

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ І ТЕХНОЛОГІЙ У  
ТВАРИННИЦТВІ

Кафедра гігієни тварин та  
ветеринарного забезпечення  
кінологічної служби  
Національної поліції України

**Методичні рекомендації**  
для самостійної роботи з дисципліни  
**«ПРОФЕСІЙНА ЮРИСПРУДЕНЦІЯ, ЕТИКА ТА  
КОМУНІКАЦІЯ»** (частина 3) для здобувачів другого  
(магістерського) рівня вищої освіти з спеціальності 211-  
«Ветеринарна медицина»



м. Кам'янець – Подільський  
2024 р.

УДК 431.65.340.5:619

**Укладач:**

**Тетяна ТОКАРЧУК**, кандидатка сільськогосподарських наук, доцентка кафедри гігієни тварин і ветеринарного забезпечення кінологічної служби Національної поліції України

*Рекомендовано до друку науково – методичною радою Закладу вищої освіти  
«Подільський державний університет»  
(протокол №3 від 28.05.24 р.)*

**Рецензенти:**

**Микола КУХТИН**, доктор ветеринарних наук, професор, провідний науковий співробітник Тернопільської дослідної станції Інституту ветеринарної медицини НААН

**Юлія ГОРЮК**, докторка ветеринарних наук, доцентка кафедри ветеринарного акушерства, внутрішньої патології та хірургії ЗВО «ПДУ»

Методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни **«ПРОФЕСІЙНА ЮРИСПРУДЕНЦІЯ, ЕТИКА ТА КОМУНІКАЦІЯ»** (частина 3) для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти з спеціальності 211 - «Ветеринарна медицина» / Тетяна ТОКАРЧУК, Кам'янець-Подільський: ЗВО «ПДУ», 2024. 37 с.

Методичні рекомендації розроблені з метою полегшити вивчення навчальної дисципліни здобувачами при проходженні лекційного курсу та практичних занять. Включають передмову, перелік частини тем для самостійного вивчення, які представляють основну частину методичних рекомендацій, творчі завдання, перелік запитань для самоконтролю та рекомендовану літературу.

## ЗМІСТ

1. Передмова.....	3
2. Тема: ПРОЯВ КАТЕГОРІЙ ЧЕСТІ ТА ГІДНОСТІ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ. Зміст категорії честь .....	4
3. Поняття гідності .....	6
4. Категорії «честь» і «гідність» - їх взаємозв'язок і відмінності.....	8
5. Тема: ЕТИКА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ. Парадигма спілкування у сучасній культурі .....	11
6. Функції спілкування .....	14
7. Бар'єри у спілкуванні. Механізми взаєморозуміння.....	15
8. Способи впливу на людей під час спілкування .....	18
9. Дружба, товариськість як особливий вид спілкування у професійній сфері .....	23
10. Гендерні аспекти ділового спілкування .....	28
11. Творчі завдання.....	34
12. Перелік запитань для самоконтролю.....	35
13. Рекомендована література.....	36

## ПЕРЕДМОВА

Дисципліна «Професійна юриспруденція, етика та комунікація» є однією із обов'язкових дисциплін у підготовці здобувачів ОС «Магістр». Вона вивчає закономірності виникнення і розвитку професійної моралі в конкретних умовах, а саме : громадські завдання та мету професійної діяльності лікарів, їх роль у соціальному прогресі; зміст спеціальних принципів і проблем, що виникають при виконанні лікарських обов'язків; характер впливу моральних принципів на практику професійних відносин. забезпечують розширення світогляду, вдосконалення і духовний ріст лікаря як особистості, вміння працювати в колективі. Вона нерозривно пов'язана із загальною етикою, оскільки кожна людина, у т. ч. і працівники ветеринарної медицини, у своїй професійній діяльності повинна керуватися не тільки юридичними, а й моральними нормами та принципами. Метою вивчення є: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях, розуміти предметну галузь та професію, спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово, спілкуватися іноземною мовою, спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань / видів економічної діяльності).

Якщо в гуманній медицині головним завданням етики є охорона психіки хворого для досягнення найбільш повного його одужання та реабілітації, то у ветеринарній - здійснення комплексу заходів, спрямованих на виконання основного завдання тваринників - підвищення продуктивності тварин шляхом своєчасного лікування хворих та запобігання захворюванням у господарствах. Підвищення професійної культури лікаря ветеринарної медицини; скорочення періоду адаптації молодих спеціалістів на виробництві; допомога їм в уникненні багатьох професійних помилок та помилок поведінки; включає комплекс правил і норм відношення ветеринарних спеціалістів до своїх колег, тварин та їх власників; навчає бути чуйним, уважним та дбайливим по відношенню до тварин та їх господарів.

## **Тема. ПРОЯВ КАТЕГОРІЙ ЧЕСТІ ТА ГІДНОСТІ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ (самостійне вивчення)**

### **1. Зміст категорії честь**

Серед понять, що являють собою моральну самосвідомість виокремлюються честь та гідність. Честь визначає людську відповідність прийнятним нормам і стандартам моральної поведінки у відповідності до людської станової, професійної, соціальної, національної та будь-якої іншої групової причетності. Це визначення своєї відповідності високим вимогам того угруповання, членом якого є людина. Нормативним виразом таких вимог ставав кодекс честі, що досить жорстко детермінував людську поведінку особливо у попередні епохи. Гідність більш широко визначає людську самооцінку - в масштабі загальнолюдських вимірів індивідуального Я. Це масштаб людяності як такої у прояві конкретного індивіда, як по відношенню до інших (повага), так і по відношенню до себе (самоповага) як межі гранично допустимого.

**Честь** — це категорія етики, що характеризує особистість з позиції готовності відстояти, підтримати достоїнство, репутацію свою особисту чи соціальної групи, до якої вона належить. Це може бути честь сім'ї, дівчини, юнака, честь лікаря, вчителя, військового, громадянина. Поняття честі тісно пов'язане з поняттям "гідність". За СУ. Гончаренком гідність — це поняття моральної свідомості, в якому виражається уявлення про самоцінність людської особистості, її моральну рівність з усіма іншими. Це категорія етики, що відображає моральне ставлення індивіда до самого себе та суспільства до нього. Як форма вияву суспільної та моральної свободи поняття "гідність" включає право людини на повагу, визнання її прав і одночасно передбачає усвідомлення нею свого обов'язку і відповідальності перед суспільством.

У народі поняття честі виступає важливим критерієм моральної досконалості особистості. Тому молодим завжди нагадують: "Бережи одяг знову, а честь змолоду", "Безчестя гірше смерті", "З честю пройдеш цілий світ,

без честі — й ні до сусід", "Кому честь, тому й слава", "Хто честі не має, ані сто кувачів йому не прикує". Глибоку думку висловив з цього приводу французький філософ Вольтер: "Честь — це діамант на руці у добродійності". Виховані люди, підкреслюючи відповідальність за свої дії, відстоюючи свою гідність перед іншими людьми, говорять: "Честь маю". В етиці наших предків є правило: життя — Вітчизні, душу — Богові, серце — жінці, честь — нікому. Шкода, але в нашу добу ці значущі слова втрачають свою сутність.

На відміну від гідності моральна цінність людини в понятті "честь" пов'язується з її реальною життєдіяльністю, соціальним статусом, визнаними чеснотами. Якщо уявлення про гідність особи ґрунтується на принципі рівності всіх людей у моральному сенсі, то в понятті "честь" люди оцінюються диференційовано, що знаходить відображення в понятті "репутація" ("добра репутація", "погана репутація").

**Честь** — особливе моральне ставлення людини до себе, що виявляється в усвідомленні свого соціального статусу, роду діяльності й моральних заслуг, і відповідне ставлення до неї суспільства, яке рахується з її репутацією.

Честь людини, на думку Г.-В.-Ф. Гегеля, полягає в тому, щоб стосовно задоволення своїх потреб вона залежала тільки від свого працелюбства, від своєї поведінки і від свого розуму. "...Честь — це нагорода, яка присуджується за добродійність... Для кого навіть честь — дрібниця, для того і все інше [нікчемне]" (Арістотель). "Протилежністю честі є безчестя, або ганьба, яка полягає в поганій думці і презирстві інших" (Б. Мандевіль).

Визнання гідності, тобто самоцінності кожної людини, залежить від суспільства, його економічного ладу та політичного режиму, від його здатності забезпечити утвердження невідчужуваних прав громадян. Від цього залежить і те, наскільки особистість зможе у своїй діяльності не заплямувати, зберегти свою честь.

## 2. Поняття гідності

Як поняття моральної свідомості й категорія етики "гідність" розкриває моральне ставлення людини до себе, а також ставлення до неї інших людей і суспільства загалом. Вона виражає уявлення про безумовну цінність кожної людини, яка або реалізувала себе, або може реалізувати в майбутньому. Визнання гідності кожної людини випливає з принципу рівності всіх людей у моральному сенсі, прав на повагу безвідносно до соціального статусу. Таке визнання є неодмінною передумовою моральних відносин між людьми. Суспільство повинне визнавати гідність кожної людини незалежно від її віку і реальних чеснот.

«Гідність» – це суб'єктивне поняття і цим воно відрізняється від об'єктивної категорії «честі». Усвідомлення самою людиною та оточуючими її особистостями того факту, що дана конкретна особа володіє певними позитивними етичними або розумовими властивостями, прийнято називати «гідністю». Отже «честь» — це об'єктивна оцінка людини, яка підкреслює її морально-етичну недоторканість в навколишньому середовищі. Поняття «гідності» визначається, в першу чергу, саморозумінням людини, та носить суб'єктивний характер.

**Гідність** — особливе моральне ставлення людини до себе, що виявляється в усвідомленні своєї самоцінності й моральної рівності з іншими людьми; ставлення до людини інших людей, в якому визнається її безумовна цінність. Визнання суспільством гідності людини позитивно впливає на розвиток почуття її власної гідності як форми самосвідомості. Це визнання вона сприймає як свідчення об'єктивного існування її гідності, навіть за відсутності її моральних чеснот. А це сприяє формуванню самовимогливості і самоконтролю людини, що належить до передумов її самовдосконалення. Адже, як стверджував французький філософ Шарль-Луї Монтеск'є (1698—1759), окремі пороки виникають від дефіциту в людини самоповаги. Почуття власної гідності чинить "опір духу інстинкту" (Ф. Шіллер). Гідність надає людській діяльності, "всім її прагненням найвищого благородства" (К. Маркс).

Гідність як абстрактна властивість конкретизується у процесі становлення людини як особистості, реалізуючись у її конкретних моральних чеснотах. Самореалізація людини як особистості передбачає насамперед уміння орієнтуватися серед моральних цінностей, оскільки, як зауважив французький мислитель Дені Дідро (1713—1784), без чітких понять про загальне благо гідності немає. Важливе також усвідомлення свого призначення, оскільки "той, хто не розуміє свого призначення, частіше всього позбавлений почуття власної гідності", як стверджував російський письменник Федір Достоєвський (1821—1881). А зрештою це почуття має стати помітним у життєдіяльності людини, бо "без яскраво виявленого особистісного втілення в праці, без матеріалізації в ній духовного світу особистості немає почуття власної честі й гідності", як вважав український педагог Василь Сухомлинський (1918—1970).

Отже, є принаймі два значення поняття "гідність", одне з яких пов'язане з визнанням самоцінності кожної людини безвідносно до її реальної життєдіяльності й соціального становища, друге — з конкретними чеснотами людини, її соціальним статусом (у цьому сенсі воно близьке до поняття "честь"). Гідність як визнання самоцінності людини даровано кожному разом із життям. А гідність як визнання чеснот, статусу людини заробляється, заслуговується. Вона може і втрачатися, якщо людина здійснює негідні вчинки.

Поняття «гідність», тобто усвідомлення кожною людиною своєї цінності, значною мірою залежить від людей, що її оточують, їх економічного рівня та політичної самосвідомості. Від їх спроможності утворити та закріпити нерушимі права громадян та нерезидентів. Від зазначено залежить й здатність кожної окремої особистості не заплямувати свою індивідуальність.

«Гідність», якщо взяти її як поняття етичного саморозуміння та рівень морального розвитку людини, показує нам відношення члена суспільства до своєї особистості та ставлення до нього незнайомих людей і оточення загалом.



Поняття «гідності» є усвідомленням безумовної цінності кожної людини, яка або вже використала свій потенціал, реалізувавши себе, або має намір розкрити себе в майбутньому. Визначення гідності окремого члена суспільства виходить з поняття рівності людей в етичному сенсі, та рівності прав на повагу, незалежно від статусу в суспільстві. Такий порядок речей стає невід'ємною платформою етичних взаємовідносин між членами суспільства, яке в свою чергу, має визнавати гідність свого окремого члена, не співвідносячи їх з віком людини та її надбань, що вона здобула протягом життя.

### **3. Категорії «честь» і «гідність» - їх взаємозв'язок і відмінності**

"*Честь*" і "*гідність*" поняття досить близькі за своїм змістом. Честь - це етична категорія, що включає в себе моменти усвідомлення індивідом свого суспільного значення й визнання цього значення з боку суспільства. Честь визначається в більшості як суспільна оцінка особистості, певна міра духовних, соціальних якостей людини. В. Лесняк визначає честь як об'єктивну оцінку особистості, що визначає ставлення суспільства до громадянина, соціальну оцінку його моральних та інших якостей.

Гідність визначається ним як внутрішня самооцінка особистості, власних якостей, здібностей, світогляду, свого суспільного значення. Тобто, честь і гідність це оцінка морально-етичних якостей "зовні" і "зсередини". Честь виступає в якості оцінки людини його оточуючими, думка про нього з боку рідних, близьких, знайомих і колег. Категорія "честь" - це те, що викликає і підтримує загальну повагу і почуття гордості. Честь пов'язана з особистими достоїнствами людини, в основі яких лежать його заслуги перед людьми або перед суспільством. А гідність - це зворотна сторона честі, думка людини про самого себе, його самооцінка, внутрішнє усвідомлення своїх моральних якостей та зовнішніх їх проявів у вигляді вчинків, це потреба людини в схваленні своїх вчинків самим собою, гордість за свої вчинки.

Гідність - поняття більш суб'єктивне. Цим воно відрізняється від честі - категорії об'єктивною. Під гідністю особистості прийнято розуміти усвідомлення самою людиною і його оточуючими факту володіння особою певними позитивними моральними та інтелектуальними якостями. Якщо гідність особистості визначається, перш за все, його власною свідомістю, носить суб'єктивну забарвлення, то честь це в першу чергу об'єктивна, суспільна оцінка особистості, що характеризує неопорочену репутацію людини в суспільстві. Честь і гідність - показники моральної цінності людини. Це як би еталони для визначення моральності людини, яка представляє певну соціальну групу. Жодна людина не може уникнути соціальної оцінки на думці колективу або суспільства. Тому буває і так, що окремі люди намагаються ввести суспільство в оману, прикрасити свої вчинки, щоб отримати суспільне визнання. Тонкий моральний інструмент - почуття власної гідності - допомагає правильно регулювати ціннісні відносини між людиною і суспільством.

Єдність категорій "честь" і "гідність" доповнюється поняттям "репутація" або підкатегорією - "ділова репутація", як об'єктивний елемент цілісної особистості. Репутація виступає найважливішою складовою характеристики особистості. Під репутацією прийнято розуміти створилося спільну думку про переваги і недоліки людини.

Репутація - це характеристика людини, заснована на результатах його діяльності, певний спосіб, що склалося в оточуючих у результаті аналізу здійснених і здійснюваних їм вчинків у професійній та іншій суспільній сфері діяльності. "Репутація громадянина виступає в якості родового поняття, в її основі лежить гідність особистості, а найвищим проявом позитивної репутації є честь".

Щодо тлумачення змісту поняття "ділова репутація" на сьогоднішній день у фахівців немає єдиної думки. Найчастіше під діловою репутацією розуміють "оцінку професійних якостей громадянина і юридичної особи".

Незручності, пов'язані з невизначеністю терміну "ділова репутация" можуть бути також виправлені шляхом розширення використання в цивільному обороті більш ємного терміну "добре ім'я".

Професійну гідність, з одного боку, відображає ставлення інших людей до даного співробітника як до фахівця, професіонала, а з іншого боку, свідчить про ставлення людини до самої себе як до працівника, про усвідомлення ним своїх заслуг, професійних якостей. Професійна гідність є багато в чому наслідок гідної професії, тобто визначається суспільною значимістю даної професії, її престижем, сформованим громадською думкою. Проте не можна не враховувати і особистого, індивідуального ставлення людини до своєї професії, яке аж ніяк не завжди збігається з об'єктивним становищем у суспільстві людей даної професії.

Ось чому крім поліпшення умов праці і побуту співробітників, піднесення їх авторитету настільки важливе формування і зміцнення професійної гідності кожного працівника, виховання якщо не любові, то належної поваги до обраної професії. Професійну гідність особистості тісно пов'язане з її конкретним положенням у службовому колективі, її особистими заслугами і відповідною їм мірою поваги і пошани, тобто пов'язано з честю співробітника як представника даної професії, конкретного колективу

Морально психологічний аспект честі та гідності закріплені в міжнародних актах щодо захисту честі та гідності «Конвенція проти катувань та інших жорстоких, нелюдських або принижуючих гідність видів поводження та покарання» більше відома під назвою Конвенція ООН проти катувань — це міжнародний інструмент захисту прав людини, що прийнятий ООН в 1984 році та набув чинності в 1987 році. Конвенція забороняє катування при будь-яких обставинах, забороняє видачу осіб у країни, де для них існує серйозна загроза катувань, та встановлює обов'язковість кримінального переслідування за катування. Станом на вересень 2014 року в конвенції беруть участь 156 держав.

Нагляд за виконанням конвенції здійснює Комітет ООН проти катувань у складі десяти експертів; він робить зауваження по доповідям держав-учасниць конвенції та розглядає скарги на ті держави-учасниці, які визнали відповідну компетенцію комітету, зробив заяву згідно зі статтями 21 і 22 конвенції. В 1992 році прийняті поправки до конвенції, котрі не набули чинності станом на 2012 рік.

В 2002 році був прийнятий, а в 2006 році набув чинності факультативний протокол до конвенції, який створив механізм візитів за моделлю ЄКПП. Ці функції виконує Підкомітет з попередження катувань та інших жорстоких, нелюдських та принижуючих гідність видів звернення та покарання Комітету проти катувань. Також протокол встановлює для держав-учасниць обов'язковість створення національного превентивного механізму.

## **Тема. ЕТИКА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ (самостійне вивчення)**

### **1. Парадигма спілкування у сучасній культурі**

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. Саме вони наголосили на необхідності усвідомлення значущості Іншого і цінності звернення до нього як до рівноправного та відповідального суб'єкта. Дослідження проблем спілкування в загально-філософському плані є методологічною основою, на якій базується вивчення цього феномена 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. Менеджер, керівник витрачають 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 них — 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.

Фахівці в сфері ефективного спілкування стверджують, що успіх людини в ділових справах на 15% залежить від його професійних знань і на 85% - від його вміння спілкуватися з людьми.

Спілкуючись, люди обмінюються інформацією, узагальненнями, думками, почуттями.

*Тому спілкування можна охарактеризувати так:*

- комунікація (обмін інформацією),
- інтеграція (взаємодію)
- соціальну перцепцію (сприйняття).

Отже, **спілкування** – це процес встановлення та розвитку контактів між людьми.

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 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 найтяжчим покаранням у Стародавній Греції був остракізм, тобто заборона спілкуватись із засудженим.

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.

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. Але в який саме спосіб? Завдяки власним знанням і вмінням чи використанням Іншого? Егоїзм у стосунках між людьми може їх порушити.

Етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які 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.

Ділове (офіційне, службове) спілкування в залежності від обставин може бути прямим і непрямим. У першому випадку воно проходить при безпосередньому контакті суб'єктів спілкування, а в другому – за допомогою переписування чи технічних засобів.

Технологія спілкування охоплює наступні етапи: встановлення контакту; оцінка ситуації; обговорення питання або проблеми; прийняття рішення; вихід з контакту.

Найбільш розповсюдженою формою ділового спілкування є діалогове спілкування, т. т. таке мовне спілкування, при якому найбільш повно виявляються моральні якості особистості та риси характеру.

*Види ділового спілкування:* -ділова зустріч; -ділова бесіда;-ділові телефонні розмови;-ділові наради;-ділові переговори;-ділові дискусії;-ділові конференції; -паблік рілейшнз.

## 2. Функції спілкування

**Функції** (від лат. *functio* — виконання, здійснення) спілкування, то під ними розуміють зовнішній прояв властивостей спілкування, ті ролі й завдання, які воно виконує у процесі життєдіяльності індивіда в соціумі.

Мова йде про підхід, що виділяє три основні класи таких функцій: інформаційно-комунікативну, регулятивно-комунікативну та афективно-комунікативну.

**Інформаційно-комунікативна функція** спілкування охоплює все, що має відношення до передачі та прийому інформації людиною. Йдеться не лише про готову інформацію, а також й про інформацію, яка створюється.

**Регулятивно-комунікативна функція** спілкування забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки суб'єктів спілкування. З цією функцією пов'язані і способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування, зараження, тощо.

**Афективно-комунікативна функція** спілкування відноситься до емоційної сфери особистості, визначає її ставлення до явищ навколишнього світу. Потреба в спілкуванні часто виникає у зв'язку з бажанням змінити свій емоційний стан.

### **3. Бар'єри у спілкуванні. Механізми взаєморозуміння**

Бар'єри у спілкуванні, взаєморозумінні 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.

Іноді те, що говорить один, не зовсім розуміє інший, адже слова (символи) мають не однакове значення для різних людей. Семантичні варіації нерідко спричиняють неправильне розуміння людиною думок іншого. Наприклад, керівник фірми каже підлеглому, щоб він йому зателефонував з об'єкта, коли в того виникнуть труднощі. Але підлеглий незнає, 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 наврядчи такими, як ми хочемо. Крім того, люди, передаючи інформацію, можуть не лише її втратити 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 не-зрозуміло, 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 невартими її уваги, тому тут до мотиваційного бар'єра додається також моральний. Таку ситуацію інколи 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 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.

### **Механізми взаєморозуміння**

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), рефлексію (у соціальній психології — механізм усвідомлення індивідом чи групою того, як їх насправді сприймають і оцінюють інші індивіди чи групи), емпатію (емоційне співпереживання, вияв почуттів)

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.

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 намагатиметься 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 люди ночують, ставляться до неї уважно та серйозно. Це допомагає уподібнитися іншому. Якщо ж з певних причин творчість у виробленні спільної мови 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.

#### **4. Способи впливу на людей під час спілкування**

До способів спілкування, 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 сформуванати 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.

Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтовувати свою позицію й переводити мислення в мовлення. 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. 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. 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.

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.

**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 конкурентоспроможною. Працівники ж від цього матимуть моральне й матеріальне задоволення. Усі використані при цьому психологічні прийоми — навіювання, наслідування, психічне зараження — допомогли менеджерів спрямувати творчу енергію спеціалістів в інтересах справи і досягти своєї мети.

## **5. Дружба, товарицькість як особливий вид спілкування у професійній сфері**

Дружба є почуттям самоцінним, вона — сама по собі благо. Якщо в ділових стосунках людина використовує іншу людину як засіб для досягнення певної мети, то друзі допомагають один одному, що й знайшло своє відображення у словах: «Не в службу, а в дружбу». Дружба — не послуга, за неї не дякують, зазначав Г. Р. Державін.



На відміну від товариськості дружба являє собою інтимніше спілкування, яке, за визначенням І. С. Кона, передбачає «не тільки взаємодопомогу, а й внутрішню близькість, відвертість, довіру, любов». Аналіз літературних пам'яток показує, що дружба завжди пошановувалася як найбільша соціальна і моральна цінність. Дві глави своєї «Нікомахової етики» присвятив дружбі Арістотель, розглядаючи її як чесноту найнеобхіднішу для життя. За Арістотелем, «ніхто не вибере життя без друзів (*philoí*), навіть в обмін на всі інші блага... Дружба — це не тільки щось необхідне, а й щось морально прекрасне...»

Що ж відрізняє дружбу від інших міжособистісних відносин і прихильностей? Передусім

*Дружба* — індивідуально-вибіркова й ґрунтується на взаємній симпатії. Це відрізняє її від близькості, характерної для кривень родинних відносин, і від товариськості, де відносини формуються колективом, необхідністю виконувати спільну справу.

Етимологічний аналіз понять «друг» і «дружба» в різних мовах простежує зв'язок їхнього змісту зі словами, що позначають спорідненість, товариську (передусім, воїнську) і любов. Так, давньослов'янське слово «дружба» тлумачилося як близькість, товаришування, товариство. Слово «дружина» в російській та українській мовах — це військовий загін, а в українській також жінка, жона. У словенській і болгарській мовах слово «дружина» має на увазі сім'ю, людей, близьких за родинністю стосунків. Етимологія слова «дружба» вказує на те, що в глибокій давнині всі ці аспекти суспільних та особистих відносин практично не розрізнялися, «співіснуючи» у пов'язаних з ними емоційних формах.

Становлення дружби пов'язане з поступовою втратою абсолютної цінності для життя суспільства кривень родинних відносин. Включення свояцтва в коло сімейно-родинних відносин сприяло, напевно, початкові виокремлення дружби в автономний соціальний інститут. Свояцтво як стосунки, що існують

між одним із подружжя та родичами іншого, а також між родичами їх обох, протиставлялося «природній» кривності.

Історія знає різні види «штучного» родичання — кумівство, побратимство, «кривне братство», «спів-батьківство» і т. д. Становлення дружби пов'язане з побратимством.

Цікавий і другий аспект історії дружби — зміна уявлень про її функції. Прийнято розрізняти інструментальні (ділові) та емоційно-експресивні функції дружби. Їх протиставлення виникло з розвитком класового суспільства. В умовах же докласового та ранньокласового суспільства інструментальні та експресивні цінності дружби існували в єдності. Спілкування побратимів, друзів включало в себе як обов'язковий елемент обмін дарунками, спільні бенкети. Сам дарунок виступав речовою формою людських відносин, предметними почуттями однієї із сторін.

Доки дружні відносини тільки починали виокремлюватися з сукупності соціальних відносин (передусім із родинних), вони були жорстко регламентовані суспільством, тісно пов'язані з певними ритуалами. В подальшому регламентація послаблюється, міжособистісне спілкування індивідуалізується й психологізується, тому розуміння дружби як соціального інституту без урахування її психологічних і моральних аспектів було б після цих змін однобічним. Дружба перетворюється з договірних стосунків на емоційну прихильність.

Перетворення дружби з договірних відносин на емоційну прихильність, зміна у зв'язку з цим сфери її мотивації привернули увагу до її ціннісного аспекту. Далі етична теорія виконувала завдання обґрунтування ідеалу дружби, враховуючи особливості дружніх обов'язків, зв'язок дружби та суспільного обов'язку.

Романтичний канон дружби піддавався критиці уже в середині XIX ст. Ототожнюючи «істинну дружбу» з юністю, теоретики романтизму вказували тим самим на її віковий, минулий характер. Гіпертрофування чуттєвості й романтичної дружби спричинювало дистанціювання від реальних стосунків

людей. Критикуючи романтичний ідеал дружби, Гегель слушно підкреслював, що насправді «дружба ґрунтується на схожості характерів та інтересів у спільній, сумісній справі, а не на задоволенні, котре дістаєш від особистості іншого». Гегель помітив головну слабкість романтичної дружби — взаємна симпатія, духовна близькість у ній мало пов'язані зі схожістю «характерів та інтересів», що проявляються у спільній справі, тобто в особистісно й соціально значущій діяльності.

На фоні дружби, що ґрунтується на сукупній діяльності й має на меті благо інших людей, романтична дружба виявляє риси елітарності з властивим їй прагненням піднятися над рівнем буденності, вирватися з умовностей організованих форм «справ» земних, з її претензією на вищий смисл своїх переживань.

Велика вразливість дружби змушує людину ретельніше, вимогливіше вибирати своє друге «я» — того, кому можна довірити свої інтимні переживання, потаємне свого внутрішнього світу. Посилення вибірковості дружби вказує на те, що людина стає дедалі залежнішою від задоволення потреби в емоційному співпереживанні, створенні атмосфери психологічної інтимності, близькості моральних ідеалів.

Праця, пізнання і спілкування є, як відомо, основними формами соціальної активності особистості, самостійними життєвими цінностями, вищими соціальними потребами.

Симпатії, потреба в емоційній підтримці, співчутті, співпереживанні, взаємодопомозі й взаємо підтримці та їх реальне здійснення надають стосункам людяності, відчуття радощів буття, викликають бажання допустити у свій внутрішній світ іншого. У найбільш повному і розвинутому вигляді ці цінності виявляються у стосунках товариськості, дружби, любові.

Товариськість, дружба і любов виступають і справжньою мірою гуманності, людяності, і типами спілкування, і видами міжособистісних стосунків, і специфічними емоційно-почуттєвими й Морально-естетичними

станами, і, врешті-решт, моральними цінностями людини, які стають основою шлюбу і стосунків у сім'ї.

*Товариськість* — це міжособистісні стосунки, які базуються на єдності інтересів у спільній діяльності і передбачають духовну (ідейну) єдність та відповідний ступінь рівності. Духовна єдність виникає внаслідок особистісної симпатії і спільності інтересів.

У товариськості як формі моральної культури реалізується потреба людини у спілкуванні, а єдність цілей, схожість життєвих поглядів (як основа товариськості) надають емоційного забарвлення стосункам. Для товариських стосунків найхарактернішою є спільна діяльність. Саме слово «товариш» походить від слів «майно», «товар» і означає рівний в усьому, помічник, співпрацівник, співучасник. Розрив чи порушення єдності інтересів може зруйнувати товариські стосунки.

Товариськість збагачує зв'язки, що встановлюються між людьми в кооперації, де вони виступають як партнери, і у співпраці, де вони — колеги, доповнюючи їх новими формами спілкування: спільні дозвілля, спорт, громадська робота тощо.

Специфіка різних сфер соціального життя відображається у багатстві смислових відтінків поняття «товариськість». Наприклад, товариші по зброї, по службі, фронтові тощо. Сутність цього поняття полягає у взаємодопомозі у спільній справі і прагненні вдосконалити особистісні риси кожного в інтересах досягнення мети.

Формуванню товариських стосунків сприяють також схожі життєві умови, які є характерною ознакою розподілу товариських і приятельських стосунків. Останні виникають між людьми на основі особистих симпатій у процесі повсякденного спілкування і якихось менш істотних інтересів. На рівні приятелювання життєві цілі не обов'язково повинні збігатися, може не бути й спільного інтересу, глибокої, серйозної зацікавленості долею іншого. Ці стосунки зовнішньо доброзичливі, підтримуються періодичними контактами, пов'язані з виконанням взаємних послуг, обміном думок. Але при цьому не

досягається той рівень душевної близькості, коли спілкування людей веде до вдосконалення особистих рис. Приятельські стосунки не мають твердої основи і досить легко розриваються, але можуть перерости і в дружні.

Товариські стосунки виникають на основі спільної діяльності і можуть розвиватися навіть за відсутності симпатії. Товаришів об'єднують спільні інтереси і, головне, почуття відповідальності за спільну справу. Характер діяльності людей, безумовно, впливає на тривалість товариських стосунків. Вони міцнішатимуть, коли діяльність буде пов'язана з труднощами. Особливої міцності товариським стосункам надає ідейна спільність.

Товариські стосунки складаються за особливими правилами: не зачіпляти інтереси одне одного, але в той самий час не залишатися байдужим до недоліків; критично ставитися до спільної діяльності й до її результатів; самокритично оцінювати свій внесок у цю діяльність. Якщо мотивами критики є турбота про людину, повага до неї, прагнення допомогти, то така критика стає початком на шляху до самовдосконалення. Подібне критичне ставлення зміцнює товариськість і може стати необхідною умовою дружби.

## **6. Гендерні аспекти ділового спілкування**

Сучасний соціум можна розглядати як складну систему інститутів і організацій, що представляють собою те соціально-культурне і професійне середовище, в якому особистість само виявляється і презентує себе в різних аспектах: як професіонал, як працівник, як людина, як чоловік або жінка, як член команди або джерело конфліктів. У зв'язку із цим можна відзначити кілька спостережень. По-перше, кожна організація свідомо або несвідомо проводить "гендерну політику", під якою ми розуміємо регулювання кадрового складу працівників за статевою ознакою, вплив фактора статі на формування структур влади в організації, вплив фактора статі на службовий і професійний поділ праці всередині організації, вплив фактора статі на психологічний клімат, корпоративну культуру і корпоративну етику. Гендерна

політика може бути цілеспрямованою або прихованою, але вона безумовно присутня.

По-друге, організації, якими різними вони б не були, зрештою стверджують себе як чоловічий світ. Уже при прийомі на роботу жінки піддаються неявної дискримінації: чоловік не зобов'язаний звітувати перед наймачем у тому, скільки годин у день він займається роботою по будинку, а жінку завжди розпитують, як вона буде поєднувати професійні обов'язки з материнськими, і хто сидить з дітьми, коли вони хворіють. Жіночий керівний персонал змушений боротися з культурними бар'єрами, що відмовляють їм у легітимації їхніх претензій на керівництво. Поки жінка порівнює себе з жінками, вона може відчувати задоволення своїм соціальним і професійним статусом, але, оцінюючи себе щодо чоловіків, вона зіштовхується з явним приниженням своїх здібностей і можливостей.

По-третє, ділове спілкування базується на основних мотивах суб'єктів діяльності: прагненні до професійної самореалізації, матеріального благополуччя, кар'єрного росту або слави. “Стать” – це критерій, що диференціює можливості професійного росту і просування по соціальних сходинках. Стартові кар'єрні умови свідчать про нерівність можливостей чоловіків і жінок. Кар'єрні очікування жінок формуються в протиставленні “кар'єра або родина”, і в боротьбі “жінка або чоловік”. У ситуації “колеги” ділові відносини чоловіка і жінки можуть розвиватися за декількома негативними чи позитивними траєкторіями. Тому можливі конфлікти між колегами, якщо з боку начальника проводиться політика рівності статей, що практично означає відмову враховувати проблеми працюючої жінки (чоловік, діти, господарство), а також дискримінація жінок у плані службового росту. У позитивному плані – можливе привнесення особистих відносин у ділове спілкування: дружба або приятелювання. У принципі такий вплив статевого фактору на ділові відносини є позитивним, оскільки тонізує, заспокоює і сприяє адекватній самосвідомості і самооцінці як чоловіка, так і жінки.

При аналізі гендерних аспектів професійного спілкування варто брати до уваги стандартні ситуації: “начальник – підлеглий”, “ділові партнери”, “колеги”. Упередження проти жінок-начальників загальновідоме. Якщо жінка на роботі може отримати від начальника розпорядження; то чоловік від своєї начальниці згодний вислуховувати тільки поради.

Існують відмінності в оцінці діяльності лідерів-чоловіків і лідерів-жінок. Якщо жінка автократична, якщо вона типовий “бос” й орієнтована на завдання, її оцінюють більш негативно, ніж керівника-чоловіка з таким же стилем. Це особливо вірно, коли оцінки дають чоловіки. Наприклад, дослідники Д. Баталер і Ф. Гейс просили своїх асистентів, дівчат і юнаків, зіграти роль лідера у групі студентів під час обговорення проблем у сфері бізнесу. Лідери – і юнаки, і дівчата – були наполегливі, але дружелюбні, і рішуче брали дискусію у свої руки. Як решта членів групи реагували на такого лідера? Коли юнак утверджувався на чолі групи і діяв наполегливо, інші члени групи реагували прихильно. Якщо ж подібним чином діяла дівчина, то члени групи, особливо чоловіки, реагували значно більш негативно.

Отже, чоловіки незатишно почувають себе, якщо жінка використовує такий же самий керівний стиль. У робочій ситуації чоловік і жінка теоретично сумісні завжди, оскільки жіноча ірраціональність і підступництво компенсуються жіночою ж конструктивністю і комунікабельністю, а чоловіча рішучість і пряmolінійність ослаблені бажанням успіху і потребою у владі. Незважаючи на тенденцію збільшення числа керівників-жінок на всіх рівнях влади, такі жінки виявляються маргіналами у професійному співтоваристві, оскільки не ототожнюються цілком ні з роллю типової жінки. У чоловіків і жінок різне розуміння влади: у чоловіків – влада завжди “над”, а у жінок – влада “для”.

Отже, професійне спілкування між жінками і чоловіками багато в чому визначається стереотипами, які глибоко вкоренилися у нашому суспільстві. Тому сучасній діловій жінці слід шукати нові поведінкові стратегії, які

забезпечують успішність ділової діяльності і соціально-професійну самореалізацію.

Не викликає сумнівів, що чоловіки та жінки суттєво відрізняються за психічними, фізіологічними та комунікативними параметрами. Сьогодні наука не заперечує існування деяких стильових особливостей, властивих переважно чоловікам чи переважно жінкам у рамках чітко окресленої ситуації спілкування. При цьому вважається, що вони виникають під впливом як соціокультурних (наприклад, уживання жінками лайливих слів засуджується більше, ніж чоловіча лайка), так і біологічних, і гормональних факторів. Найбільш перспективним і обґрунтованим напрямком вивчення чоловічої і жіночої мови в даний час вважається вивчення стратегій і тактик мовної поведінки чоловіків і жінок у різних комунікативних ситуаціях з обов'язковим урахуванням культурної традиції даного суспільства.

Стиль спілкування жінок і чоловіків найбільше виражається у професійній та діловій сфері. Чоловічий стиль спілкування орієнтований на домінування: чоловікам притаманна завищена самооцінка, самовпевненість, зосередженість на завданні, схильність до стереотипів у спілкування. Такий стиль називають авторитарний. Жінки репрезентують демократичний стиль спілкування: колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, що сприяє зростанню ініціативності співрозмовників, кількості нестандартних творчих рішень.

Жінки, як правило, перевершують чоловіків у всьому, що стосується мови (дівчатка починають говорити раніше, мають багатший словниковий запас, утворюють складніші й різноманітніші речення); вони більше схильні до кохання, прихильніші, емоційніші. Чоловіки ж частіше є лідерами; їхня самооцінка залежить від успіхів у сфері предметної діяльності, стабільніша й загалом вища від жіночої.

Мета спілкування у чоловіків і жінок різна: чоловік спілкується для того, щоб передати важливу інформацію, а жінка – щоб зав'язати, підтвердити і укріпити емоційні зв'язки зі співрозмовниками. Тому чоловік при спілкуванні



або задіює весь мозок, або (якщо зайнятий чимось важливим) відповідає на автоматі, взагалі не сприймаючи слова співрозмовника. У жінки навпаки – активується невелика частка мозку, але паралельно вона може займатися ще десятком інших справ.

Жінки спокійніше реагують на перебивання мовлення, їх мовний код містить більшу кількість засобів увічливості, меншу кількість грубих і лайливих висловів. У мовленні жінок частіше спостерігається явище неточного («приблизного») називання предметів; чоловіки ж намагаються все називати точно. Жінки частіше вживають слова зі значенням непевненості (мабуть, напевне) і описові вислови внутрішніх етапів (Мені від усього цього моторошно).

Гендерні особливості спілкування виразно виявляються в етикетному спілкуванні. Під час розмови жінки зазвичай відверто дивляться у вічі співрозмовника, чоловіки ж частіше уникають прямого погляду. Жінки здебільшого починають і підтримують розмову, а чоловіки контролюють і керують перебігом її. Жінки частіше ніж чоловіки просять вибачення, докладно щось пояснюють.

Дослідження в цій же галузі, проведені Є.А. Горошко, з врахуванням спеціальних параметрів, що враховують певні характеристики мовлення: зв'язаність, динамізм, якісність, предметність, складність та інше, використовувані при лінгвостатистичному аналізі тексту, виявило, що чоловічій письмовій мові порівняно з жіночою властиві такі особливості:

1. Речення за своєю довжиною в середньому коротші від жіночих.
2. Велика частота граматичних помилок.
3. Більш висока частота використання іменників і прикметників, у свою чергу, набагато менше дієслів і часток. Чоловіки вживали також більше якісних і присвійних прикметників, причому якісні прикметники вживалися в основному в звичайному ступені, а не в порівняльному чи найвищому ступенях. Крім цього, чоловіки значно частіше використовували прикметники

й іменники жіночого роду, тобто існувала явна орієнтація на використання слів, „протилежних” за родом.

4. Превалювали раціоналістичні оцінки. Емоційних і сенсорних оцінок у мові чоловіків менше, бо вони виділяли частіше естетичну, ніж етичну сторону предмета чи явища навколишньої дійсності.

5. Саме чоловіки зображують світ і дійсність у більшій розмаїтості якісних характеристик, фарб і ознак, ніж це роблять жінки.

6. При аналізі синтаксичної структури жіночих і чоловічих текстів було виявлено, що чоловіки частіше використовують підрядний, а не сурядний зв'язок.

7. Рідше зустрічаються окличні і питальні речення.

8. Рідше використовуються неповні речення й еліптичні конструкції.

9. Зворотний порядок слів менш властивий чоловічій письмовій мові.

Великий інтерес викликає дослідження гендера в професійній комунікації. Так, у результаті тривалої роботи німецьких лінгвістів із дослідження гендерної специфіки професійного спілкування встановлено, що чоловіки і жінки виявляють тенденції до різних стилів ведення полеміки. Чоловіки рідше погоджуються з критикою, частіше вдаються до іронії, посилення на авторитети, використовують менше мовних засобів, що виражають невпевненість, і в результаті справляють враження більш компетентних і впевнених у собі і своїй правоті фахівців, тобто більш успішно домагаються так званого „статусу експерта”.

Творчі завдання з дисципліни «Професійна юриспруденція, етика, комунікація»

### **ЗАВДАННЯ ТВОРЧО-ДІЯЛЬНІСНОГО ТИПУ**

(ділові ігри, які відображають людські відносини на підприємстві, організації)

#### **I. Ділова гра «Спілкування без бар'єрів»**

*Мета гри:*

- формувати вміння володіти різними формами рольових комунікацій;
- удосконалювати особистісні навички емоційного реагування і самоконтролю під час спілкування;
- розвивати навички розуміння стилю поведінки співрозмовника;
- виховувати повагу, терпимість, шанобливе ставлення до співрозмовника.

*Зміст гри:*

**1. Проблема:** «Подолання бар'єрів рольової поведінки у спілкуванні керівника і підлеглих».

**2. Учасники гри та їх функції:**

До участі у грі залучаються всі присутні студенти, з яких формується експертна група (три студента) та дві команди учасників.

**3. Модель учасників гри «Учасники гри»:**

— демонструють типи рольової поведінки відповідно до запропонованих ситуацій.

*Експерти:*

- оцінюють демонстрацію студентами типів рольової поведінки;
- визначають переможців.

#### **II. Ділова гра:**

Завдання учасникам команди — до кожної із заданих ситуацій необхідно підібрати три типи відповідей (впевнену, невпевнену, агресивну) і продемонструвати.

*Ситуації:*

1. Зробіть зауваження підлеглому, який запізнився на роботу.
  2. Поясніть підлеглому, що він не справляється зі своїми функціональними обов'язками.
  3. Попросіть підлеглого вийти на роботу в суботу.
  4. Підлеглий займає Вас розмовою, а Вам треба працювати.
- Для розв'язання поставленої задачі студентам надається 5 хв. Після того кожен зі студентів демонструє варіанти відповідей. Експерти оцінюють виступ кожного із учасників та оголошують переможців.
5. Підбиття підсумків гри.

### Перелік запитань для самоконтролю

1. Зміст категорії честь. Поняття честь.
2. Розкрийте суть поняття гідності.
3. Категорії «честь» і «гідність» - їх взаємозв'язок і відмінності.
4. Парадигма спілкування у сучасній культурі.
5. Спілкування можна охарактеризувати за кількома поняттями, назвіть їх.
6. Спілкування – це?
7. Види ділового спілкування.
8. Які Ви знаєте функції ділового спілкування?
9. Афективно-комунікативна функція спілкування, охарактеризуйте її.
10. Регулятивно-комунікативна функція спілкування, охарактеризуйте її.
11. Дайте визначення інформаційно-комунікативній функції спілкування.
12. Бар'єри у спілкуванні. Механізми взаєморозуміння.
13. Які Вам відомі способи впливу на людей під час спілкування?
14. Психічне зараження – це ?
15. Розкрийте суть навіювання.
16. Що таке переконання ?
17. Наслідування – це ?
18. Дружба, товарицькість як особливий вид спілкування у професійній сфері
19. Дружба – це ?
20. Розкрийте суть поняття «товарицькість»
21. Гендерні аспекти ділового спілкування.
22. Чоловічій письмовій мові порівняно з жіночою властиві такі особливості, назвіть їх.
23. Репутація – це?
24. Ділова репутація – це ?
25. Прагнення до взаєморозуміння — це ?

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Палеха Ю.І. *Етика ділових відносин*: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Кондор, 2008. 354 с.
2. Тофтул М.Г. *Етика*: Підручник. М.Г. Тофтул Житомир: Видавництво ЖДУ ім.І.Франка, 2011. 448 с.
3. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. *Етика ділового спілкування*: Навчальний посібник. 6-те вид., випр. і доп. К.: Знання, 2007. 336 с.
4. Блощинська В. *Практикум з етики*: Навч. посіб. Ів.-Франківськ, 2003.
5. Герасимчук А., Тимошенко О. *Етика та етикет*. К., 2006.
6. Малахов В.А. *Етика спілкування*: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Либідь, 2006. 386 с.
7. Бралатан В. П., Гуцаленко Л. В., Здирко Н. Г. *Професійна етика*. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 252 с.
8. Гасюк Л. М. *Етика в українському вимірі*. Гасюк Л. М. Вісник Черкаського державного університету: Психолого-педагогічні науки. 2000. Випуск 18. С.23–28.
9. Лозовий В.О., Петришин О.В. *Професійна етика юриста*. Національна юридична академія імені Ярослава Мудрого. Х.: Право, 2008. 317 с.
10. Бродецький О.Є. *Етика й естетика*: Навч.-метод. посібник. Чернівці: Рута, 2005. 315с.
11. Мовчан В.С. *Етика*: Навчальний посібник. 3-тє вид., випр. і доп. К.: Знання, 2007. 412 с.

Методичні рекомендації для самостійної роботи з дисципліни **«ПРОФЕСІЙНА ЮРИСПРУДЕНЦІЯ, ЕТИКА ТА КОМУНІКАЦІЯ»** (частина 3) для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти з спеціальності 211 - «Ветеринарна медицина» / *ТОКАРЧУК Т. С. Кам'янець-Подільський: ЗВО «ПДУ», 2023р. 37 с. (1,41 ум.др.ар.)*