективу, ефективності його діяльності та спілкування, формування задоволеності і гордості своєю справою стають традиції групи, що вироблені у процесі трудової взаємодії. Їх підтримка, залучення до них нових співробітників допомагають моральній орієнтованості та самоідентифікації людини у різних соціально-економічних обставинах діяльності.

Моральні умови мають велике значення для успішності ділового спілкування. Зрештою, етичне ділове спілкування сприяє розвитку колектива, ефективному співробітництву, зміцненню основ трудових відносин.

Висновки. Спілкування, що супроводжує трудову діяльність людей, завжди є соціально-психологічною і моральною проблемою, оскільки воно створюється суб'єктивними індивідуальними світами особистостей співрозмовників. У період змін у суспільстві, економічних, політичних, правових реформ, відбуваються і духовні трансформації, які позначаються на змісті ділових відносин і характері ділового спілкування.

У ділових стосунках відбуваються зміни, як позитивні, так і негативні, повна оцінка значення яких – справа майбутнього. Проте, в процесі реформ у діловому спілкуванні виникають проблеми, пов'язані з моральним змістом і якістю комунікації.

Неоднорідність і релятивізм моральних настанов стає реальністю сучасного ділового спілкування. Простежується тенденція до втрати у спілкуванні традиційних моральних орієнтирів і якостей, властивих українській ментальності, та їх суперечлива взаємодія з новими ринковими цінностями.

Суперечливе зіткнення різних моральних орієнтирів обертається невизначеністю моральних засад, ціннісних пріоритетів ділового спілкування і, як наслідок, конфліктністю і низькою ефективністю спілкування.

Список літератури: 1. *Бауман З.* Индивидуализированное общество / З. Бауман - М.: Логос, 2002. - 324 с.; 2. *Ботавина Р.Н.* Этика деловых отношений: Уч. пособие. / Р.Н. Ботавина – М.: Финансы и статистика, 2002. – 208 с.; 3. *Владимирова И.Г.* Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия / И.Г. Владимирова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002, № 3. – С. 97 – 111.; 4. *Вогель, Д.Д.* Этика деловых отношений: прошлое и настоящее / Д.Д. Вогель – СПб.: Нева, 2003. - 131 с.; 5. *Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г.* Этика деловых отношений: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова – М.: ИНФРА-М, 2007. - 368 с.; 6. *Кубрак О.В.* Етика ділового і повсякденного спілкування: Навч. посібник / О.В. Кубрак – Суми: ВТД «Університетська книга», 2001. – 208 с.; 7. *Кузнецов И.Н.* Технология делового общения / И.Н. Кузнецов – Ростов-н/Д.: Март, 2004. – 127 с.; 8. *Седова Л.Н.* Этика делового общения. Учеб. Пособие / Л.Н. Седова - Харьков: Изд-во ХГЭУ, 2002. – 384 с.; 9. *Чмут Т.К., Чайка Г.Л.* Етика ділового спілкування / Т.К.Чмут, Г.Л.Чайка – К.: Вікар, 2003. – 223 с.

УДК 008.17

Моральные проблемы современного делового общения / Ценко М.Б. // Вестник НТУ «ХПИ». Серия: Філософія. – Харків: НТУ «ХПИ». – 2012. – №43(949). – С.34 – 39.

Рассмотрен характер делового общения в современных трудовых отношениях. Определено понятие делового общения, раскрыты его основные функции и нравственные ориентиры, которые традиционно были присущи деловому общению в украинском обществе. Анализируются нравственно-ценностные трансформации, которые происходят в деловом общении в новых условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: деловое общение, трудовые отношения, функции делового общения, нравственные основы делового общения, рыночные отношения.

UDC 008.17

The moral problems of modern business communication / Tsenko MB // Bulletin of NTU "KhPI". Subject issue : philosophy. - Kharkov: NTU "KhPI". – 2012. – №43(949). – P. 34 – 39.

Character of intercourse is considered in modern labour relations. The concept of business intercourse is certain, exposed its functions and moral concepts, which traditionally are exposed in Ukrainian society. Moral and important transformations, which are going on in business intercourse in the new terms of market relations, are analysed.

Keywords: business intercourse, labour relations, functions of business intercourse, moral grounds of business intercourse, market relations.

Поступила в редакцию: 15.09.2012.