



О.Ю. ВИСОЦЬКИЙ

Професійна
етика:
конспект лекцій

Частина III

Міністерство освіти і науки України

**Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара**

О.Ю. ВИСОЦЬКИЙ

Професійна етика: конспект лекцій

Частина III

**Дніпро
2025**

Рекомендовано до друку Вченою радою
факультету суспільних наук та міжнародних відносин
Дніпровського національного університету імені Олеся
Гончара (протокол № 9 від 20 березня 2025 р.)

Рецензенти:

Кривошеїн В.В., доктор політичних наук, професор, декан факультету суспільних наук та міжнародних відносин Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;

Халапсіс О.В., доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії і педагогіки Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

В 53 Висоцький О.Ю. Професійна етика: конспект лекцій. Частина III. Дніпро: СПД «Охотнік», 2025. 64 с.

Професійна етика є важливою складовою загальної етичної теорії, що регулює поведінку представників різних професій відповідно до загальнолюдських моральних цінностей. Вона спрямована на встановлення етичних норм і принципів у професійній діяльності, визначення критеріїв належної поведінки та забезпечення гармонійних взаємовідносин у суспільстві. Третя частина конспекту лекцій з професійної етики зосереджується на питаннях етики державної служби та ділових відносин. Вона розкриває фундаментальні аспекти морального регулювання професійної діяльності державних службовців, визначаючи етичні принципи, категорії та функції, що забезпечують гармонізацію суспільних і державних інтересів. Окрему тему присвячено етиці ділових відносин, яка розглядається як важливий напрям професійної етики. Аналізуються історичні форми ділових відносин, корпоративна етика, моральні принципи та особливості міжкультурної ділової комунікації. Посібник рекомендований насамперед для студентів спеціальності СЗ «Міжнародні відносини», а також аспірантів, викладачів та всіх, хто цікавиться проблемами морального регулювання професійної діяльності та етичних стандартів у суспільстві.

ТЕМА 8. ЕТИКА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

1. Етика державної служби та етика державного службовця
2. Основні категорії та принципи етики державних службовців
3. Функції професійної етики державних службовців
4. Основи морально-психологічного регулювання державної служби

1. Етика державної служби та етика державного службовця

Варто зазначити, що Закони України «Про державну службу» та «Про дипломатичну службу» відносять дипломатичних службовців до державних службовців. Відповідно до ст.1 ЗУ «Про дипломатичну службу», дипломатична служба - це державна служба особливого характеру, яка полягає у професійній діяльності посадових осіб дипломатичної служби, пов'язаній з реалізацією зовнішньої політики України, захистом національних інтересів України у сфері міжнародних відносин, а також прав та інтересів громадян і юридичних осіб України за кордоном.

Етика державної служби - це різновид професійно-інституційної етики, яка досліджує стан професійної моралі і проблеми її функціонування: систему цінностей, норм, характер відносин і моральні засади діяльності, культуру та інститути даної професійної групи, які забезпечують гуманність, професіоналізм і доброчесність державних службовців у їх служінні громадянину, суспільству, державі.

Етика державного службовця характеризує професійну моральну свідомість і самосвідомість, спосіб мислення та особливості поведінки, що відповідають критеріям загальнолюдської моралі, суспільним цінностям, спеціальним професійним моральним вимогам і смисложиттєвим цілям службовця та забезпечують належне виконання ним морального обов'язку.

Об'єктом етики державних службовців є професійна мораль, предметом – її закономірності й шляхи формування та функціонування.

Мету етики державних службовців можна визначити як підтримку гуманізованої професійної діяльності, спрямованої на забезпечення прав і свобод, потреб та інтересів громадянина, суспільства, держави, а також формування гуманних суспільних відносин, які забезпечують інтеграцію суспільства в єдину спільноту.

Предметне поле етики державної служби включає в себе великий комплекс моральних проблем і протиріч, що виникають навколо державної служби.

Поняття «державна служба» можна розглядати в двох значеннях. У широкому сенсі, це професійна розумова діяльність в будь-яких державних організаціях: в органах державної влади, на державних підприємствах та в державних установах. У вузькому значенні, державна служба - це тільки апаратна діяльність в органах державної влади.

Її моральне значення можна викласти таким чином.

Державна служба покликана забезпечувати стабільність в країні. І стабільність виявляється тим більше, чим надійніше держапарат координує

взаємодію приватних осіб, організацій та інститутів. У даному випадку державна служба грає роль третьої, незацікавленої особи, що займає об'єктивну позицію.

Моральний авторитет державних органів виявляється на кшталт авторитету совісті людини - саме держоргани виступають певним гарантом того, що у взаємодії людей і організацій буде дотримуватися взаємна чесність.

Державна служба повинна узгоджувати інтереси суспільства і держави. Суспільство, маючи волю до прийняття певних рішень, не має політичних ресурсів для закріплення її в законі та звертається за цим до держави. Держава, в свою чергу, зацікавлена в прийнятті таких рішень, які забезпечували б політичну і моральну цілісність суспільства. Державні органи в даному випадку знаходяться на службі як суспільства, так і держави.

Державна служба виступає гарантом підтримки порядку. Дотримання законів держави - політична норма, якій відповідає моральна чеснота - законослухняність. Порядок, таким чином, забезпечується не тільки силовими методами, а й підтриманням законослухняності (і в першу чергу особистим прикладом самих державних службовців). Іншими словами, сила держорганів є організаційною гарантією порядку, а переконання і вчинки їх співробітників – його моральною гарантією.

Моральні колізії державної служби пов'язані з такими її суперечливими аспектами.

З одного боку, державна служба носить публічний характер, з іншого боку, вся її діяльність визначається в законодавчому порядку. Відповідно, вона знаходиться під двома видами контролю – суспільним і правовим. Це стає джерелом одного з найвідоміших моральних протиріч (варіант конфлікту суцього і належного), з яким стикаються саме представники держапарату: конфлікт між вчинком «по-людськи» та «за законом». Представники державної служби опиняються в полі напруженості між двома силами: прагненням особистості до блага (наприклад, до справедливості), яке залишається суб'єктивним, а значить, не може бути повною мірою неупередженим, і законом, який забезпечує суспільну справедливість і рівність, не будучи при цьому досконалим.

Державна служба має політичний статус, забезпечуючи створення і прийняття нових законів, а також стежить за їх виконанням. Тут вона опиняється в полі моральної напруги, що створюється двома силами: державою, чиї інтереси покликана захищати, і окремими групами людей, реалізацію прав яких повинна забезпечувати. Головною морально-правовою проблемою тут виявляється проблема корупції, яка, в свою чергу, породжує проблему довіри суспільства, проблему моральної бездоганності державної служби та ряд інших.

Державна служба має справу з трьома видами суб'єктів - державою, суспільством і особистістю. З першими двома вона взаємодіє опосередковано (через законодавство і забезпечення інтересів), з третім – безпосередньо, при наданні можливостей, передбачених правовими нормами. Тут у полі моральних колізій на перший план виходить питання про обов'язок та відповідальність державного службовця. Про що і про кого в першу чергу він повинен турбуватися? І як можна послідовно і безконфліктно поєднати можливі аспекти обов'язку та відповідальності?

Державній службі притаманне протиріччя між «етосом демократії» та «етосом бюрократії» (етос – стиль життя деякої групи людей, заснований на певному наборі цінностей та моральних якостей). Демократичний етос передбачає, що цінності, які виправдовують роботу державного службовця, – це підтримка демократичного ладу та його досягнень: відкритості, рівності, самоцінності особистості, свободи, прояву громадянськості. Тут державний службовець - громадський діяч, який стежить за дотриманням законності. Бюрократичний етос забезпечує рівновагу та цілісність життя дещо іншим набором цінностей: лояльністю до існуючого ладу, повною формалізацією дій (для кожної дії чиновника є відповідна інструкція), суворою ієрархією та субординацією відносин всередині системи держуправління.

Державний службовець - це перш за все посадова особа, що займає своє місце в ієрархії, чим і забезпечується порядок і стабільність системи.

Державний службовець - особистість, яка собі не належить. Він змушений підкорятися велінням посадової моралі більше, ніж моралі індивідуальної. Вступаючи на державну службу, людина добровільно обмежує деякі свої свободи: свободу слова, свободу вибору джерела доходу (заборона підприємницької діяльності для чиновників), свободу пересування (обмеження виїзду за кордон для деяких категорій державних службовців), свободу приватного життя (обмеження таємниці доходів і майна, кола спілкування, стилю одягу, способів проведення дозвілля і т.ін.). Чим вищий статус державного службовця, тим жорсткішими стають подібні обмеження.

Державна служба несе в собі морально-психологічне протиріччя: про її моральний вантаж не можна думати постійно (це може стати причиною втрати психічної рівноваги та ударом по особистості державного службовця). Але про подібний моральний тягар не можна і забувати, щоб не губилася людська сутність державної служби і сам чиновник не перетворювався просто на функцію своєї посади, працюючи «апаратом в апараті».

2. Основні категорії та принципи етики державних службовців

Основними категоріями етики державних службовців є професійна моральна свідомість (в тому числі самосвідомість), моральна діяльність, моральний учинок, моральні відносини, моральний обов'язок.

Моральна свідомість державного службовця формується в процесі осмислення і розв'язання моральних проблем (діяльності, відносин) за допомогою концептуального і категоріального апарату професійної етики. Моральна свідомість являє собою чуттєво-раціональне усвідомлення моральних процесів, що супроводжують професійну взаємодію крізь призму не лише власних уявлень про добро і зло, належне і справедливе, сенс життя та сумніння, а й інституційних уявлень про доброчесну поведінку. Моральна свідомість є суб'єктивним відображенням професійної моралі на чуттєвому (морально-психологічному) і раціонально-теоретичному рівнях.

Оперуючи ціннісно-нормативними категоріями «моральний обов'язок», «служіння», «правильне», «благо», «законність дій», «справедливо» та «гідність

людини», моральна свідомість забезпечує уявлення про моральний взірець службової поведінки та конкретні способи орієнтації у функціональних і ситуативних умовах, специфічних для окремих посад і колективів. Таку властивість моральній свідомості надає уявлення про належну професійну діяльність як діяльність «служіння», яке набуло якості особистісної значимості і отримало специфічне моральне обґрунтування. Моральна свідомість «матеріалізується» у формі моральних почуттів (честі, обов'язку, відповідальності); професійних цінностей, принципів, норм, які сприймаються державним службовцем як орієнтири уже не з точки зору зовнішньої вимоги, а з точки зору їх моральної цінності, набуваючи якості моральної позиції, переконань та моральних мотивів.

Орієнтація професійної моралі на взаємодію з іншим зумовлює якісну характеристику професійного інтересу державного службовця як турботу про права й інтереси іншого. У цьому полягає моральний обов'язок державного службовця і головний ціннісно зорієнтований моральний принцип – вбачати в іншому не засіб, а мету (І.Кант), в інтересах іншого вбачати власні інтереси. За такого підходу моральне самоствердження державного службовця як вияв його гідності буде самоствердженням професійним. Структурують професійну моральну свідомість державного службовця в систему принципів, норм, мотивів, надаючи їй цілісного характеру, суспільні й професійні моральні цінності та ідеали як смисложиттєві орієнтири моральної діяльності.

Важливою складовою моральної свідомості державного службовця є *моральна самосвідомість* («Я – концепція»), яка характеризує його духовне самовизначення як суб'єкта (честь, гідність, сумління тощо). Моральна самосвідомість відображає усвідомлення службовцем власної інтелектуально-духовної, особистісно-професійної специфіки. Це цілісний образ власної особистості як професіонала, особистісної та професійної гідності, ціннісно-світоглядних переконань і дій тощо, згідно з яким він ставиться до самого себе і будує взаємодію з іншими.

Складовими моральної самосвідомості державного службовця є: *когнітивна компонента (самосвідомість)* – сприйняття особистісних якостей, професійних здібностей, суспільно-професійної значущості тощо; *емоційна* - відображає рівень самоповаги, впевненість або зарозумілість, самозневажання тощо; *оцінно-вольова* - характеризує прагнення підвищити самооцінку, завоювати повагу, довіру та професійне визнання.

Рушійною силою реалізації морально-професійних вимог є моральні мотиви (потреби, інтереси), насамперед, моральний обов'язок.

У суспільстві (як соціальній системі) *моральна норма* (від лат. Norma – правило, взірець) виконує функцію інтеграції її елементів навколо спільних цінностей. Суспільство не зможе вижити, якщо його норми не є обов'язковими для усіх елементів. Моральна норма визначає правила реалізації суспільних цінностей, які конкретизовані стосовно певної професійної групи, а також конкретні способи орієнтації для дій у функціональних і ситуаційних умовах, специфічних для певних колективів і посад.

У професійній етиці державних службовців моральна норма визначає форми допустимих моральних рішень і дій, які забезпечують виконання професійною групою та її представниками морального обов'язку. Моральна норма є однією із найпростіших форм моральної вимоги, що є елементом морально-професійних відносин і формою моральної свідомості. У ній знаходить об'єктивацію професійна потреба в тому, щоб у ситуаціях моральної колізії, які повторюються, державні службовці вчиняли однозначно. Тому етичні норми відображають практичну доцільність тих форм професійної співпраці (взаємодії та відносин), які набули моральної визначеності й стійкості. Етичні норми поділяються на норми-заборони, норми-рамки, норми-взірці.

Сутнісними рисами морально-професійної норми є її імперативність (обов'язковість), категоричність (безумовність, незалежність від обставин) та універсальність (відсутність «подвійних стандартів»). Ці риси відображають загальний і необхідний зміст морального закону – «норми норм» – «золотого правила етики».

Моральні принципи виражають спеціальні моральні вимоги до службової діяльності у найбільш загальній формі. Моральні принципи розкривають сутність і зміст, задають загальний напрям професійної діяльності і є основою конкретних норм. Цілісність професійної діяльності забезпечує сукупність моральних принципів. Тому їх практична реалізація в конкретній ситуації потребує свідомого поєднання.

Моральні принципи, які регулюють професійну діяльність державного службовця, є принципами етики державної служби та містяться у ЗУ «Про державну службу».

Державна служба здійснюється з дотриманням таких принципів:

1) верховенства права - забезпечення пріоритету прав і свобод людини і громадянина відповідно до положень Конституції України, що визначають зміст та спрямованість діяльності державного службовця під час виконання завдань і функцій держави;

2) законності - обов'язок державного службовця діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України;

3) професіоналізму - компетентне, об'єктивне і неупереджене виконання посадових обов'язків, постійне підвищення державним службовцем рівня своєї професійної компетентності, вільне володіння державною мовою і, за потреби, регіональною мовою або мовою національних меншин, визначеною відповідно до закону;

4) патріотизму - відданість та вірне служіння Українському народові;

5) доброчесності - спрямованість дій державного службовця на захист публічних інтересів та відмова державного службовця від превалювання приватного інтересу під час здійснення наданих йому повноважень;

6) ефективності - раціональне і результативне використання ресурсів для досягнення цілей державної політики;

7) забезпечення рівного доступу до державної служби - заборона всіх форм та проявів дискримінації, відсутність необґрунтованих обмежень або надання

необґрунтованих переваг певним категоріям громадян під час вступу на державну службу та її проходження;

8) політичної неупередженості - недопущення впливу політичних поглядів на дії та рішення державного службовця, а також утримання від демонстрації свого ставлення до політичних партій, демонстрації власних політичних поглядів під час виконання посадових обов'язків;

9) прозорості - відкритість інформації про діяльність державного службовця, крім випадків, визначених Конституцією та законами України;

10) стабільності - призначення державних службовців безстроково, крім випадків, визначених законом, незалежність персонального складу державної служби від змін політичного керівництва держави та державних органів.

Ці принципи доповнюють певною мірою принципи дипломатичної служби, що викладені в ст. 4 ЗУ «Про дипломатичну службу»: 1) патріотизм; 2) відстоювання національних інтересів України; 3) пріоритет прав та свобод людини і громадянина; 4) демократизм і законність; 5) гуманізм і соціальна справедливість; 6) професіоналізм, компетентність, ініціативність; 7) об'єктивність, чесність, порядність; 8) належне виконання службових обов'язків і додержання трудової дисципліни.

Моральна діяльність (вчинки). Аристотель, визначаючи предмет етики як практичної науки, наголошував на тому, що вона досліджує не всяку діяльність, а лише пов'язану із вільним вибором, який здійснює людина.

Поняття «моральність діяльності» державного службовця характеризується такими категоріями, як «свобода вибору», «свобода дії», «свобода творчості» та «свобода самореалізації».

Моральна діяльність виявляється у моральному вчинку, що скеровується і переживається суб'єктом (як автором і учасником), який несе повну відповідальність за його наслідки. «Не зміст зобов'язання мене зобов'язує, а мій підпис під ним...цей зміст не міг ізольовано спонукати до вчинку-підпису-визнання, а лише відповідно до моїх рішень дати зобов'язання». Моральний вчинок виступає безпосереднім «механізмом» моральної творчості як вищого прояву соціалізації людини. Повноцінний вчинок є водночас і акцією духовного розвитку особистості, і творінням та творенням моральних цінностей. Втілена в діях і вчинках, моральна діяльність стає моральною поведінкою і щодо людей, і щодо природного середовища.

Тому моральна поведінка є зовнішнім виявом моральної свідомості. На предмет моральності можна оцінювати державне управління в цілому як управлінську діяльність, що має відповідну структуру й суб'єктів. Що стосується державного службовця, який свідомо і добровільно обрав цю професію, то моральність виконання ним професійних обов'язків оцінюється з точки зору відповідності суспільним і специфічним моральним цінностям та нормам професійної етики, тобто моральна діяльність державних службовців не є самотійним професійним напрямом. Коректніше про неї вести мову як про аспект усіх елементів професійної діяльності, який надає їм моральної значущості: *мотивацію, цілеутворення, постановку завдань, вибір рішення, засобів, дій та оцінювання результатів.* У «матеріалізованому» вигляді моральна

діяльність державного службовця проявляється як властивість інтелектуальної та вольової сфер особистості. Її рушійною силою є *моральна мотивація професійної діяльності*, яка характеризує свідоме спрямування поведінки на виконання професійного обов'язку. Вона вводить в дію знання, переконання і моральні потреби (творити добро, виконувати обов'язок, досягати певних ідеалів тощо) та вимагає морального мислення й розвиненої уяви. Таким чином, моральна діяльність забезпечує державного службовця від реалізації хибної настанови, згідно з якою мета виправдовує засоби. Завдяки включенню морального механізму в процеси мотивації, цілеутворення, вибору рішення, засобів, дій результат професійної діяльності матиме моральний характер.

Особливістю моральної діяльності державних службовців є також *моральна оцінка професійних рішень*, дій з погляду їх наслідків. На таку її функцію звертають увагу психологи, фахівці з етики бізнесу, політичної етики та ін.

Моральна діяльність і поведінка сприяють встановленню сталих зв'язків між людьми, тобто моральних відносин. Як моральна діяльність не є автономним видом діяльності, так і моральні відносини не існують окремо від економічних, політичних та інших відносин. Моральні відносини є характеристикою усіх професійних відносин державних службовців, відіграючи в них гуманізуючу роль.

Морально-професійні відносини – це простір функціонування професійної моралі. Вони є своєрідною формою професійних зв'язків і взаємодії державних службовців, їх спілкування, співробітництва, солідарності. У моральних відносинах знаходить вияв суб'єктність державного службовця, завдяки чому вони об'єднують усіх службовців у цілісний колектив, забезпечуючи взаєморозуміння, взаємну довіру, взаємопідтримку, взаємодопомогу, співчуття тощо.

Оскільки морально-професійні відносини мають ціннісну основу, вони є: 1) аспектом усіх суспільних і міжособистісних відносин; 2) мають цілеспрямований, свідомий характер; 3) відображають демократичну спрямованість суспільства; 4) детермінуються особливостями національної культури; 5) фіксуються в традиціях і звичаях державної служби, народу; 6) спрямовують суспільний розвиток по шляху гуманізму і демократії.

Морально-професійні відносини державного службовця характеризують його взаємодію з усіма суб'єктами державного управління (колегами, колективом, громадянами, суспільними групами, суспільством у цілому) на демократичних засадах законності, свободи, справедливості, гуманізму, чесності тощо. Вони створюють ціннісно-смісловий простір службової діяльності як системи професійних зв'язків і залежностей (субординації-реординації-координації) з іншими суб'єктами державного управління, який забезпечує належні умови для виконання морального обов'язку, зокрема, між:

- державними службовцями і державою;
- державними службовцями згідно з їх посадовою підлеглистю, координацією;
- державними службовцями різних гілок влади;
- державними службовцями і громадянським суспільством;
- окремими державними службовцями та громадянами.

Моральні відносини у державній службі існують у формі вимог (принципів, норм, правил), які висувають суб'єкти професійних відносин один до одного з приводу виконання морального професійного обов'язку: моральних принципів державної служби; моральної відповідальності; морально-професійних якостей; морального контролю в процесі діяльності. Специфічним виявом моральних відносин є ставлення державного службовця до самого себе, яке виявляється в моральній самосвідомості, самооцінці, самоконтролі.

Моральна культура є своєрідною кодовою основою, матрицею моральної системи. Дослідники моральної культури розглядають її як «інтегральну єдність» двох суспільних явищ: культури і моралі у вимірі всезагальності, у справжньому сенсі людського буття. Мораль у цій єдності становить змістову основу. Тому структурно моральну культуру державного службовця можна подати як культуру моральної свідомості, моральної поведінки і моральних відносин.

3. Функції професійної етики державних службовців

Найчастіше виокремлюють такі функції професійної етики: регулятивну, оцінно-імперативну, пізнавальну, виховну та комунікативну. У сфері етики державних службовців доцільно розглядати низку функцій, які виявляють її специфічну роль у професійній діяльності.

Пізнавально-оцінна функція етики державних службовців спрямована на формування нового демократичного сприйняття суспільства й переосмислення в цьому контексті ролі держави й професії державного службовця. Вона полягає, по-перше, у формуванні професійної моральної свідомості й самосвідомості державного службовця, зокрема в осмисленні та інтериоризації демократичних суспільних цінностей і норм, етичних принципів і вимог державної служби, морально-професійного обов'язку тощо, по-друге, - у розвитку морального мислення, здатності до рефлексії моральних проблем, власного духовного світу, моральної аргументації і моральної самооцінки. Реалізація пізнавально-оцінної функції спрямована на формування навичок морального аналізу, алгоритмів морального обґрунтування рішень, дій, відносин та їх морального оцінювання, тобто пізнавально-оцінна функція не тотожна науковому пізнанню моральних явищ. Дві її складові (підфункції – пізнавальна й оцінна), які тісно пов'язані між собою в моральному процесі, сприяють розвитку теоретичного мислення і суб'єктивної орієнтації у світі моральних проблем професійної діяльності, здійснення морального оцінювання й морального вибору. Тому професійна етика виступає основою професіоналізму державних службовців.

Регулятивна функція спрямована на впровадження етичних засад у професійну діяльність шляхом відповідної організації колективної праці та нормування професійних відносин. Специфічна цінність моральної регуляції полягає у забезпеченні державному службовцю умов для відповідального виконання професійного обов'язку шляхом повноцінного вияву свободи, ініціативи, самостійності – умов, за яких лише і можлива професійна мораль і моральна професійна діяльність. Окремі автори структурують регулятивну функцію, виділяючи в ній такі складові: *нормативно-установчу, моральної*

регламентації, моральної субординації і моральної координації. Це дає змогу визначити морально-професійні норми, які виступають інструментами, засобами праці та її вдосконалення. Реалізація регулятивної функції спирається, насамперед, на професіоналізм керівних кадрів, а також на свідому волю і відповідальність кожного державного службовця, колективу в цілому за доручену ділянку роботи.

У переломні моменти суспільного розвитку регулятивна функція етики державного службовця проявляється неповною мірою. Це пояснюється тим, що колишня морально-етична нормативна система (примусу) і відповідна організація праці втратили свій авторитет, а нова лише формується і ще не визнається безумовною професійною цінністю.

Це виявляється у моральній безпринципності, управлінському свавіллі, безпредметному моралізаторстві, а також у неналежній організації управлінської праці, які породжують службові зловживання, конформізм, недисциплінованість та недосягнення поставленої мети.

Сутність *узгоджувально-інтегративної функції* полягає в тому, що етика державного службовця як засіб соціального управління, що забезпечує формування моральної спільноти, сприяє об'єднанню індивідуальної волі державних службовців у колективній діяльності, а також захист інтересів кожного на засадах моральної автономії та інших професійних норм.

Завдяки співучасті в управлінні, професійній відповідальній залежності, довірі і взаємодопомозі, морального стимулювання відбувається об'єднання державної служби в єдиний організм та моральна консолідація держави й суспільства.

Контрольна функція професійної етики державного службовця реалізується у формі внутрішнього і зовнішнього контролю моральності професійної діяльності. Внутрішній контроль реалізується як самоконтроль державного службовця, контроль колективної думки, інституту державної служби, а також у формі звичаїв, традицій колективу та інституту.

Інструментом самоконтролю виступає сумління як свідомість і почуття моральної відповідальності за виконання морального обов'язку. Контроль колективу державного органу (державної служби в цілому) забезпечується не лише колективною думкою, він потребує самодіяльних організацій державних службовців, а також спеціальних організаційно-етичних структур і засобів. Зовнішній контроль здійснює громадська думка та спеціальні інститути громадянського суспільства - незалежні комітети, громадські об'єднання та ЗМІ.

Запобіжно-профілактична функція етики державного службовця спрямована на вирішення двох завдань: 1) стимулювання етичної поведінки; 2) виявлення моральних деформацій, дисфункцій в управлінні, етичних конфліктів, причин, що їх породжують, їх розв'язання і нейтралізацію.

Сутність цієї функції полягає не лише в запобіганні аморальним проявам і підвищенні моральності державної служби, а й у формуванні в державних службовців почуття власної гідності й честі, лояльності до керівництва і професійної гордості. Етичне розв'язання конфліктів сприяє цивілізованому,

конструктивному підходу до вирішення проблем професійної діяльності, встановленню в колективі позитивного морально-психологічного клімату.

Функція соціалізації забезпечує інтеріоризацію і екстеріоризацію державними службовцями системи суспільних цінностей і моралі, спеціальних моральних норм державної служби та колективу, а також індивідуалізацію особистості державного службовця в процесі колективної праці та її самореалізацію на загальне благо.

4.Основи морально-психологічного регулювання державної служби

Морально-психологічними регуляторами діяльності державного службовця є поняття обов'язку, совісті, честі та гідності, а також уявлення про моральний ідеал державної служби.

Обов'язок - поняття моральної свідомості особистості, що виражає веління жити і чинити відповідно до моралі, яке людина направляє сама на себе. Моральні обов'язки державного службовця регламентуються перш за все їм самим відповідно до того, як він розуміє сутність своєї роботи, який сенс вкладає у виконання своїх завдань. Разом з тим, державна служба піддається громадському контролю, який також висуває вимоги до роботи чиновників. Це закріплюється в етичних і моральних кодексах державної служби. Таким чином, моральні обов'язки державного службовця, на відміну від посадових, отримують подвійну регламентацію: з боку його самого і з боку суспільства.

Совість - поняття моральної свідомості, що відображає переживання особистістю моральних вимог. Совість являє собою особистий контроль людини за її вчинками, який порівнює те, що було зроблено, з тим, як це повинно бути зроблено. Такий процес оцінки часто пов'язаний з різними виправданнями самого себе перед обличчям моральної необхідності: свою правоту людина підкріплює, посиляючись на об'єктивні і непереборні обставини. Особливо сильною подібна аргументація уявляється в тих сферах професійної діяльності, які пов'язані з міжособистісною взаємодією, роботою з людьми – знамениті «недосконалість законів» і «людський фактор» часто залучають для виправдання промахів в роботі державних службовців. Суперечливість цього контрольного механізму в сучасних реаліях державної служби намагаються врівноважити різними формами «об'єктивної совісті» - так, у багатьох країнах набув поширення інститут контрольних комітетів (суд честі, комісія з етики та ін.), які виконують функції консультування та медіації в складних ситуаціях, пов'язаних з роботою чиновників. Ще одним способом морально-психологічного контролю державної служби є надання права та обов'язку повідомляти про випадки ганебних та незаконних дій чиновників. У даному випадку суспільство свідомо закріплює за людиною це право, йдучи по шляху «меншого зла», яке попереджало б більше.

Чесць - поняття моральної свідомості, що відображає статус людини як представника своєї соціальної групи. Державна служба - престижний і шановний рід занять. Висока честь займати якусь посаду в державних структурах обґрунтовується тим, що тут людина – представник держави, її «обличчя», а також захисник закону та інтересів суспільства. Будь-які дії чиновника, що

завдають шкоди цим інститутам, особливо якщо їм не можна дати правову оцінку, свідчать про те, що державний службовець формально відмовляється нести свою службу, він не відповідає честі, наданої йому суспільством і державою, і вони мають право вимагати його фактичного відсторонення від посади, позбавити його ними ж наданих привілеїв.

Гідність - поняття моральної свідомості, яке позначає самоцінність особистості. Займаючи свою посаду, державний службовець прикладає зусилля до виконання покладеної на нього роботи, діє відповідно до Закону та інструкцій і, відповідно, має право на визнання його моральної гідності з боку суспільства і держави. Перш ніж буде доведено моральну невідповідність чиновника посаді, ніхто не може принижувати його словом або дією. Ця норма в більшості країн закріплена в законах, що захищають честь і гідність людини. Разом з тим втратити моральну гідність державний службовець може тільки сам в результаті дій, що порочать його.

Моральний ідеал - поняття моральної свідомості, що втілює досконалу мету людини. Моральний ідеал задає уявлення про те, якою людиною повинна стати, і про те, як повинна чинити, як їй слід жити. Моральний ідеал державної служби виникає в синтезі понять «служба» і «служіння». З одного боку, робота держслужбовця - це повсякденна праця, підпорядкована жорстким інструкціям, вона вимагає високої кваліфікації, компетентності, знань і умінь, підпорядкування ієрархії та емоційної витримки. З іншого боку, сутність державної служби - в дотриманні законності та справедливому ставленні до людини і суспільства; її функціями передбачено захист важливих суспільних цінностей: рівності, свободи, прав людини. Саме їм служить державний службовець.

Разом з тим, на відміну від морального ідеалу людини, створюваного нею самою, ідеал державної служби формується в суспільній свідомості і пред'являється тим, хто потрапляє на службу суспільству і державі. Відповідно, сама людина ідеал державної служби спочатку не формує і не обирає, що стає основною перешкодою на шляху слідування ідеалу. Проте моральний ідеал державної служби не існує окремо від неї, тому його приймають одночасно із заняттям посади, а не «у навантаження» до неї.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке етика державної служби та як вона відрізняється від етики державного службовця?
2. Яку роль відіграє дипломатична служба в системі державної служби України?
3. Які основні завдання та цілі етики державної служби?
4. Які моральні принципи мають дотримуватись державні службовці?
5. Як державна служба забезпечує баланс між суспільними та державними інтересами?
6. Яким чином державна служба сприяє підтримці стабільності в країні?
7. У чому полягає моральна відповідальність державного службовця?
8. Які основні категорії етики державних службовців?

9. Як моральна свідомість державного службовця впливає на його поведінку?
10. Що таке моральний обов'язок державного службовця, і як він реалізується?
11. Як співвідносяться моральні норми та професійна діяльність держслужбовця?
12. Які функції виконує професійна етика державних службовців?
13. Як працює регулятивна функція етики державних службовців?
14. Які особливості має узгоджувально-інтегративна функція етики державної служби?
15. Як реалізується контрольна функція етики державних службовців?
16. Які морально-психологічні чинники впливають на діяльність державного службовця?
17. Що таке моральний ідеал державної служби, і як він формується?
18. Як етика державної служби регулює питання корупції та довіри суспільства?
19. У чому полягає протиріччя між «етосом демократії» та «етосом бюрократії»?
20. Які обмеження особистої свободи існують для державних службовців, і чому вони запроваджені?

Тестові питання до теми:

1. Що таке етика державної служби?

- a. Різновид професійно-інституційної етики, що досліджує моральні засади діяльності держслужбовців
- b. Кодекс поведінки державних службовців
- c. Сукупність правових норм, які регулюють державну службу
- d. Особисті моральні принципи держслужбовців

2. Яка основна мета етики державних службовців?

- a. Забезпечення прав і свобод громадян, формування гуманних суспільних відносин
- b. Виконання всіх наказів керівництва беззаперечно
- c. Уникнення конфліктів у робочому середовищі
- d. Підвищення ефективності бюрократичного апарату

3. Що є об'єктом етики державної служби?

- a. Професійна мораль
- b. Законодавча база держслужби
- c. Психологічні особливості службовців
- d. Державні органи

4. Яка основна функція державної служби у суспільстві?

- a. Координація взаємодії між громадянами, організаціями та інститутами
- b. Забезпечення виконання лише економічних завдань держави
- c. Управління всіма підприємствами країни
- d. Монополізація політичної влади

5. Яке поняття відображає моральний контроль людини за її вчинками?

- a. Совість
- b. Честь
- c. Гідність
- d. Патріотизм

6. Що є головним моральним принципом державного службовця?

- a. Вбачати в іншому не засіб, а мету
- b. Дотримуватися субординації
- c. Виконувати накази керівництва
- d. Дотримуватися нейтралітету в будь-якій ситуації

7. Яка риса є обов'язковою для державного службовця?

- a. Законослухняність
- b. Креативність
- c. Особиста ініціатива у прийнятті законів
- d. Самостійне прийняття політичних рішень

8. Який принцип державної служби забезпечує незалежність персонального складу службовців від змін у владі?

- a. Стабільність
- b. Законність
- c. Політична неупередженість
- d. Добросовісність

9. Який з принципів етики держслужбовця вимагає відмови від особистих інтересів на користь публічних?

- a. Добросовісність
- b. Політична неупередженість
- c. Патріотизм
- d. Верховенство права

10. Що є складовими моральної самосвідомості держслужбовця?

- a. Когнітивна, емоційна, оцінно-вольова компоненти
- b. Освіта, кар'єрний ріст, досвід роботи
- c. Етичний кодекс, законодавство, підзаконні акти
- d. Політична позиція, релігійні переконання, соціальний статус

11. Що є основним джерелом моральної регламентації державної служби?

- a. Закони та етичні кодекси
- b. Особисті переконання службовця
- c. Політичні програми партій
- d. Культурні традиції регіону

12. Яка з функцій професійної етики держслужбовця спрямована на розв'язання конфліктів?

- a. Запобіжно-профілактична
- b. Контрольна
- c. Оцінно-імперативна
- d. Узгоджувально-інтегративна

13. Яка функція етики держслужби забезпечує об'єднання службовців у колектив?

- a. Узгоджувально-інтегративна
- b. Контрольна
- c. Оцінно-імперативна
- d. Пізнавальна

14. Що таке моральна культура держслужбовця?

- a. Поєднання моральної свідомості, поведінки та відносин
- b. Виконання норм законодавства
- c. Сукупність релігійних переконань
- d. Дотримання традицій

15. Яка особливість моральної відповідальності держслужбовця?

- a. Вона регулюється як власною совістю, так і суспільством
- b. Вона визначається лише внутрішніми переконаннями
- c. Вона не має юридичних наслідків
- d. Вона є обов'язковою тільки у межах службових обов'язків

16. Яке поняття означає моральну самоповагу особистості?

- a. Гідність
- b. Честь
- c. Відповідальність
- d. Совість

17. Як називається концепція, за якою державний службовець має служити суспільству, а не керувати ним?

- a. Служіння
- b. Патріотизм
- c. Бюрократизм
- d. Централізація

18. Який принцип етики держслужбовця означає забезпечення рівності громадян перед законом?

- a. Верховенство права
- b. Політична неупередженість
- c. Законність
- d. Прозорість

19. Що є основним джерелом морального вибору держслужбовця?

- a. Поєднання особистих переконань та норм професійної етики
- b. Вказівки керівництва
- c. Політична ситуація
- d. Власні матеріальні інтереси

20. Який основний фактор моральної діяльності держслужбовця?

- a. Усвідомлення свого професійного обов'язку
- b. Вигода
- c. Підпорядкування керівництву
- d. Соціальний статус

21. Яке основне завдання контрольної функції етики державного службовця?

- a. Контроль за моральністю професійної діяльності
- b. Регулювання кадрових змін
- c. Формування бюджетної політики
- d. Прийняття законів

22. Що є ознакою моральної бездоганності державного службовця?

- a. Відсутність корупційних дій
- b. Висока освіченість
- c. Особиста популярність
- d. Виконання всіх наказів беззаперечно

23. Що є головним моральним конфліктом держслужбовця?

- a. Конфлікт між "по-людськи" та "за законом"
- b. Відсутність особистої вигоди
- c. Наявність бюрократії
- d. Підпорядкування керівництву

24. Що формує моральну свідомість держслужбовця?

- a. Етичні принципи та професійна відповідальність
- b. Законодавство та інструкції
- c. Підпорядкування
- d. Кар'єрний ріст

25. Яка моральна якість є ключовою для держслужбовця?

- a. Доброчесність
- b. Амбіційність
- c. Стриманість
- d. Лояльність до керівництва

ТЕМА 9. ЕТИКА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН

1. Етика ділових відносин як розділ професійної етики
2. Морально-етичні параметри професії
3. Історичні форми ділових відносин
4. Основи етики ділових відносин
5. Моральний вимір ділових відносин в організації
6. Міжкультурне ділове спілкування
7. Ділові культури: моделі вивчення звичаїв

1. Етика ділових відносин як розділ професійної етики

Етика ділових відносин - розділ професійної етики, що вивчає морально-психологічні аспекти ділової взаємодії.

Суб'єктом моралі тут є будь-яка людина, залучена в офіційні, ділові відносини, незалежно від виду її професійної діяльності.

Етику ділових відносин часто називають етикою ділового спілкування, але ототожнювати поняття «відносини» та «спілкування» невірно – відносини виникають та реалізуються в процесі спілкування.

Проблемне поле етики ділових відносин складається з питань як світоглядного характеру (про суміщення приватного та спільного інтересів, про належне в ділових відносинах, про сутність рівності), так і морально-психологічного характеру (про особливості відносин в організації, про зміст корпоративної етики, про вибір професії, про моральні якості ділової людини, про складнощі міжкультурної комунікації, а також про етикет ділових відносин і багатьох інших).

2. Морально-етичні параметри професії

Професія - вид трудової діяльності людини, що вимагає спеціальної підготовки, навчання та знань, яка практикується людиною регулярно та служить їй джерелом існування.

У моральному сенсі вибір професії - це світоглядний вибір. Він пов'язаний з цінностями людини, її самовизначенням, світовідчуттям, її ідеалами і уявленням про сенс життя. Вибираючи професію, людина вибирає не тільки спосіб життя, рівень доходів, соціальний статус, оточення, але у відомому сенсі себе саму. Вона вибирає те, якою людиною стане у майбутньому, як зміняться її погляди і цінності, як вона буде сприймати саму себе, до чого вона буде прагнути.

Морально-психологічний зміст професії виражається в поняттях *професійного обов'язку* і *професійних переконань*.

Професійний обов'язок - це потреба вчиняти відповідно до цінностей та ідеалів професійної діяльності, що виникає як результат самопримушування особистості і внутрішнього переживання себе у професії. Проте професійний обов'язок поєднує в собі вимоги, що пред'являються суспільством і самою людиною до певної професійної діяльності. Що саме є таким обов'язком для

людини, в рівній мірі визначається як нею самою, так і суспільством. Тому в будь-якій професійній діяльності крім особистої відповідальності існує ще й громадський контроль.

Професійні переконання – це система професійних знань і поглядів, яка проявляється в усвідомленій потребі вчиняти відповідно до наявних знань. Володіти професійними переконаннями - означає привносити професійні знання в звичні форми поведінки (наприклад, судити про те, що відбувається з точки зору лікаря, вчителя, інженера, спортсмена, фінансиста і т.ін.), супроводжувати свої знання емоційними переживаннями («вболівати за свою справу»), відчувати залежність між членами професійної спільноти («професійна солідарність») і усвідомлювати відповідальність в особистому і загальнолюдському плані. Професійні знання, стаючи переконаннями, переводять саму людину на якісно новий рівень – рівень професіонала.

Професіоналізм як властивість людини, зайнятій в якій-небудь професії, на перший погляд, не несе в собі ніякого морального змісту. Під цим словом насамперед розуміється високий рівень володіння теоретичними і практичними знаннями, професійними навичками, а також володіння значним досвідом в деякій області. Традиційно професіоналізм протиставляється дилетантизму як відсутності кваліфікації і досвіду.

У сучасних реаліях професіоналізм стає суспільно та морально значущим явищем, цінністю. Це пов'язано з тим, що професійна діяльність і, ширше, ділові відносини є частиною не тільки економічної, а й соціальної сфери суспільства.

При більш детальному розгляді з'ясовується, що будь-яка професійна діяльність впливає на життя суспільства, долю людей, що живуть в ньому. Показово, що саме в наш час стали все частіше лунати висловлювання на кшталт "Що таке прогрес? – Це дуже просто: добре робити свою справу» або «бути патріотом – не означає співати гімн та носити вишиванку, а чесно працювати на благо суспільства».

Ідея про те, що негуманістичних професій не буває, є підставою вважати професіоналізм рисою особистісної цінності.

Ціннісний зміст професіоналізму можна викласти таким чином: забезпечення злагодженості, несуперечливості, гармонії між професійною діяльністю і пов'язаними з нею життєвими реаліями, готовність до морально схвалюваних вчинків у будь-якій професійній ситуації. При цьому професіонал у своїй діяльності стикається з двома видами проблем: проблемою мети та засобів, а також проблемою свободи.

Проблема мети і засобів в етиці має кілька рішень.

Перше – мета виправдовує засоби - припускає, що поставити перед собою благо мету достатньо для того, щоб вся подальша діяльність отримала схвалення. Це рішення породжує безліч суперечок про моральну чистоту професійної діяльності чиновників, лікарів, вчителів, спортсменів та юристів.

Друге – мета перевіряється мотивами – розглядає будь-яку мету як морально нейтральну, тобто ні добру, ні злу. Моральної або аморальної її роблять прагнення людини до хорошого або, навпаки, до поганого. Так, наприклад, порятунок життя може бути скоєно зі злим умислом, а приховування правди – з добрим.

Третє - мета відбивається в засобах - допускає, що мета може не бути морально значущою, а мати перш за все утилітарний характер. Тоді питання про якість засобів відступає на другий план, оскільки вони також оцінюються з точки зору їх практичності в досягненні даної мети, з позицій ефективності.

Четверте - єдність мети і засобів – розглядає мету і засоби як такі, що взаємно визначають один одного. Так, благородна мета може бути досягнута лише гідними засобами. Морально неоднозначні засоби знищують всю значимість благої мети, низькі цілі припускають використання таких же засобів, і навіть засоби, які заслуговують схвалення, але спрямовані на сумнівну мету, припиняють бути добрими.

Проблема свободи в професійній діяльності розгортається в полі морально значущих питань.

Свобода – це особливий спосіб буття людини. Її основна ознака - таке ставлення людини до своїх дій, при якому вона є їх визначальною причиною, а її дії безпосередньо не обумовлені природними, соціальними, психологічними та іншими факторами.

На рівні особистості свобода сприймається двояко: як свобода від чогось і як свобода для чогось.

Перша розуміється як прагнення позбутися обмежень, зовнішніх або внутрішніх, а також як прагнення слідувати своїм бажанням. У професійній діяльності до форм такої свободи можна віднести прагнення мати власну, незалежну думку, володіти своїм баченням цілей та засобів діяльності, робити те, що людина вважає за потрібне в своїй професії, і т.ін. На практиці, якщо самостійні судження не перегукуються зі справжньою сутністю тієї чи іншої професії, їх володар виявляється невільним ментально, морально і, як наслідок, часто фізично.

Друга - свобода для чогось - проявляється в розумінні того, навіщо людині дана свобода, і у відповідних цьому вчинках.

У професії її формами є виконання своїх обов'язків відповідно до правових та моральних норм діяльності, втілення в життя сутності своєї професії (наприклад, порятунок життя, просвіта, служіння людям і т.ін.), дотримання професійного обов'язку.

Моральний вимір професії пов'язаний також з декількома значними проблемами: оцінки корпоративності, професійної успішності та вибору професії.

Корпоративність - характеристика професійної діяльності, що полягає в дотриманні вузькогрупових, відокремлених цінностей, інтересів та інших пріоритетів, що обмежені рамками свого об'єднання.

Корпоративність властива будь-яким професійним об'єднанням, є їх невід'ємною рисою, що допускає і моральні, і аморальні ознаки. Наслідок корпоративності - такі характеристики професійної спільноти, як солідарність, колегіальність у прийнятті рішень, структурованість ділових особистих відносин, надання своїй спільноті особливого статусу і престижу, закритість такої спільноти і т. ін.

Проблема оцінки корпоративності пов'язана з її позитивними і негативними ефектами. Так, солідарність виражається як у підтримці та взаємодопомозі,

відстоюванні честі об'єднання, так і в явищі кругової поруки, в небажанні «виносити сміття з хати».

Професійний успіх - один з морально-психологічних елементів соціального розвитку особистості. Велика кількість в сучасному світі «компонентів успіху», а також безліч «формул успіху» свідчать про затребуваність і одночасно проблемність такого явища, як успіх.

Серед критеріїв професійної успішності виділяють психологічні, або особистісні:

- 1) професійне самовизначення і зрілість;
- 2) усвідомлення своєї унікальності в професії;
- 3) професійна відповідальність;
- 4) емоційна компетентність - вміння управляти як негативними емоціями (тривога, злість та ін.), так і позитивними (ейфорія, «запаморочення від успіхів» і т. ін.);
- 5) володіння професійною індивідуальністю – володіння самостійно обраними мотивами і цілями, цінностями та ідеалами, а також обмеженнями – нормами і принципами професійної діяльності.

До соціальних критеріїв професійної успішності відносять: кар'єрне зростання, рівень заробітку, визнання колег, сукупність позитивних результатів роботи, а також ступінь свободи людини (можливість вибирати час, місце і вид роботи, мати і висловлювати власну думку; міру залежності від влади і т.ін.). Як бачимо, особистісні та соціальні критерії успішності не доповнюють один одного та можуть окремо служити для оцінки успіху.

Це, зокрема, породжує таку проблему: від чого залежить професійний успіх – від якостей особистості або від зовнішніх обставин? А якщо і від того, і від іншого разом, то чому одні домагаються успіху всупереч обставинам, а інші – незважаючи на відсутність необхідних якостей?

Однією з ознак успіху називають ефективність роботи людини. З цим пов'язане питання про співвідношення ефективності і моральної значимості професійної діяльності.

Ефективність - характеристика предметної сторони професії. Її складовими є: продуктивність, якість та надійність.

Моральна значимість - властивість соціальної сторони професійної діяльності.

Очевидно, що обидві ці сторони взаємопов'язані і ефективність діяльності супроводжується питаннями про її моральну чистоту.

Зазначені параметри ефективності (продуктивність, якість, надійність) можуть бути ознакою також морально схвалюваної праці в тих випадках, коли предметом праці та її продуктом є матеріальні об'єкти. Достатня кількість якісних та надійних речей, вироблених людиною, свідчить про її моральні достоїнства (працьовитість, акуратність, відповідальність і т.ін.) та надає всій її діяльності морально позитивний смисл.

У випадках, коли предмет і продукт праці пов'язані з духовною сферою (знання, закон, особистість, суспільство, держава), гармонізувати ефективність та моральність праці набагато складніше. Працю якого вчителя слід вважати

ефективною: того, чиї учні отримують нагороди, того, найбільше число учнів якого вступило до ЗВО, або того, чиї учні просто стали хорошими людьми, які живуть по совісті? А якого адвоката слід вважати ефективним: того, хто рятує людину від покарання, того, хто надає послуги більшій кількості людей, або того, який домагається дотримання закону? Робота якого чиновника буде ефективнішою: того, хто дбає про інтереси суспільства, того, хто захищає державу, або того, хто не бере хабарів?

Очевидно, що в даному випадку ефективність простягається далі, ніж продуктивність, якість і надійність продукту; крім того, моральні фактори самі стають критеріями ефективності.

Вибір професії - важливий з точки зору розвитку особистості етап в її формуванні. Правильний вибір підвищує самоповагу людини та її самооцінку. Є кілька факторів цього вибору: моральні, психологічні та соціокультурні.

Моральні детермінанти вибору професії - це уявлення людини про себе ідеальну, про своє призначення та про ідеал свого життя, а також її ціннісні орієнтації.

Психологічні детермінанти включають інтелект, здібності, інтереси, спрямованість особистості, тобто її бажання, прагнення, схильності, переконання, суб'єктивний образ обраної професії, мотивацію та потреби, образ себе в професії, психофізіологічні особливості.

Мотивація вибору професії, згідно з багатьма дослідженнями, містить три групи мотивів: 1) пов'язані з оволодінням професією і змістом праці, 2) з престижем професії та потребами в спілкуванні, 3) з матеріальними потребами. У соціокультурному відношенні на вибір професії безпосередній вплив справляють сім'я, школа, а також друзі та знайомі.

Їх позиція буває троякою: 1) позиція невтручання - її займають ті, хто вважає вибір професії особистою справою людини, побоюється дати невірну пораду або байдужий до цього питання; 2) активна позиція – характерна для тих, кому важливі традиція та спадкоємність в професії, може проявлятися в тому разі, якщо вибір визначається чужою волею (батьків чи авторитетних знайомих); 3) співпраця – являє собою діалог людини та її оточення на тему вибору професії, практичну допомогу в профорієнтації для створення особистого бачення професії, формування професійних пріоритетів.

3.Історичні форми ділових відносин

Ділові відносини – це складний комплекс моральних, психологічних, соціальних, правових та інших зв'язків, що виникають між людьми в процесі спілкування, метою якого є задоволення економічних інтересів.

Часом виникнення ділових відносин і, відповідно, необхідності їх нормативного регулювання можна вважати той період у розвитку культури і цивілізації, коли склалися перші товарно-грошові відносини. Обмін товарами неминуче супроводжується турботою про їх якість, точність розрахунків, справедливу міру одержуваного за товар, тобто турботою про моральну чистоту

проведених угод. У поемі Гесіода «Роботи та дні» ми знаходимо наступні рекомендації:

Точно відмірявши, бери у сусіда в борг: віддаючи,
Міряй такою ж мірою, а можеш, - так навіть і більше,
Щоб напевно і надалі отримати, коль нужда трапиться.
Вигід нечистих біжи: нечиста вигода - смерть.
(Зичиш в сусіда — мірки пильнуй; повертаєш — тією ж
Міркою міряй, або, якщо змога, — більшою навіть,
Щоб і надалі, як зайде потреба, міг зичити в нього.
Зиску брудного цурайсь, усе одно що прокльону).

У середовищі торговців і купців виникають перші моральні вимоги, цінності та уявлення про ідеал ділових відносин. Діловитість, підприємливість, розторопність, передбачливість, чемність в поєднанні з чесністю, точністю в розрахунках та якістю товарів і послуг складаються в уявлення про хорошого торговця, якій гідно заробляє свій хліб. Одним з елементів професійної честі стає традиція «чесного купецького слова», відповідно до якої угоди укладалися тільки на основі довіри партнерів, навіть не знайомих близько, але які належали до одного, торгового, класу. Так, в «Книзі про вірних і невірних дружин» як зразок чесною, і тому вдалою, торгівлі наводиться розповідь про молодого купця, який довірив на кілька років велику партію цінного товару випадково зустрінутому посереднику, про якого тим не менш добре відгукувалися, і отримав прибуток, який в кілька разів перевищує вартість вантажу.

Свій внесок у формування поля ділової етики зробило закріплення норм, що регулюють діяльність цехів та ремісничих об'єднань. Серед них - вимоги групової солідарності, підтримки, захисту членів таких професійних спільнот, а також правила, що регулюють якість вироблених товарів.

Особлива форма ділових відносин склалася в рамках буржуазної культури. Перехід до індустріального суспільства позначився на змісті відносин, на уявленнях про ідеал людини та ціннісних орієнтаціях. Моральною основою ділових відносин стають принципи працьовитості і ощадливості. Передбачається, що саме в праці, якою би вона не була, людина не тільки проявляє свої здібності, але і формує якості характеру (наприклад, старанність, відповідальність, чесність, акуратність і т.ін.). Іншими словами, звичка працювати сприяє моральному прогресу особистості.

Навпаки, гуляща, бездіяльна людина, що погано веде свої справи, не може бути гідним партнером в ділових відносинах саме в силу її нелюбові до праці. Ощадливість як регулюючий принцип передбачає не тільки розумне ставлення до грошей, вона також характеризує людину з моральної сторони. Хто вміло розпоряджається предметами та результатами своєї праці, той є людиною цілеспрямованою, бачить сенс свого життя в тому, що він робить, цінує ресурси своєї роботи: час, гроші, репутацію. Поняття про ідеал людини також включає в себе ідею саморозвитку та самовиховання, завдяки чому важливою властивістю ділової людини стає вміння домагатися всього своїми силами (навіть якщо

людина користується протекцією, це повинно бути результатом її вміння налагоджувати особисті зв'язки).

В етику ділових відносин буржуазна культура привносить свої цінності: шанування і повагу до будь-якої праці, ідею приватної власності як ознаки морально гідного життя (з одного боку, чимось володіє той, хто це створив, заробив, з іншого – той, хто має щось, придбане своїми зусиллями, не стане цим ризикувати, здійснюючи аморальні вчинки), ощадливість і раціональне використання коштів, ідею громадянської активності учасників ділових відносин, згідно з якою людина, переслідуючи свої ділові інтереси, «бере в партнери» державу, ініціюючи прийняття вигідних їй рішень.

Для ділових відносин, які склалися в радянській культурі, характерними ціннісними орієнтаціями були: солідарність трудящих, колективізм, реалізація соціального ідеалу і прагнення до вищої ідеї через трудову активність. Цей комплекс ідей припускав, що людина через свою професійну діяльність пов'язана, з одного боку, зі своїм колективом, який може підтримувати її та регулювати її життя, та, з іншого боку, з державою, будучи частиною особливої спільності – радянського народу.

Ще однією особливістю ділових відносин тут була необхідність працювати. Праця та участь в ділових відносинах були не тільки правом, а й обов'язком людини. Включеність в соціальне життя розглядалася як необхідна частина професійної діяльності людини. Засудження ідеї приватної власності супроводжувалося наданням вторинного статусу матеріальній винагороді за працю. Критерієм успішності в діловій активності був не розмір оплати праці, а колективне визнання, трудова репутація людини.

У змісті сучасних ділових відносин значна частина колишніх ідей переосмислюється та трансформується. Так, наприклад, праця та працьовитість, зберігаючи свою моральну значимість для розвитку особистості, перестають бути критерієм якості ділової активності людини. На перший план виходять такі чесноти, як відповідальність, здатність швидко приймати рішення, орієнтуватися в мінливих обставинах і нестандартних ситуаціях.

Загальною моральною підставою ділових контактів стає ідея балансу інтересів. Вона робить значущою кооперацію у взаємодії, дотримання домовленостей, відкритість у справах та ведення діалогу.

Особливою умовою ділових відносин зараз стає зближення суспільства і держави, можливість діалогу між ними, введення правових регуляторів та наявність контролю сфери професійної діяльності.

При збільшенні числа ділових зв'язків між організаціями різних країн неминуче виникає необхідність зближення культур.

Важливим елементом етики ділових відносин в такій ситуації стає вміння налагоджувати міжкультурні зв'язки на основі норм, прийнятих в окремих культурах, а також з урахуванням міжнародних правил ведення справ.

Значущими для ділових відносин стають критерії моральної діяльності організацій, моральний клімат і відносини в них, устрій корпоративної культури, а також імідж ділової людини та організації.

4. Основи етики ділових відносин

Проблема поєднання приватного і громадського інтересів – одна з головних в етиці ділових відносин. В історії моралі вона вирішувалася кількома способами.

Теорія «розумного егоїзму» виникла за часів Великої Французької революції, її автор – французький філософ-просвітитель Клод Адріан Гельвецій. Він вважав, що себелюбство – це почуття, дане людині природою. Від природи людина ні зла, ні добра: вона завжди слідує своєму найсильнішому інтересу. Тому людський егоїзм і прагнення до здійснення своїх інтересів є єдиний справжній мотив людських вчинків. Гельвецій розрізняв два види егоїзму: вузький, неправильно зрозумілий, або прагнення задовольнити будь-яке своє бажання, і справді людський егоїзм, що супроводжується розумінням того, що для людини немає нічого важливішого, ніж суспільні інтереси, завдяки яким вона може реалізовувати будь-який приватний інтерес. Так, наприклад, політична та економічна стабільність держави є головним інтересом ділової людини, оскільки саме такі умови дозволяють гідно вести свої справи.

Принцип "розумного егоїзму" Гельвеція говорить: кожен повинен зрозуміти, що його головний інтерес – це інтерес суспільства. Відстоюючи інтереси суспільства, його члени можуть виконати власні бажання.

Етика утилітаризму - вчення, в якому головною метою людини визнається користь. Для визначення того, що буде користю для всіх зацікавлених сторін при прийнятті рішення, в утилітаризмі вироблені чотири принципи:

1. Принцип мети. Перш за все цінність вчинку вимірюється його метою - вона повинна задовольняти запити і бажання всіх учасників діяльності.

2. Принцип корисності. Для досягнення найбільшої користі мета вчинку повинна приносити максимально можливе благо найбільшій кількості зацікавлених сторін.

3. Принцип задоволення. Благо кожного учасника діяльності - це його задоволення і щастя, одержуване від реалізації поставленої мети. Міру свого задоволення і щастя кожен учасник визначає сам.

4. Соціальний принцип. Метою кожного вчинку має бути не власне задоволення і щастя людини, а благо суспільства або держави, тобто цінність поставленої мети залежить від того, наскільки вона корисна всьому суспільству або державі.

Одна з головних проблем **етики прагматизму** (від грец. pragma - дія) - практичне втілення моральних ідей і понять. Згідно з принципом Чарльза Пірса наше розуміння будь-якого об'єкта є не що інше, як наше уявлення про пов'язані з ним наслідки, що мають практичне значення. Якщо ми не бачимо практичної значущості моралі в ділових відносинах, то не вважаємо її важливим фактором для них. Відповідно, поєднання приватного і загального інтересів для людини можливо тільки як практично значущий для неї стан речей. Іншими словами, людина згодна піти на поступки на користь спільних інтересів, якщо це вигідно їй самій. Проте мова йде не тільки про матеріальну вигоду – не менш сильно, ніж діловий успіх, людину хвилює, наскільки правильна її діяльність: «бути хорошою» вона хоче так само, як і «бути успішною». Схвалення в ділових

відносинах двояке: і правове, і моральне. Перше людина отримує з боку закону, друге - з боку інших учасників ділових відносин (колеги, підлеглі, співробітники, партнери і т.д.). Тим самим бажання позитивної моральної оцінки і є та практична значимість, яка стоїть за необхідністю поєднання приватного і спільного інтересів в ділових відносинах.

Проблема належного в ділових відносинах - ще одна проблема в полі етики ділових відносин. Зміст посадових обов'язків закріплено спеціальними документами, в той час як професійні обов'язки, що виходять за рамки безпосередньої роботи, – це предмет світоглядного вибору самої людини. В етичних кодексах професій і організацій, в нормах корпоративної етики викладаються види таких обов'язків. Разом з тим, їх сутність пояснюється в деонтологічній етиці, предмет якої – поняття обов'язку. Мотивом вчинків людини може бути прагнення до задоволення, бажання заслужити похвалу, отримати визнання або нагороду. Мотивом же справді морального вчинку може бути тільки бажання виконати те, що треба, що належить. Що є належним для людини, незалежно від виду її діяльності, було описано І.Кантом у категоричному імперативі: роби за таким правилом, яке, на твій погляд, може стати законом для всіх; у твоїх вчинках ти сам та все людство в твоїй особі повинні бути метою, але не засобом; воля людини сама собі диктує цей закон, і тільки тоді вона є вільною.

Вирішенням проблеми рівності є *теорії справедливості*. Справедливість - моральне поняття, яке регулює відносини між людьми з приводу їх взаємних обов'язків і розподілу спільно вироблених благ. Поняття справедливості займає "перехідне положення" між мораллю та іншими регуляторами (право, економіка і т.д.), поєднуючи їх.

Аристотель виділяв два види справедливості: загальну та приватну. Загальна справедливість збігається з вимогами закону, слідувати їй – означає підкорятися закону. Її сутність - надання рівних прав і свобод всім членам суспільства, що поєднується з рівними можливостями в умовах неминучої нерівності.

Види приватної справедливості:

1) зрівняльна, яка вимагає рівної міри благ для всіх членів суспільства; така справедливість - чеснота законодавців;

2) розподільна, згідно з якою кожен повинен отримувати нагороду або покарання відповідно до своїх заслуг; це - чеснота правосуддя.

У теорії Джона Ролза розробляється ідея соціальної справедливості, або справедливості як чесності, що відновлює певний порядок у суспільстві, який сам по собі був би благом.

Суб'єкти справедливості при такому її розумінні – це соціальні інститути, закони, а також реальні відносини, що виникають на основі цих законів. Згідно з ідеєю Дж. Ролза людина, будучи відірваною від усіх соціальних відносин, вибере суспільство, де всі мають рівні можливості і де виключається збільшення блага одних за рахунок обмеження свободи інших, а також те, в якому наявність основних свобод поєднується з максимальним приростом суспільного блага. Відповідно, будь-яка людина буде миритися з нерівністю в суспільстві тільки в тому випадку, якщо зростання нерівності призведе нехай і не до рівного, але до

збільшення числа благ для всіх членів суспільства. Разом з тим, виправданням нерівності може бути тільки поліпшення становища тих, хто знаходиться в гіршому становищі.

Так, за рахунок оподаткування та перерозподілу коштів ті, хто займає привілейоване становище, підтримують тих, чиє життя менш вдале.

Інтерпретована таким чином справедливість можлива при виконанні двох її принципів:

- 1) ефективності: кожен повинен мати рівні права щодо великої схеми рівних основних свобод, сумісних з подібними схемами свобод для інших;
- 2) відмінності: соціальні та економічні нерівності повинні бути влаштовані так, щоб: а) від них можна було розумно очікувати переваги для всіх; б) доступ до статусів та посад був відкритий всім.

5. Моральний вимір ділових відносин в організації

Моральні аспекти ділових відносин в організації відносяться до галузі корпоративної етики та корпоративної культури. Термін "корпоративна етика" використовується в трьох значеннях: 1) перш за все, так називають моральні стандарти відносин в організації до різних груп, пов'язаних з її діяльністю (персонал, акціонери, інвестори, споживачі і т.ін.). 2) ще одне значення терміну – це вироблений організацією спосіб регуляції відносин між її членами, заснований на прийнятій в ній системі цінностей, тобто корпоративна етика задає норми і стандарти організаційної культури. 3) нарешті, корпоративна етика – це галузь досліджень професійної етики, предметом якої є форма і зміст відносин всередині організацій та за їх межами, а також численні моральні проблеми, що виникають в них (відповідальність, зловживання владою, аномалії службових відносин, дискримінація та обмеження свободи і т.ін.).

Корпоративна етика в значенні стандартів діяльності організації та як спосіб регулювання «морального клімату» в ній сутнісно пов'язана з явищем корпоративізму. Етика розглядає корпоративізм як систему норм і цінностей, набір відповідних механізмів управління і організації, а також звичаї, що діють в корпорації як добровільному і соціально закритому об'єднанні, створеному для ведення спеціалізованої діяльності і має в цій якості юридичний статус. Орієнтація на корпоративізм – це відмінна риса будь-якої спільноти людей. Через неї формується одна з найважливіших властивостей людини – групова ідентичність, завдяки якій людина асоціює себе, свої інтереси, цілі і цінності з різними спільнотами і групами, зокрема з тією організацією, де вона працює. Корпоративізм передбачає, що інтереси даної організації стоять вище окремих інтересів її членів, він надає внутрішньому устрою організації стійкий характер і часто закритість – норми корпоративної етики окремої організації закріплюють ролі і можливі стратегії поведінки її членів, регламентують форми участі в організаційному житті, а також якості і ціннісні орієнтації, необхідні для членства в організації (як професійні, так і особистісні). У більшості організацій корпоративна етика змушує співробітників переймати "корпоративний дух" -

ідею колективу як команди або сім'ї, про долю якої піклуються всі, хто в неї входить.

Декларовані цінності організації зазвичай закріплюються в кодексах або правилах корпоративної поведінки, в її символіці і традиціях. Також часто корпоративна етика передбачає створення особливої внутрішньої мережі (комітети, громадські групи та ін.), функцією якої є неформальний контроль і регуляція відносин.

Тип корпоративної культури залежить від декількох факторів: розміру організації, сфери та виду її діяльності, характеру структури, ціннісних орієнтацій. Наприклад, в залежності від ціннісних орієнтацій виділяють корпоративні культури, орієнтовані на продукцію, ефективність і економічний результат; на особистість, задоволення її можливостей і здібностей (типологія р. Блейка і Дж. Мутон). З'єднуючись, ці настанови породжують чотири типи організаційної культури: 1) найбільш життєздатний, орієнтований соціально-економічно; 2) економічно орієнтований, з сильною спрямованістю на економічну ефективність підприємства; 3) соціально орієнтований, де в управлінні переважає орієнтація на особистість; 4) умовно орієнтований, що має слабку економічну і соціальну установки.

Одним з факторів, що задають "моральний клімат" в організації, є стиль керівництва, або типова для керівника (лідера) система прийомів діяльності, що використовується в роботі з членами групи. Згідно з поширеною класифікацією Курта Левіна є три таких стилі:

1) авторитарний (автократичний, директивний). Лідери, які дотримуються цього стилю, чітко формулюють свої вимоги (що і як слід зробити). Вони беруть на себе весь обсяг влади і прагнуть приймати одноосібні рішення. Вибір цього стилю керівництва виправданий в умовах дефіциту часу, низької кваліфікації або мотивації співробітників, високої плинності кадрів, а також у випадках, коли керівником є найбільш досвідчений член групи;

2) демократичний (колегіальний). Відмінна риса лідерів з даним стилем керівництва - прагнення зрівнювати свою позицію і позицію підлеглих в прийнятті рішень, у розподілі винагород і відповідальності. Проте керівник допомагає співробітникам зорієнтуватися, заохочує їх ініціативу, підтримує їх участь у вирішенні групових завдань. При такому керівництві знижується швидкість і кількість виконуваної роботи, але значно підвищується її якість. Вибір цього стилю можливий в середовищі мотивованих співробітників, при тривалій і довірчій взаємодії керівника і колективу, при пошуку нестандартних рішень, а також в ситуаціях ризику;

3) анархічний (попустительський, дозвільний). Лідер, використовуючи цей стиль, мінімально керує групою. Він передає підлеглим право приймати рішення, встановлювати цілі і завдання, організовувати свою роботу. При цьому співробітники пред'являють керівнику багато претензій, особливо в конфліктних ситуаціях, намагаючись схилити його на одну зі сторін. Вибір цього стилю може привести до успіху тільки в висококваліфікованих і здатних до самоорганізації колективах, які потребують скоріше спостереження, ніж керівництва.

Якість морального клімату в організації залежить також від бажаної там форми ділової взаємодії: співпраці або суперництва. Співпраця передбачає об'єднання людей спільними цінностями, інтересами, цілями, справою. Вона супроводжується взаємною допомогою, підтримкою, а також поступками, компромісом. Співпраця вимагає вміння працювати в команді і розподіляти обов'язки, відповідальність і винагороди. Суперництво виникає як результат перетину або зіткнення інтересів.

Суперники, як правило, прагнуть до однієї мети, але при цьому хочуть випередити і перевершити один одного, бачать один в одному перешкоду для своєї діяльності. Часто суперництво супроводжується фаворитизмом з боку керівника або його пошуками. Ця форма взаємодії зазвичай заохочується в тому випадку, коли від співробітників хочуть отримати максимальний результат, перекласти відповідальність повністю на них, а також послабити горизонтальні зв'язки в колективі.

Особливим випадком суперництва є конфлікт – це зіткнення протилежно спрямованих, несумісних один з одним орієнтацій, інтересів, окремих епізодів у взаємодії або у відносинах індивідів і груп, пов'язане з негативними емоційними переживаннями.

Види конфліктів виділяють з таких підстав:

- кількості учасників конфлікту (внутрішньоособистісні, пов'язані з розбіжністю потреб, цілей, інтересів людини, з одного боку, і обставин її життя і діяльності – з іншого; міжособистісні; міжгрупові);
- спрямованості конфлікту (горизонтальні - конфлікти між людьми, які не перебувають один у одного в підпорядкуванні, вертикальні - між людьми, що займають різні щаблі ділової ієрархії; змішані);
- джерела виникнення (об'єктивно обумовлені і суб'єктивно обумовлені);
- виробленому ефекту (творчі, або інтегративні, а також руйнівні, або дезінтегративні);
- тривалості (короткочасні і затяжні);
- змістом (раціональні, тобто охоплюють предмети ділових відносин, і емоційні, засновані на взаємних негативних почуттях).

До особливого виду відноситься моральний конфлікт. Він являє собою зіткнення різних за змістом, але однаково значущих для людини цінностей (наприклад, обов'язок і любов, істина і щастя, честь і успіх і т.ін.). Гострота цього конфлікту в тому, що вибір на користь однієї цінності тягне за собою відмову від іншої. Для його вирішення найчастіше рекомендується стратегія «найменшого зла» - з двох однаково небажаних варіантів обрати той, який призведе до менш болючих наслідків для всіх учасників конфлікту.

Структура конфлікту включає в себе: об'єкт конфлікту і предмет спору; суб'єктів, або сторони конфлікту; причини конфлікту; його цілі; а також умови протікання.

У розвитку конфлікту виділяють кілька стадій: 1) невдоволення, взаємні закиди і претензії; 2) сварки, відчуження, роз'єднання сторін; 3) криза, що супроводжується переходом конфлікту у відкриту форму, скандали і пряме

протистояння; 4) ускладнення, формування після-конфлікту або його вирішення, припинення.

Конфліктологи К. Томас і Р.Кілменн визначили дві орієнтації поведінки в конфлікті: прагнення сторін відстояти свої інтереси і прагнення сторін враховувати інтереси інших учасників конфлікту.

Залежно від того, наскільки сильні ці особисті орієнтації, виділяють п'ять таких стратегій поведінки в конфлікті:

- ухилення - стратегія слабого прагнення відстояти свої інтереси та враховувати інтереси інших;
- поступка - стратегія сильної орієнтації на інтереси інших та слабкої орієнтації на свої;
- примус - результат сильної орієнтації на свої інтереси та слабкої - на інтереси інших;
- компроміс - ця стратегія відповідає середньої орієнтації як на свої, так і на чужі інтереси;
- співпраця - стратегія сильного прагнення до реалізації і своїх інтересів, і інтересів іншої сторони.

Управління конфліктом підпорядковується декільком загальним правилам:

1.Правило емоційної витримки - конфлікт завжди супроводжується емоційною напругою сторін, тому дане правило передбачає спроби найбільш спокійного висловлювання своєї позиції і вислуховування позиції суперника.

2.Правило безособовості конфлікту - загострення пристрастей часто пов'язано з образливими висловлюваннями на адресу іншої сторони, тому для управління конфліктом важливо не переносити обурення, викликане предметом суперечки, на особисті якості суперника.

3.Правило позитивного бачення конфліктної ситуації – часто зіткнення інтересів і взаємні претензії породжують почуття страху і безсилля, це віднімає бажання шукати вихід з ситуації, що склалася, тому значну роль у врегулюванні спору відіграє персональна установка сторін на природність конфліктів і їх принципову можливість бути розв'язаними.

4.Правило єдності висловлюваних претензій - в емоційно гострих ситуаціях виникає бажання «висловити все» і конфлікт переростає у взаємні звинувачення і закиди, тому управляти конфліктом можна, висловлюючи тільки те, що викликає невдоволення саме в цих обставинах.

5.Правило справедливого ставлення до сторін конфлікту – людина, висловлюючи претензію, зазвичай має на те підстави, навіть якщо вони надумані, а тому в якнайшвидшому вирішенні конфлікту особливо значимо вміння вислухати суперника та не виносити оцінок учасникам суперечки.

6.Міжкультурне ділове спілкування

Міжкультурне спілкування – це особлива область етики ділових відносин. У ній проблеми ділової взаємодії виводяться за рамки етики і психології. До факторів, що визначають особливості ділових контактів в даному випадку, додається і культурне походження людини. Передбачається, що весь комплекс

етнічних, національних, власне культурних елементів являє собою особливе середовище, в якому формується сама людина, а отже, і її способи налагоджувати і підтримувати контакти.

Ксенофобія і толерантність – ці дві крайні морально-психологічні позиції учасників міжкультурного спілкування, і в «чистому» вигляді вони зустрічаються не часто. Між ними виникає особливе «поле напруженості» міжкультурних контактів, у якому його учасники займають різні позиції (наприклад, «я поважаю чужу культуру, але намагаюся спілкуватися з представниками своєї», «всі різні культури, і зрозуміти їх дуже складно, тому потрібно приймати людей такими, які вони є», «є багато культур і правил, але якщо ти живеш в якійсь країні, живи за її традиціями»).

Ксенофобія - нетерпимість, неприйняття всього чужого. Психічну основу ксенофобії становить страх, який викликається незнайомим, іншим, що породжує агресію по відношенню до іншого. З точки зору біологізаторських теорій подібний страх є основою виживання і стабільності виду, оскільки він забезпечує йому надійний захист від ворогів. Стійкість ксенофобії в людських відносинах також пояснюється вродженістю цього страху. Однак з точки зору моральності все, що породжується страхом, не дозволяє людині зробити морально вільний вибір і прийняти морально гідне рішення, а значить, якщо страх перед чужим не можна подолати, його, як будь-яку емоцію, слід контролювати.

Толерантність - ставлення до іншого як до того, що має право на існування, Це супроводжується свідомим придушенням негативного сприйняття всього чужого. Бути толерантним до будь-чого - означає визнавати це рівнозначним своєму, що має таку ж гідність та таку ж цінність. Толерантність - одна з ключових моральних цінностей громадянського суспільства, оскільки, погоджуючись з тим, що інша думка, інша культура, інші цінності існують, толерантність в той же час допускає їх критику, осуд, неприйняття, але не припускає агресії і насильства по відношенню до них.

У сучасних ділових відносинах, в умовах ускладнення і збільшення частки міжкультурного спілкування перевага віддається толерантним позиціям, які більше сприяють взаємному розумінню і спільної реалізації інтересів.

Однією з важливих проблем міжкультурного спілкування є проблема *культуроцентризму і культурних стереотипів*. Ці два явища багато в чому визначають зміст і хід міжкультурного спілкування, вони, з одного боку, спрощують його і наповнюють певними смислами, а з іншого, будучи прихованими елементами комунікації, – гальмують виникнення взаєморозуміння і довіри між партнерами.

Культуроцентризм - це властивість особистості, що виявляється в звичай судити про все з позицій власної культури. Людина, засвоюючи норми і цінності, переймаючи уклад життя, властивий культурі, в якій вона живе, розцінює їх як правильні, адекватні, ефективні, так як вони забезпечують цілісність і стійкість її спільноти. Це невід'ємна властивість наших суджень і оцінок, і більшість труднощів у міжкультурному спілкуванні пов'язано саме з культуроцентризмом його учасників, який перешкоджає знаходженню «спільної мови». Наприклад,

носіям радянської та пострадянської культур рідко спадає на думку, що професія продавця, перукаря або офіціанта призначена насамперед для чоловіків.

У той же час з точки зору східного менталітету сфера послуг і торгівлі – це переважно чоловіче заняття.

Культурні стереотипи - ще один неминучий елемент міжкультурного спілкування. Стереотип являє собою відносно стійкий і спрощений образ чогонебудь. Це схема сприйняття, що містить елементарний набір ознак предмета, людини або явища. Перш за все стереотипи допомагають орієнтуватися в різних обставинах, скорочуючи час реагування на нові факти і враження. Разом з тим вони містять відносно достовірну інформацію, що служить більш швидкому впізнаванню особливостей нового предмета. До того ж вони впливають на створюваний образ реальності, фіксуючи і підкреслюючи окремі характеристики предметів і людей. Так, наприклад, відомо, що на Сході прийнято торгуватися, і, потрапляючи в Схожі обставини, ми без неприязні реагуємо на завищену ціну товару, швидко переймаємо «правила гри», хоча жодного разу, можливо, і не торгувалися.

Однак ми і сприймаємо східних людей як звичних до угод і торгівлі, що, звичайно ж, справедливо не завжди. Своєрідність тієї чи іншої культури в міжкультурному спілкуванні залежить від її ціннісних домінант – уявлень про те, як саме влаштований навколишній світ. Розглянемо найбільш значущі елементи картини світу і їх версії, висунуті різними культурами.

Зв'язок природи з людиною розглядається трояко:

- а) природа підвладна людині;
- б) людина і природа знаходяться в гармонійному зв'язку;
- в) природа підпорядковує і обмежує людину.

Перша версія поширена в індустріальних культурах, де природне оточення – інструмент реалізації зусиль і таланту людини. У ціннісних орієнтаціях таких культур людина-особлива сила, яка може все, якщо захоче, навіть підпорядкувати собі сили природи.

Друга версія - ціннісна домінанта культур Далекого Сходу, де люди покладаються на природний хід подій, змінити який забажає тільки наївна або дурна людина.

Третя – фаталістська - версія притаманна аграрним культурам, що залежать від природи в економічному плані.

Час. Виділяють культури, світогляд людей в яких звернено переважно в минуле, в сьогодення і в майбутнє. Про орієнтацію на минуле говорить шанування традицій, особливий статус сімейних відносин, тісні зв'язки між поколіннями, уявлення про час як про невичерпний ресурс. У діловій активності це проявляється в неспішному веденні справ, в перенесенні термінів і угод, в безпроблемній корекції планів, в тривалому обмірковуванні кроків, що робляться. Про орієнтацію культури на сьогодення свідчить невеликий інтерес до справ минулого і таке ж прагнення будувати чіткі, точні плани. Час розуміється як швидкоплинне, незворотне, а тому дуже цінне. У діловій активності при цьому особливе значення має відповідність між планами і результатами праці, точне дотримання встановлених термінів, вміння швидко реагувати на мінливі умови

роботи і швидко приймати рішення. Зверненість культури в майбутнє виражається в малому шануванні традицій, в орієнтації на молоде покоління, в створенні «культу молодості», при якому бути старим і немічним або молодим і здоровим – особистий вибір кожного. Час сприймається як те, що може бути втрачено даремно, а тому в діловій активності цінується вміння «ловити хвилю», користуватися моментом, створювати і вводити ефективні новації, планувати «з далеким прицілом», ставити перспективні цілі і приймати рішення, які виправдають себе і в майбутньому.

Простір. У різних культурах є дві тенденції в сприйнятті простору: перевага віддається громадському простору або особистому. Перший тип характеризується малим особистим простором людини, активним «втручанням» оточення в нього, тут рідко приховують події особистого життя, зазвичай люди працюють разом, часто ходять в гості без запрошення і збираються великими компаніями з будь-якого приводу. У ділових відносинах прийняті часті і емоційні дотики (обійми, поплескування по спині і плечах, торкання під час розмови і т. Д.), близьке розташування робочих місць без щільних перегородок, нормою вважається заглядати в лежать відкрито речі і документи. Другий тип сконцентрований на захисті особистого простору людини. У таких культурах його "перетин" (на вулиці, в магазині, на роботі) є приводом для обурення, люди намагаються уникати групового проживання, не прагнуть ділитися подробицями особистого життя і збиратися великими компаніями для повсякденних справ. У діловому житті дотику і будь-які інші жести ритуалізовані (тобто. допускаються у встановленій формі і в заданих обставинах), зустрічі та візити плануються заздалегідь, офісний простір влаштовано так, щоб співробітники були відокремлені один від одного, і т. д.

Прояв емоцій. Розрізняють культури емоційно експресивні і емоційно стримані. Представники емоційно стриманих культур вважають, що прояв емоцій говорить про слабкість або незрілості людини. Зайва емоційність можна пробачити, наприклад, дітям або жінкам. Представники емоційно експресивних культур, навпаки, вважають, що недостатнє прояв емоцій говорить про скритності, недовірливості, підозрілості, відлюдності людини, стає причиною недовіри до нього.

Ієрархія. Ставлення до ієрархії дозволяє виділити формальні і егалітарні культури. Для представників формальних культур ієрархія становить основу спілкування, вона поширюється на всі сфери життя і є необхідним критерієм в побудові відносин. У діловому житті з цим пов'язано, наприклад, звичай вести справи тільки з рівними собі за рангом і становищем партнерами. Для представників егалітарних культур ієрархія має функціональне значення: хтось виконує роль керівників, хтось-підлеглих. В інших випадках спілкування всі рівні. Так, наприклад, ділова або новаційна ініціатива може виходити від наймолодших членів організації, і вона буде прийнята.

Природа людини. В даному випадку мова йде про два підходи: а) натура людини задана спочатку; б) натура людини складається протягом життя. Перший підхід передбачає, що людина від народження порочний (або добродетельний). Тому його життя потребує строгих правил (або навпаки – він може виконувати

правила на свій розсуд). У діловому житті це позначається, зокрема, в прагненні все обумовлювати і фіксувати в документах (або будувати багато питань на довірі). З точки зору другого підходу про людину говорять перш за все цілі і результати його вчинків, а правила носять ситуативний і відносний характер. У таких культурах більш пильна увага приділяється діловій репутації, кредитній історії, соціальній діяльності організацій і т. д.

Свобода. У ряді культур свобода розглядається як особиста незалежність, можливість приймати самостійні рішення, робити вибір і відкрито висловлювати свою думку. Особливе значення надається розвитку здібностей і реалізації задатків особистості. У ділових відносинах під свободою розуміється незв'язаність правилами і зобов'язаннями, можливість довільно вибирати партнерів і впливати на хід угод. Інше розуміння свободи асоціює її з підтримкою оточення. Вільно діє не той, хто нічим не обмежений, а той, кого підтримує оточення, оскільки він робить правильні речі. На перший погляд, це не свобода, а лобювання групових інтересів, але в культурах з таким баченням свободи людина поза своїм оточенням не має ніякого статусу. А якщо він інтереси групи вважає своїми, то в ОБМІН отримує всіляку підтримку власних починань. У діловому житті такі культури відрізняються прийняттям рішень спільно, партнери діють тільки від імені своєї фірми і висловлюють не особисте, а загальну думку.

Інформація. Культури відрізняються тим, якому виду і обсягу інформації віддається перевага: офіційної, неофіційної, короткої, детальної. До офіційної короткої інформації зазвичай вдаються ділові партнери, в чій культурі прийнято довіряти офіційним джерелам, а також не втручатися в питання, які стосуються угоди. Бажання отримати офіційну детальну інформацію притаманне культурам, де важливо планування і впевненість у завтрашньому дні. На неофіційну коротку інформацію покладаються там, де прийнято ризикувати, але не прийнято довіряти офіційним даним. Велику увагу приділяють неофіційної детальної інформації в тих культурах, де вважають, що успіх угоди залежить від особистості партнера і від того, які з ним складуться відносини.

При всій різноманітності ціннісних підходів у різних культур єдність в регулюванні ділових відносин забезпечується загальним визнанням єдиних людських цінностей, таких як життя, Людська гідність, загальне благо та інші, які відображаються не тільки в особистому світогляді, але і в численних нормативних документах, що становлять основу міжнародної взаємодії.

7. Ділові культури: моделі вивчення звичаїв

Ділова культура - це складна система правил, навичок, ціннісних орієнтацій, що визначає спосіб ведення справ в будь-якій сфері економіки. Вона характеризує поведінку людей в їх трудовій діяльності, в економічних відносинах, в спілкуванні з питань виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ.

Структурні рівні ділової культури: а) загальнолюдський (цінності і норми, що визнаються повсюдно – здоров'я, багатство, щастя, турбота про спадкоємців і спадщину і т. д.); б) цивілізаційний (уявлення про світ і людину, характерні для

різних цивілізацій – західної, східної, європейської та ін.); в) соціокультурний (норми і цінності культури країни, в якій живе людина); г) професійний (ідеали, принципи, установки конкретної професії); д) ситуаційний (те, чим керується людина в даних обставинах). Відповідно до цього індивідуальний спосіб вести справи-результат безлічі орієнтацій і регуляторів. Скласти скільки-небудь адекватне уявлення про якусь ділову культуру без об'єднує ці рівні підстави буде складно. Сучасні антропологічні дослідження пропонують кілька моделей, що пояснюють пристрій тієї чи іншої культури шляхом визначення «загальних місць» багатьох культур, від яких залежать відмінності в поведінці людей, в їх виборі цінностей і правил.

Модель Холу. Дослідник Е. Т. Холл виділяє кілька "показників", які простежуються в поведінці представників різних культур, і формує ідеальні типи культур.

Культури "високого" і "низького" контексту. Культури розрізняються своїм "читанням контексту", тобто використанням прихованої інформації, яку укладає в собі кожна ситуація. Чим більше контекстуальної інформації необхідно для розуміння соціальної ситуації, тим вище складність культури. А чим вище складність культури, тим важче «чужинцям» правильно зрозуміти і оцінити ділову поведінку.

Модель Холла класифікує культури за ознакою слабкої і сильної контекстуальної залежності. Люди, які користуються щільною інформаційною мережею (тісні контакти між членами сім'ї, постійні контакти з друзями, колегами, клієнтами і т.д.), відносяться до культури з високим контекстом, а індивіди з більш вільною мережею зв'язків у своєму соціальному оточенні і з меншим обсягом обміну інформацією – до культури з низьким контекстом.

Культури "високого контексту" можна назвати однорідними – вони мало змінюються з часом і при взаємодії з іншим культурним оточенням. Поведінка представників цих культур найчастіше передбачувано і породжує однакову реакцію. На думку Е. Т. Холла, тут для звичайного повсякденного спілкування не потрібно докладної інформації про те, що відбувається, оскільки представники цих культур постійно в курсі того, що відбувається навколо. Вихідці з культур "високого контексту" багато інформації отримують з мовних джерел, таких як ієрархія, статус, зовнішній вигляд людини, його манери, умови проживання, Походження, рівень освіти і т.д. крім того, такі люди не вітають відкрите вираження невдоволення або незгоди.

До держав з високим контекстом культури Е. Т. Холл відносить Францію, Іспанію, Італію, країни Близького і Далекого Сходу, а також Росію.

У той же час у світі існує група культур, в яких практично відсутні неформальні інформаційні мережі. Дані культури менш однорідні, в них міжособистісні контакти строго розмежовані, представники цих культур НЕ змішують особисті відносини з роботою та іншими аспектами повсякденного життя. Наслідками подібної особливості виявляються слабка інформованість і велика потреба в додатковій інформації для розуміння представників інших культур при спілкуванні.

До типу низькоконтекстуальних культур Е. Т. Холл відносить культури Німеччини, Швейцарії, США, скандинавських країн. У цих культурах більша частина інформації міститься в словах, а не в контексті спілкування. Тут люди часто висловлюють свої бажання словесно, не припускаючи, що вони будуть зрозумілі з ситуації спілкування. У таких ділових спільнотах найбільше значення надається мови, а також обговоренню деталей. Кращий прямий і відкритий стиль спілкування, коли речі називають своїми іменами і дають їм відповідні оцінки. Для представників цих ділових культур дуже важливі письмові контракти, договори, документи.

Монохронні і поліхронні культури. На думку Е. Т. Холла, час є важливим показником темпу життя і ритму діяльності, прийнятим в тій чи іншій культурі. Культура використання часу виступає головним організуючим фактором життя і комунікації, так як за допомогою часу люди висловлюють почуття, підкреслюють важливість своїх вчинків і дій. Згідно Е. Т. Холлу в залежності від способу використання часу культури можна розділити на два види: а) монохронні, в яких час розподіляється таким чином, що в один і той же відрізок часу можливий тільки один вид діяльності; б) поліхронні, де в один і той же відрізок часу проводиться кілька видів діяльності.

Монохронне використання часу означає, що дії здійснюються послідовно протягом певного часу. Відповідно до цього час представляється як прямий шлях з минулого в майбутнє. Монохронний час розділяється на відрізки, тобто все ретельно планується для того, щоб людина могла в будь-який відрізок часу сконцентруватися на чомусь. Представники монохронних культур приписують часу речову вартість: його можна витратити, заощадити, втратити, надолужити, прискорити. Для представників монохронних культур своєчасність пов'язана з призначенням для події часом. Такий тип використання часу практикується в Німеччині, США, ряді північноєвропейських країн.

Поліхронне сприйняття часу протилежно монохронному - в ньому багато що відбувається одночасно. Поліхронний час розуміється не як прямолінійний шлях, а як якийсь вузол переплетення багатьох подій, тому воно менш відчутно. Для представників поліхронних культур своєчасність залежить від цінності призначеної події – найважливіша справа може змусити їх відкласти всі інші заплановані справи. Представники поліхронних культур роблять кілька справ одночасно, частіше переривають свою роботу, надають менше значення домовленостям про зустрічі. Вони частіше і простіше змінюють свої плани, а їх пунктуальність залежить від характеру взаємин (наприклад, близький друг зрозуміє і пробачить запізнення, а діловий партнер – ні). До типових поліхронним культурам Е. Т. Холл відносить культури країн Латинської Америки, Близького Сходу, Середземномор'я, а також Росії.

Модель Льюїса. Всі ділові культури Р. Льюїс розділяє на три великі групи: моноактивні, поліактивні і реактивні-в залежності від того, в чому представники тих чи інших культур бачать сенс ділового контакту.

Моноактивні культури. Представники цієї групи сенс ділових контактів бачать в укладанні угоди. Тому для них найбільше значення має контракт і вони найменше налаштовані на близькі міжособистісні відносини. До числа таких

культур р. Льюїс відносить ділові культури Північної Америки, а також країн Північної і Західної Європи.

Поліактивні культури. У цій групі ділових культур діловий контакт розглядається як рід близького знайомства. Тому найбільше значення для них має довіра. Якщо бізнесмен невідомий і близько не знайомий з представниками поліактивної ділової культури, його чекає невдача при укладенні контракту. До цієї групи зараховуються ділові культури країн Арабського Сходу, Латинської Америки, малої та Середньої Азії, Східної та Південної Європи, а також країн Далекого Сходу.

Реактивні культури. Ділові культури цієї групи диктують своїм представникам дотримання рівності, status quo при веденні справ. Набагато більше, ніж довіра, вони цінують паритет, адекватний розподіл прав і обов'язків. У цю групу р. Льюїс включає японську і фінську ділові культури.

Модель Хофштеде. Звичай в різних культурах Г.Хофштеде систематизує за допомогою наступних показників.

Дистанція влади. Це показник ступеня, в якій підлеглі сприймають нерівний розподіл влади як належне. При малій дистанції нерівність прав і можливостей, а також їх обмеження розглядаються як неприпустимі. При великій дистанції така несправедливість виглядає прийнятною. У культурах з високою дистанцією влади остання бачиться як якась даність, що має фундаментальні основи. Тому представники цього типу культури вважають, що влада – найважливіша частина соціального життя, а носії влади розглядають своїх підлеглих як людей, істотно відрізняються від них самих. При цьому в культурах такого типу акцент робиться в основному на примусовій формі влади.

Тут високу цінність мають обов'язковість, старанність, конформна поведінка, авторитарні установки і жорсткий стиль керівництва. Питання про легітимність самої влади в цих культурах не настільки важливе, оскільки в суспільстві негласно існує переконання, що в світі має бути певна нерівність, в якій кожен має своє місце. У таких культурах для організацій характерні: централізація влади, велика чисельність персоналу в області контролю і перевірки, що визначає значимість тієї чи іншої роботи.

У культурах з малою дистанцією влади панує точка зору, згідно з якою нерівність в суспільстві має бути зведена до мінімуму. Представники даного типу культур вважають, що ієрархія – умовне закріплення нерівності людей в суспільстві, тому найбільше значення там надається таким цінностям, як рівність у відносинах, індивідуальна свобода і повага до особистості.

Підлеглі тут не вважають, що їх керівники володіють особливим особистісним статусом, в результаті комунікація менш формальна, рівність співрозмовників виражено сильніше, а стиль спілкування носить в більшій мірі консультативний характер. У цих культурах емоційна дистанція між вищестоящими і їх підлеглими незначна. Відкрита незгода або активна протидія начальнику також розглядається тут як норма. Г. Хофштеде робить висновок, що до КУЛЬТУР з високою дистанцією влади можна віднести культури країн Далекого Сходу, арабського світу, турецьку, російську та інші, а до КУЛЬТУР з низькою дистанцією влади – культури Західної та Північної Європи, а також США.

Індивідуалізм і колективізм. Індивідуалізм характеризує культури, в яких нормою вважається піклуватися тільки про себе і своє найближче оточення, колективізм – культури, для яких норма – жити у великій спільноті (родичі, друзі, релігійна громада та ін.) і відстоювати його інтереси, як свої власні.

Індивідуалізм притаманний суспільствам з вільною (нежорсткою) соціальною структурою, колективізм – суспільствам із суворою соціальною структурою, з чітким поділом на соціальні групи, всередині яких кожному індивіду гарантовані турбота і увага інших в обмін на беззастережну лояльність по відношенню до групи.

До колективістського типу культур слід віднести більшість традиційних азійських і африканських країн, а також культури католицьких країн Південної Європи і Латинської Америки.

В індивідуалістських спільнотах відносини між людьми залежать від особистих інтересів і домагань кожного, а тому вони змінюються в міру трансформації останніх. У подібних суспільствах вибір стилю одягу, друзів, занять або чоловіка відносно вільний і є переважно особистою справою.

У культурах з індивідуалістською орієнтацією свідомості, наприклад в Німеччині, США, Австралії, Великобританії, Канаді, Нідерландах, Новій Зеландії, зв'язки між людьми важливі, але мають інший статус. У цих культурах вважається, що прихильності не повинні суперечити цілям людини. Цінується насамперед вільна конкуренція, право власності, гласність і відкритість у справах. Вітається вміння самостійно приймати рішення.

Маскулінність і фемінність. Маскулінність характеризує культури, в яких суспільні ролі для чоловіків і жінок різні.

Фемінність - риса культур, в яких ролі, очікувані суспільством від чоловіків і жінок, однакові. Риси, цінні в маскулінних культурах, - це марносластво, прагнення до успіху, активне множення досягнень, турбота про високий достаток, наполегливість, сила, незалежність, матеріальний успіх, відкритість; в роботі тут найбільше цінується результат, і винагорода відбувається за принципом реального вкладу в нього. У культурах, характерних для Австрії, Великобританії, Венесуели, Німеччини, Греції, Ірландії, Італії, Мексики, Швейцарії, Філіппін, Японії, відмінності чоловічих і жіночих ролей в суспільстві чітко позначені: хлопчиків вчать бути рішучими і наполегливими, а дівчаток – поступливими і турботливими. Фемінні культури цінують якість міжособистісних відносин, співпрацю, прагнення до розуміння, турботу про оточуючих. Цей тип орієнтації свідомості простежується в культурах Данії, Нідерландів, Норвегії, Португалії, Фінляндії, Чилі, Швеції. Тут особливо значимі емоційні зв'язки між людьми, турбота про ближнього, благо всієї спільноти. У вихованні дітей велике значення надається розвитку почуття солідарності і скромності, проповідується соціальна рівність статей, співчуття тим, хто зазнав невдачі; переговори і компроміс – основний спосіб вирішення конфліктів. Нагорода за працю в культурах фемінного типу дається в основному за принципом рівності.

Уникнення невизначеності. Це показник ступеня, в якій представники культури побоюються непередбачених ситуацій і прагнуть уникнути їх. За даним

показником Г.Хофштеде розділяє культури на два типи – з високим і з низьким рівнем уникнення невизначеності.

У культурах з високим рівнем уникнення невизначеності в ситуації невідомості люди відчують стрес і почуття страху, тому для них характерний високий рівень агресивності у відповідь на зміну обставин, супроводжуваний прагненням убезпечити себе правилами, неприйняттям відхилень від норми в поведінці, вірою в існування абсолютних істин. У таких культурах більше чинять опір будь-яким змінам, болісно ставляться до двозначності в словах, турбуються про майбутнє, мало схильні до ризику, потребують письмових інструкцій, правилах і законах, які надають життя стійкість і визначеність. Люди тут вважають за краще чіткі цілі, докладні завдання, жорсткі графіки роботи і розклад дій. До культур даного типу Г.Хофштеде відносить культури Бельгії, Німеччини, Гватемали, Греції, Перу, Португалії, Уругваю, Франції, Японії.

У культурах з низьким рівнем уникнення невизначеності люди більшою мірою схильні до ризику в незнайомих умовах, для них характерний більш низький рівень стресів і страхів. Тут люди не приймають надмірної регламентації та організації життя, не люблять надлишку правил та інструкцій. Вони краще почувають себе в неординарних ситуаціях, що вимагають особливого підходу до вирішення проблем.

У таких культурах панує переконання, що у всьому слід сподіватися тільки на себе. Їх представники легше переносять непередбачуваність життя, вони спокійно сприймають незрозумілі людські вчинки і новизну ідей, терпимо ставляться до всього незвичайного, високо цінують ініціативу, готовність йти на ризик. До цієї категорії Г.Хофштеде відніс культури Данії, Індії, Ірландії, Нідерландів, Норвегії, Сінгапуру, США, Фінляндії, Швеції.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке етика ділових відносин і як вона пов'язана з професійною етикою?
2. Чим відрізняються поняття «ділові відносини» та «ділове спілкування»?
3. Які основні питання складають проблемне поле етики ділових відносин?
4. Як моральні та етичні параметри впливають на вибір професії?
5. Що таке професійний обов'язок і як він визначається?
6. Яка роль професійних переконань у формуванні особистості фахівця?
7. Чому професіоналізм вважається суспільно та морально значущою характеристикою?
8. Які існують підходи до проблеми мети і засобів у професійній етиці?
9. Як проблема свободи проявляється у професійній діяльності?
10. Які етичні аспекти пов'язані з корпоративністю та професійною солідарністю?
11. Які особистісні та соціальні критерії професійної успішності виділяють?
12. Яким чином моральна значимість професійної діяльності поєднується з її ефективністю?
13. Які моральні, психологічні та соціокультурні фактори впливають на вибір професії?

14. Як історично розвивалися ділові відносини та які моральні принципи ними керували?
15. Як відрізняються підходи до ділової етики в буржуазній, радянській та сучасній культурах?
16. Що таке «розумний егоїзм» і як він співвідноситься з етикою ділових відносин?
17. Які принципи етики утилітаризму застосовуються в ділових відносинах?
18. Як корпоративна етика впливає на моральний клімат в організаціях?
19. Які основні стилі керівництва виокремлюють у корпоративній етиці?
20. Які особливості міжкультурного ділового спілкування є важливими для успішної взаємодії?

Тестові питання до теми:

- 1. Що є предметом етики ділових відносин?**
 - a. Морально-психологічні аспекти ділової взаємодії
 - b. Фінансові відносини у бізнесі
 - c. Юридичні аспекти трудових відносин
 - d. Методи управління персоналом
- 2. Що є головним фактором морального вибору професії?**
 - a. Цінності людини і її світогляд
 - b. Матеріальна винагорода
 - c. Престижність професії
 - d. Популярність професії
- 3. Що таке професійний обов'язок?**
 - a. Потреба діяти відповідно до ідеалів професії
 - b. Дотримання законодавчих норм
 - c. Виконання наказів керівництва
 - d. Додержання внутрішніх правил компанії
- 4. Що є основою професійних переконань?**
 - a. Усвідомлена потреба діяти на основі професійних знань
 - b. Досвід старших колег
 - c. Соціальні очікування
 - d. Тиск з боку суспільства
- 5. Що є основним критерієм професіоналізму?**
 - a. Високий рівень теоретичних і практичних знань
 - b. Довготривалий досвід роботи
 - c. Популярність серед колег
 - d. Високий рівень зарплати

6. Яке з наведених тверджень є принципом «розумного егоїзму»?

- a. Головний інтерес людини – це інтерес суспільства
- b. Кожна людина повинна діяти лише у своїх інтересах
- c. Всі дії людини мають бути безкорисливими
- d. Головна мета бізнесу – отримання прибутку

7. Що передбачає етика утилітаризму?

- a. Максимальну користь для найбільшої кількості людей
- b. Принцип рівності у всіх аспектах життя
- c. Відмову від будь-якої особистої вигоди
- d. Орієнтацію виключно на особисті цілі

8. Що є головним у концепції корпоративної етики?

- a. Моральні стандарти відносин всередині організації
- b. Дотримання правових норм
- c. Виконання наказів керівництва
- d. Забезпечення матеріальної мотивації працівників

9. Який стиль керівництва передбачає повне прийняття рішень лідером?

- a. Авторитарний
- b. Демократичний
- c. Анархічний
- d. Гібридний

10. Що таке корпоративність у професійній діяльності?

- a. Дотримання групових цінностей та норм професійної спільноти
- b. Відокремлення особистих та професійних інтересів
- c. Індивідуальний підхід до роботи
- d. Уникнення будь-якої колективної відповідальності

11. Що є основою міжкультурного ділового спілкування?

- a. Урахування норм різних культур та міжнародних правил
- b. Використання універсальної бізнес-мови
- c. Нав'язування власної культури партнеру
- d. Відмова від урахування культурних відмінностей

12. Яка теорія пояснює зв'язок між приватними та суспільними інтересами?

- a. Теорія «розумного егоїзму»
- b. Теорія економічного матеріалізму
- c. Теорія соціального конструктивізму
- d. Теорія інноваційного менеджменту

13. Що таке моральний конфлікт?

- a. Зіткнення рівнозначних за значенням, але протилежних цінностей
- b. Незначне непорозуміння між колегами
- c. Конкуренція за лідерство у компанії
- d. Невідповідність між посадовими обов'язками

14. Який із принципів відображає ідею єдності мети і засобів?

- a. Благородна мета може бути досягнута лише гідними засобами
- b. Для досягнення мети можна використовувати будь-які засоби
- c. Мета виправдовує засоби
- d. Мета важливіша за процес її досягнення

15. Що є ключовим у концепції соціальної справедливості Джона Ролза?

- a. Рівні можливості для всіх членів суспільства
- b. Абсолютна рівність усіх громадян
- c. Ігнорування соціальних відмінностей
- d. Обмеження прав привілейованих груп

16. Який критерій є важливим для професійної успішності?

- a. Професійна відповідальність
- b. Висока заробітна плата
- c. Популярність у колег
- d. Соціальний статус

17. Що є однією з основ ділової етики буржуазного суспільства?

- a. Принцип працьовитості і ощадливості
- b. Пріоритет державних інтересів
- c. Колективна відповідальність за результат
- d. Орієнтація на традиційні соціальні цінності

18. Що є основною характеристикою конфлікту?

- a. Зіткнення несумісних інтересів
- b. Різні стилі управління
- c. Нерозуміння між співробітниками
- d. Відсутність дисципліни

19. Що означає стратегія «компромісу» у конфлікті?

- a. Взаємні поступки між сторонами
- b. Повне уникнення конфлікту
- c. Примус однієї сторони
- d. Ігнорування проблеми

20. Що є наслідком корпоративності у професійній діяльності?

- a. Солідарність та підтримка членів професійної спільноти
- b. Відсутність індивідуальної відповідальності
- c. Зменшення соціальної взаємодії
- d. Обмеження професійного розвитку

21. Який стиль керівництва найбільше сприяє ініціативності працівників?

- a. Демократичний
- b. Авторитарний
- c. Анархічний
- d. Патерналістичний

22. Що є основною проблемою оцінки професійного успіху?

- a. Поєднання особистісних та соціальних критеріїв
- b. Вплив зовнішніх обставин
- c. Наявність кар'єрного зростання
- d. Суб'єктивність оцінки

23. Який стиль керівництва застосовується у висококваліфікованих колективах?

- a. Анархічний
- b. Авторитарний
- c. Директивний
- d. Контрольований

24. Що є головним у концепції толерантності у діловому спілкуванні?

- a. Визнання інших культур рівноцінними
- b. Ігнорування культурних відмінностей
- c. Пріоритет власної культури
- d. Уникнення міжкультурного діалогу

25. Який чинник впливає на ефективність професійної діяльності?

- a. Продуктивність, якість та надійність роботи
- b. Суб'єктивні відчуття працівника
- c. Кількість робочого часу
- d. Формальне дотримання правил

ТЕМА 10. КОМУНІКАЦІЙНА ЕТИКА

- 1.Що таке комунікаційна етика?**
- 2.Сфера застосування комунікаційної етики**
- 3.Основні теми комунікаційної етики**
- 4.Коротка історія комунікаційної етики**
- 5.Основні категорії комунікаційної етики**
- 6.Сучасні виклики комунікаційній етиці**
- 7.Постмодерністська парадигма комунікаційної етики**

1.Що таке комунікаційна етика?

Комунікаційна етика є важливою частиною професійної етики, оскільки здійснення професійної діяльності без комунікації неможливо.

Комунікація наповнює людське існування та взаємодію між особистостями. Незалежно від того, чи взаємодіємо ми у близьких та дружніх колах, чи під час щоденних зустрічей, соціальних обмінів, ділових операцій, політичної активності, медичного обслуговування, використання різноманітних друкованих, візуальних та аудіо засобів масової інформації, електронної пошти, текстових повідомлень чи інших інформаційних технологій, наші комунікативні обміни підкреслюють, ким ми є як люди, що ми цінуємо і як ми цінуємо інших. З цієї причини комунікація у всіх її аспектах, від вербальних до невербальних, невід'ємно включає моральні виміри. Саме комунікаційна етика розглядає ці виміри.

Комунікація природно орієнтована на інших, а отже, є як індивідуальною, так і колективною. Інтереси та цінності, які є не лише особистими, але й вкоріненими в соціальному та культурному контекстах, формують те, що, як і чому ми комунікуємо. Ці інтереси та цінності проявляються в складових комунікативного обміну.

По-перше, відправник має намір або мотив, що стоїть за повідомленням, і робить свідомий вибір, який відображає його інтереси та цінності. Етичний аналіз особливо звертає увагу на цю навмисну, рефлексивну та обмірковану якість комунікації.

По-друге, саме повідомлення не існує у вакуумі, а впливає з численних контекстів.

По-третє, спосіб, у який це повідомлення передається, є життєво важливим і, безумовно, впливає на те, як воно сприймається, розуміється та інтерпретується, причому всі ці фактори часто варіюються в різні і суперечливі способи.

По-четверте, існує цільова аудиторія, або реципієнт(и), а також інші, непередбачувані аудиторії, на яких обмін інформацією впливає, коли вони спостерігають за взаємодією або дізнаються про неї з інших джерел.

Етичний аналіз зосереджується не лише на комунікаторі, але й на зобов'язаннях тих, кому передається повідомлення. Як відправники, так і отримувачі мають спільну відповідальність. Одержувачі несуть моральну відповідальність за розумне зважування повідомлення і шанобливе реагування на

нього, коли це доречно. У будь-якому випадку, завдяки хвильовим ефектам безперервних комунікативних обмінів, наприклад, через інформаційні технології та ЗМІ, коло спілкування розширюється. Наслідки самі по собі залежать від таких факторів, як середовище, культура, вік, стать і, особливо в епоху зростаючої цифрової комунікації, ступінь фактичної міжособистісної (тобто опосередкованої і особистої) взаємодії. Цінності резонують з усім цим, так що етика є невід'ємною частиною комунікації. Цей етичний вимір ускладнюється тим, що комунікація набуває різних форм, включаючи невербальну комунікацію. Візуальна комунікація, мова тіла, вибіркове використання зображень і мовчання відіграють значну роль у комунікаційній етиці. Ми бачимо це, зокрема, в рекламі, маркетингу та в засобах масової інформації, таких як документальні фільми. У будь-якому випадку, у цій динаміці між відправником, повідомленням, стилем, аудиторією та наслідками, комунікація передбачає різні точки зору, так що комунікація не є нейтральною. Вона природним чином пов'язана з множинними інтересами відправника, одержувача і всіх тих, кого вона зачіпає. Тому комунікаційна етика розглядає комунікаційну взаємодію не лише між окремими суб'єктами, а й між різними контекстами та інтересами цих суб'єктів.

2.Сфера застосування комунікаційної етики

Знову ж таки, комунікація є як індивідуальною, так і колективною. На відміну від більш драматичних питань етики (наприклад, дослідження ембріональних стовбурових клітин, самогубство за допомогою лікаря, бізнес-скандали та урядова корупція), комунікаційна етика, як правило, розглядає повсякденні, рутинні обміни, сфера яких варіюється від міжособистісного до більш публічного рівня. Традиційний етичний аналіз рідше розглядає рутинну міжособистісну комунікативну поведінку. Тим не менше, питання, що стосуються, наприклад, повсякденних розмов, правдивості, конфіденційності та участі в плітках, заслуговують на ретельне вивчення. Все це стосується того, як люди спілкуються з іншими, особливо з огляду на сприйняті відмінності та спільні риси. У цьому і полягає фундаментальне питання: Як ми спілкуємося один з одним, незважаючи на відмінності, таким чином, щоб розвивати аргументований дискурс і взаємоповагу? Спілкуючись один з одним, ми робимо вибір, який відображає наше розуміння того, що є добрим, що є цінним. Поки ми спілкуємося, погляди на те, що є «добрим», завжди присутні. Як стверджував Аристотель (384-322 рр. до н.е.), ми також є природними політичними істотами, оскільки живемо в полісі, або місті-державі, що вимагає взаємодії не лише один з одним, але й з більшими колективами. На цих рівнях наша взаємодія вимагає певного рівня обдуманості, яка, як ми сподіваємося, прагне до того, що Аристотель називає *фронеzis*, або практичною мудрістю.

Зважаючи на нашу фундаментальну політичну природу, спосіб, у який ми взаємодіємо з іншими, набуває морального значення. Сфера застосування комунікаційної етики розширюється від міжособистісного до колективного рівня - від малих груп до великих інституцій та організацій. Тому комунікаційна етика є важливим елементом організаційної етики. Організаційна етика - це інклюзивна

сфера, яка розглядає не лише інституційну неправомірну поведінку, але й моральні параметри, що стосуються комунікації всередині організацій та між ними. Організації - це культури, які складаються з різних субкультур. Організаційна доброчесність залежить від доброчесності як членів організації, так і організаційної інфраструктури з її ієрархією, правилами, настановами та звичаями. Комунікаційна етика заохочує рефлексію, аргументований дискурс, залучення зацікавлених сторін, приклади лідерства та відповідальну взаємодію, на противагу груповому мисленню, мікроменеджменту, маніпуляціям, залякуванню та зловживанню владою, які сприяють зниженню морального духу на робочому місці та роз'їдають моральну згуртованість організації. Останнім часом нечемність на робочому місці привертає все більше уваги громадськості, і все більше веб-сайтів присвячено вивченню питань ввічливості на робочому місці та необхідності дотримання правил етикету та етики. По суті, ввічливість на робочому місці - це питання професіоналізму, тому етика спілкування розглядає природу взаємозв'язку між професіоналізмом і вихованням моральних якостей. Комунікаційна етика також розглядає способи реагування на моральні порушення в організації. Чи існує в організації етичний механізм? Якщо так, то наскільки він впливовий? Чи заохочує керівництво згори донизу і, що важливіше, чи втілює етичну поведінку? Чи працює відділ комплаєнсу разом з етичним механізмом? Яка інституційна підтримка існує для «викривачів», які повідомляють про зловживання та неправомірну поведінку? Чи проводить організація форуми для розвитку довіри, доброчесності та лояльності на робочому місці? Чи існує достатня підготовка з етичної комунікації?

3. Основні теми комунікаційної етики

З-поміж численних тем комунікаційної етики *три* залишаються важливими та актуальними: пошук правди, напруга між свободою та відповідальністю, а також взаємозв'язок між цілями та засобами.

Правдивість комунікації

Мабуть, найважливішою темою в етиці комунікації є тема правдивості або правдомовності. Етична комунікація вимагає чесності у розкритті інформації. Обман, однак, є поширеним явищем. Для багатьох обман і правдивість також часто є ситуативними і культурно обумовленими. Чи завжди ми зобов'язані говорити правду? Що означає говорити правду за певних обставин? Чи завжди брехня є виправданою? Чи виправдано бути навмисно розпливчастим або двозначним?

Свобода і відповідальність в контексті комунікаційної етики

Комунікаційна етика зазвичай розглядає напругу між правами та обов'язками, свободою та відповідальністю. Прикладом цього є медіа. Поки ми залишаємося зануреними в опосередковані образи і тексти, ці опосередковані образи дають нам відчуття того, що відбувається у світі. Проте сила медіа така, що ми можемо легко ототожнити опосередкований образ з реальністю. Більше того, медіа, особливо мас-медіа, є надзвичайно потужними у формуванні цінностей, пріоритетів, того, що є важливим, і того, як ми думаємо про те, що

нібито є важливим. Комунікаційна етика вивчає умови для відповідального здійснення свободи, що стає дедалі складнішим у наш час, коли необмежені прояви свободи не завжди супроводжуються сильним почуттям відповідальності. Для комунікаторів у ЗМІ, уряді, зв'язках з громадськістю та інших сферах етично відповідальна комунікація вимагає від них виваженості та розсудливості. Це, своєю чергою, передбачає ретельне осмислення наслідків комунікативного процесу й оцінку їх у світлі етичних принципів, балансування між правом знати і свободою вираження поглядів та обов'язком приносити користь іншим і мінімізувати шкоду.

Мета і засоби комунікаційної етики

Взаємозв'язок між цілями та засобами є особливо важливим у комунікаційній етиці. Наприклад, у рекламі, маркетингу та зв'язках з громадськістю чи можемо ми стверджувати, що добра мета (тобто завдання або ціль) виправдовує сумнівні засоби для її досягнення? Комунікаційна етика особливо підкреслює, що, хоча це різні речі, цілі та засоби не можна розділяти. Тобто засоби, що використовуються для досягнення мети, впливають на характер і якість цієї мети. Мета новинних ЗМІ - адекватно інформувати громадськість - має обмеження, накладені на методи, що використовуються. Як і в усіх галузях прикладної та філософської етики, комунікаційна етика досліджує моральну легітимність засобів: чи є цілі, яких ми прагнемо, насправді добрими або сумнівними, і чи можуть бути використані інші, більш морально прийнятні засоби для досягнення тих самих цілей.

Застосовуючи принцип пропорційності, благородна мета повинна явно переважати наслідки використання сумнівних засобів. Якими будуть довгострокові наслідки для громадської думки, наприклад, у випадку висвітлення в новинах особистих трагедій? Чи сприятиме таке висвітлення зміцненню довіри громадськості, наприклад, до засобів масової інформації та журналістики?

4.Коротка історія комунікаційної етики

Комунікаційна етика має історичне коріння в риториці та аналізі аргументації. Цілі риторики в її традиційному розумінні заклали основу для того, що пізніше розвинулося як комунікаційна етика. У розумінні Аристотеля, риторика - це стиль спілкування, який має на меті вплинути на судження та вибір інших людей. Риторика має на меті переконати, здійснити когнітивний та афективний вплив на слухача, щоб вплинути на його сприйняття, розуміння, почуття і, зрештою, оцінку щодо певного питання. Водночас риторика визнає умовність того, що людина, а отже, і людська комунікація, природно, перебуває в певних контекстах. Довгий час етика спілкування обмежувалася сферою аргументації та переконання, і це тривало до 1950-х і 1960-х років. Перший підручник з комунікаційної етики «Етика мовленнєвої комунікації» Тома Нільсена, опублікований у 1950-х роках, фактично ознаменував комунікаційну етику як окрему офіційну галузь, що має коріння в риториці і поширюється на ширший спектр проблем. Однак ця галузь залишається вкоріненою в риториці, а риторика, природно, включає питання етики. Зважаючи на переконуючу природу

риторики, етичні дослідження окреслюють параметри переконання. Якими є моральні межі переконання? Чи є переконання саме по собі морально виправданим? Коли ні? Чи існують моральні відмінності між когнітивними та емоційними апеляціями у переконанні? Таким чином, комунікаційна етика є наслідком акценту на риторичних дослідженнях і зв'язку між риторикою та етикою. Крім того, як і у випадку з постійною філософською критикою природи етики, комунікаційна етика розвивалася в межах мінливих інтелектуальних рамок щодо розуміння людської природи, знання та об'єктивності. Можливо, короткий історичний огляд допоможе прояснити ці зміни. Класичний період (давньогрецька і давньоримська філософія та її послідовники) підкреслював нашу спільну природу людини як раціональної істоти. «Добро» та «істина» розглядалися як об'єктивні сутності, які можна досягнути через належне культивування раціональності. Ці раціональні пошуки і віра в розум продовжилися в період модернізму, особливо натхненні Рене Декартом (1596-1650) і Джоном Локком (1632-1704) та підтримані Іммануїлом Кантом (1724-1804). Нещодавня постмодерністська думка, починаючи з середини ХХ століття і описана в книзі Жана-Франсуаза Ліотара (1924-98) «Постмодерний стан» (1979), перевертає все це і ставить під сумнів метафізичні та онтологічні передумови, а також домінуючі епістемології. Значна частина сучасної комунікаційної етики реагує на постмодернізм. Постмодерністський виклик є насамперед епістемологічним: на яких підставах ми взагалі можемо знати достатньо, щоб робити так звані об'єктивні твердження? Постмодерністська думка підкреслює взаємозв'язок між владою, привілеями та знанням, причому влада не обмежується тим, що є очевидним. Як стверджує філософ Мішель Фуко (1926-84), влада може бути централізованою, наприклад, у формі законів та інституційних правил, а може бути децентралізованою, імпліцитно вираженою в соціальних нормах і звичаях. Ці більш приховані, тонкі прояви влади можуть формувати нашу повсякденну взаємодію один з одним. Таким чином, владні відносини безсоромно впливають на комунікацію, а дослідження комунікації тепер підкреслюють важливість контекстів, багато з яких, такі як гендер і культура, часто суперечать один одному. Перед обличчям цього постмодерністського виклику комунікаційна етика зазнає постійної суворої переоцінки своїх цілей і методів. Прикладом може слугувати сфера, відома як «комунікативна етика», яка досліджує принципи і методи, що лежать в основі етики спілкування. Найвідомішими представниками цього напрямку є Юрген Габермас (1929-) та Карл-Отто Апель (1922-2017). Габермас, наприклад, висуває умови, названі «умовами дійсності», для ідеальної комунікативної спільноти, в якій раціональність, цілісність і послідовність є ключовими інгредієнтами. Це частина Габермасової теорії «комунікативної компетентності», спрямованої на вдосконалення наших звичних звичок у спілкуванні для досягнення «ідеальної мовленнєвої ситуації». Цей ідеал вимагає, щоб учасники вільно, відкрито і рівноправно взаємодіяли, незважаючи на контекстну варіативність. Комунікативний обмін має бути вдумливим, аргументованим і ґрунтовним, з чесним розглядом основних поглядів і позицій. Обмін повинен також заохочувати вільне вираження почуттів і намірів.

Таким чином, обмін думками є для учасників безпечним простором для відкритого і чесного розкриття інформації без загрози відплати. Більше того, комунікативний обмін дає учасникам можливість бути більш директивними у висловлюваннях і пропонувати точки зору, які мають нормативну вагу. Стверджуючи ці цінності комунікації, комунікативна етика прагне культивувати через комунікативну компетентність аргументований консенсус щодо етичних принципів і моральних цінностей. Для подальшого обговорення цієї теми див. розділ «Постмодернізм». Чимало філософів вплинули на комунікативну етику, її розвиток і спрямування. Окрім класичних джерел, таких як Аристотель («Про риторику» та «Нікомахова етика»), до основних мислителів належать Джон Дьюї, Мартін Бубер, Ганс-Георг Гадамер, психолог Карл Роджерс, Сідні Хук, Еммануель Левінас, Джон Ролз, Карл-Отто Апель, Мішель Фуко, Юрген Габермас, Аласдер Макінтайр, Сіссела Бок, Марта Нуссбаум та Сейла Бенхабіб.

5. Основні категорії комунікаційної етики

Дослідники комунікації окреслили основні категорії комунікаційної етики. Ці категорії відображають переважаючу думку про те, що комунікаційна етика не є однією єдиною сутністю чи ідеологією. З огляду на динамічну якість і масштаби комунікації як суто людської складової, етичні питання в комунікації охоплюють широкий спектр у всіх цих категоріях. Застосовуючи найновішу типологію, далі розглянемо ці категорії.

Комунікаційна етика як демократична

Враховуючи історичне та концептуальне коріння класичної грецької риторики в контексті зародження демократії, ця категорія, безумовно, є основоположною. Прагнучи розвивати етичний процес публічного обговорення, особливо в контексті демократії, вона звертається до деяких фундаментальних питань. Як ми можемо заохочувати морально обґрунтовану публічну комунікацію, поважаючи свободу слова? Як ми можемо розвивати поінформований вибір і рефлексивне обговорення? Це питання є особливо важливим, оскільки усвідомлений вибір є основою для демократії, заснованої на участі. Без поінформованого вибору з боку всіх зацікавлених сторін - вибору, який є усвідомленим, добровільним (вільним від примусу) і компетентним - не може бути демократії участі. Інші питання включають наступне: Як ми можемо шанобливо заохочувати різні точки зору в рамках аргументованої аргументації і дебатів? Зважаючи на наші відмінності, як ми можемо заохочувати етичний діалог, який збалансовує індивідуальні свободи та обов'язки і водночас сприяє загальному благу? Демократія участі вимагає достатнього і чесного розкриття відповідної інформації, аргументованої дискусії та дебатів, а також шанобливого публічного дискурсу. Порушення цих вимог часто є очевидними, наприклад, під час політичних кампаній. Комунікаційна етика сприяє морально здоровому публічному дискурсу в усіх його проявах. У контексті свободи вираження поглядів і відкритості до різних точок зору це вимагає прозорості, залучення громадськості та участі в ухваленні рішень, і все це в щирому прагненні до того, що є «добрим». Все це відбувається на моральному тлі, яке ставить добробут

громади вище за індивідуальні та малі групові інтереси. Очевидно, що такий ідеал публічного дискурсу встановлює високу планку, ідеал, який стверджує фундаментальні цінності комунікаційної етики: повагу до різноманітності, відкритість, толерантність, відповідальну поведінку, аргументовану дискусію, щирість і ввічливість. У цьому контексті цінності ввічливості приділяється все більше уваги. Ввічливість вимагає трьох важливих складових: стриманості, поваги та відповідальності. Як необхідна умова етичної комунікації, ввічливість також є незамінною для демократії, заснованої на широкій участі.

Комунікаційна етика як універсальна та гуманітарна

Таке розуміння комунікаційної етики вказує на можливість універсальних моральних норм, які визначають принципи і правила, що стосуються того, як ми спілкуємося один з одним на місцевому, регіональному, національному та глобальному рівнях. Тут пошук універсальних стандартів моралі є напроцуд доречним. Універсальні апріорні принципи можуть діяти як дороговкази для комунікативної поведінки. Крім того, багато дослідників етики стверджують, що універсальні принципи притаманні нашій людській природі, і, таким чином, так звані права людини відображають ці універсальні принципи. Права людини не залежать від громадянства, релігії, етнічної приналежності, статі, віку чи інших змінних.

Одна з головних проблем комунікаційної етики полягає в тому, чи можемо ми обґрунтовано стверджувати універсальні стандарти моралі для комунікаційної взаємодії, зокрема, що таке «добре», «правильне» і «справедливе», і якщо так, то якою мірою. Більшість дослідників комунікаційної етики сходяться на думці, що в цьому пошуку універсальних принципів не існує єдиного шаблону комунікаційної етики. Навіть у «деклараціях» універсальних прав людини, наприклад, консенсус, виражений у Декларації прав людини Організації Об'єднаних Націй, може бути поставлений під сумнів корінним населенням, яке не брало участі в обговоренні та не було включене до авторства. Відстоювання прав людини, зрештою, пов'язане з визнанням і повагою до нашої спільної основи в людстві. Але навіть на цій основі, як ми можемо встановити певні універсальні моральні принципи і стандарти, коли «повага» може по-різному інтерпретуватися різними народами? Хоча є сенс сподіватися на морально обґрунтовані першопринципи, як ми можемо прийти до них, якщо вони існують? Це безпосередньо стосується питань міжкультурної та внутрішньокультурної комунікації. Для наших цілей міжкультурна, або крос-культурна, комунікація означає комунікацію через географічні, національні, етнічні та релігійні кордони, наприклад, між азійською, японською або буддійською культурами. Внутрішньокультурна, або мультикультурна, комунікація - це термін, який використовується для позначення етнічних і релігійних культурних традицій в межах однієї групи населення. Комунікативна етика намагається з'ясувати, чи існують універсальні норми, які можуть слугувати стандартами комунікації як на міжкультурному, так і на внутрішньокультурному рівнях. Спорідненість з філософською етикою в її одвічному пошуку універсальних моральних стандартів і передумов, що виправдовують ці стандарти, очевидна. Так само, з огляду на глобальний масштаб комунікації, дослідники комунікації запитують, чи існують

достатні підстави для комунікаційної етики, яка б виходила за межі культурних кордонів. Наприклад, у біоетиці йдеться про те, чи є достатні комунікативні підстави стверджувати, що моральний принцип автономії, або самовизначення, є загальновизнаним, так само, як і правила щодо інформованої згоди на медичні процедури. Іншим прикладом є захист від порушень прав людини. Такі міжнародні організації, як Human Rights Watch, вважають, що існують універсальні норми щодо прав, які приписуються всім людям в силу того, що вони є людьми, незалежно від національності, етнічної приналежності, релігії тощо. Якщо це так, то це створює підстави для етики комунікативної поведінки, яка також є універсальною. Дослідження глобальної комунікативної етики природно передбачає вивчення поняття «моральна спільнота». Що таке моральна спільнота? Моральна спільнота - це колектив моральних осіб, або моральних агентів, які мають моральний статус в силу того, що вони розглядаються як «особи». Проведення меж між тими, хто входить до моральної спільноти, і тими, хто не входить, негативно впливає на ставлення і поведінку щодо тих, кого вважають поза моральним колом. Численні випадки геноциду, наприклад, масове вбивство тутсі правлячою групою хуту в Руанді в 1994 році, сталися на небезпечному ґрунті розмежування «моральних спільнот».

Комунікаційна етика у формальних кодексах та настановах

Етичні кодекси відображають цінності та пріоритети організації. Наприклад, етичні кодекси розвивають цінності, що містяться в місії організації. Політики, настанови та протоколи організації також відображають етику організації. Кодекси та настанови забезпечують інституційну тягу в наданні рекомендацій, коли члени організації або сама організація стикаються з етичними проблемами. Наприклад, лікарняні настанови щодо відключення та призупинення життєзабезпечення вказують лікарняному та медичному персоналу, як діяти відповідно до цінностей лікарні. Крім того, вони допомагають уникнути суб'єктивного, ситуативного та дискреційного прийняття рішень. Таким чином, кодекси установи є специфічними для цієї установи. Політика католицької лікарні щодо абортів природно відображає місію та цінності цієї лікарні і тому може відрізнитися від політики світської лікарні. Етичні кодекси корисні чи шкідливі? Дослідники комунікаційної етики підкреслюють, що самі по собі кодекси, як правило, не є адекватними у вирішенні складних етичних проблем, породжених суперечностями між індивідуальними та інституційними цінностями. Кодекси корисні, але їх недостатньо. Хоча вони дають мінімальне розуміння етики, вони можуть помилково зводити етику до законності, можуть бути інституційно корисливими і навіть можуть створювати двоїсте враження про етичну організацію.

Типові проблеми з формальними етичними кодексами включають наступне:

- Схильність до нечітких формулювань.
- Ризик того, що вони можуть бути витлумачені як панацея від етичних конфліктів.
- Питання, що стосуються ступенів примусового виконання.

- Небезпека того, що члени організації можуть розглядати етику як питання відповідності та законності.

- Можливість того, що кодекси зміцнюють існуючі структури влади в організації, так що кодекси фактично стають лише вітриною, яка створює хибне враження про моральну свідомість.

Формальні кодекси, однак, мають інституційну силу і можуть допомогти забезпечити орієнтири для окремих членів організації, які можуть мати або не мати власних кодексів етичної комунікативної поведінки і які стикаються з ситуаціями морального конфлікту. Встановлюючи обмеження на прийняття подарунків від клієнтів, етичний кодекс корпорації може бути досить корисним.

Комунікаційна етика відіграє вирішальну роль у посиленні потреби в постійному перегляді та оцінці кодексів і процедур. Більше того, кодекси є корисними лише тоді, коли вони поширюються серед членів установи, а також серед спільноти, на яку вони впливають. Тому лікарня має моральний обов'язок навчати громаду, яку вона обслуговує, щодо своїх кодексів, щоб інформувати, просвіщати і залучати громадськість. Без готовності до комунікативної взаємодії кодекси можуть підірвати будь-яку ймовірність довіри. Кодекси пропонують інституційну тягу, але вони також повинні бути розроблені і поширені таким чином, щоб розвивати довіру. Чимало організацій, безпосередньо пов'язаних з комунікацією, мають офіційні етичні кодекси. Серед них - етичний кодекс Міжнародної асоціації бізнес-комунікаторів (1995), етичний кодекс членів Американського товариства зі зв'язків з громадськістю (2000), етичний кодекс Американського товариства редакторів газет, етичний кодекс Товариства професійних журналістів та етичний кодекс Американської асоціації рекламних агентств (1990). Національне товариство комунікації є провідною організацією науковців і фахівців у галузі комунікації, яка налічує понад 7000 членів. Його «Кредо комунікаційної етики» 1999 року визначає принципи та ідеали, до яких слід прагнути в комунікаційній етиці.

Комунікаційна етика як контекст

Комунікація завжди залежить від контексту і відбувається в конкретних ситуаціях, тому комунікативний процес орієнтований на конкретику, для конкретики і до конкретики. Таким чином, комунікаційна етика визнає, що взаємодія природно відбувається під впливом чинників, які впливають на розмову і формують її. Ці фактори є культурними, соціальними, політичними, релігійними, історичними та економічними. Це основна ідея так званої «теорії точок зору» в комунікації, розробленої Сандрою Гардінг і Джулією Т. Вуд, яка полягає в тому, що точки зору є соціально і культурно сконструйованими. Ця контекстуальна якість комунікації особливо ілюструється через гендерні відмінності у спілкуванні та супутні владні відносини, які базуються на гендері. Тобто комунікація може бути способом утвердження влади. Тут феміністична теорія робить значний внесок у комунікативну етику. Не існує загальноприйнятої теорії фемінізму, і різні акценти поступаються місцем різним школам, таким як класичний фемінізм (Сімона де Бовуар, 1908-86), фемінізм відмінностей (Керол Гілліган, 1936-), фемінізм справедливості (Крістіна Хофф Соммерс, 1950-) і радикальний фемінізм (Андреа Дворкін, 1946-2005). Спільним для феміністок є

їхній спротив білому, породженому чоловіками, погляду на етику як на абстрактні теорії, відірвані від ширшого реляційного, соціального, культурного, інституційного та гендерного контекстів. Наприклад, Нел Ноддінгс відкидає застосування моральних правил і принципів як відправну точку для моральних міркувань. Також феміністки, такі як Керол Гілліган, визнають критичну роль емоцій як вкрай необхідного, хоча, на жаль, занедбаного компонента в моральних міркуваннях.

Комунікаційна етика як наратив

Людський досвід складається з постійного розгортання наративів або історій. Наше життя - це зв'язний наратив, з багатьма темами, сюжетами та підсюжетами, а наші розповіді розкривають постійні інсайти. Ці інсайти можуть слугувати орієнтирами для комунікативної поведінки. У цих історіях немає постійного статичного агентства, а радше інтерактивна динаміка, яка реагує на різні обставини. У цьому контексті комунікаційна етика зміщує акцент з комунікації як суто змістовного процесу на наратив як джерело розгортання одкровення. Крім того, постмодерністська думка вводить поняття про те, що наші наративи часто конфліктують один з одним - у цьому випадку комунікаційна етика прагне звернути увагу на реальність наративів, що конкурують між собою. Для ілюстрації, комунікаційна етика як наратив була застосована до сфери охорони здоров'я. Комунікація є невід'ємною частиною клінічного процесу, від першого медичного інтерв'ю до постановки діагнозу і пояснення прогнозу, вона притаманна всьому процесу надання допомоги, а також повідомленню тривожних новин пацієнтам і їхнім сім'ям.

Лікарі є не лише експертами в різних галузях медицини, але й комунікаторами зі своїми пацієнтами. Те, як медичні працівники спілкуються, є надзвичайно важливим і безпосередньо впливає на пацієнтів та їхні сім'ї. Однак часто комунікація є недостатньою та/або погано організованою, і дослідник комунікації Срікант Сарангі закликає розвивати «комунікативну ментальність» в охороні здоров'я. Це означає визнання меж традиційної біомедицини. Це означає визнання обмеженості традиційної біомедичної моделі хвороби, мова і практика якої деконтекстуалізує пацієнтів від їхньої хвороби. Комунікація як наратив, з іншого боку, переосмислює хворобу як сконструйовану, інтегровану і пережиту через різні контексти пацієнта - сімейний, соціальний і культурний. Класична праця медичного антрополога Артура Кляйнмана «Хвороба як наратив» вказує на вирішальну цінність наративу як історії пацієнта, розповідь і переказ якої допомагає пояснити і надати сенсу досвіду хвороби пацієнта. Це контрастує з поглядом на хворобу суто в емпіричних категоріях, який, хоч і вважається «науковим», але відриває значення хвороби від особистих і сімейних зв'язків. Дослідницькі інститути, такі як Дослідницький центр комунікацій у сфері охорони здоров'я при Університеті Кардіффа, приділяють особливу увагу взаємодії між медициною та комунікацією. Його журнал «Комунікація в медицині» є піонером у застосуванні мовних і комунікаційних дисциплін, таких як дискурс-аналіз і соціолінгвістика, до комунікативних обмінів у медицині, зокрема до наративів.

Комунікаційна етика як діалог

Діалог, мабуть, найкраще можна зрозуміти, протиставляючи його монологу. Монолог пригнічує комунікацію, оскільки «розмова» в основі своїй є односторонньою. Це виключає можливість справжньої взаємодії та навчання із зустрічі. Монолог замикає взаємодію. Поняття Мартіна Бубера про відносини «Я-Ти» та «Я- Воно» є повчальним. Бубер зосереджує свою філософію зустрічі на необхідності розвивати відносини «Я-Ти» з Іншим, а не відносини «Я- Воно», які є суто монологічними. Я-Я розглядає Іншого як об'єкт, а взаємодія з Іншим є маніпулятивною. Інший розглядається як річ, засіб для досягнення моєї власної мети. Комунікація не може відбуватися, і я не можу розвиватися як особистість у такий егоцентричний спосіб. Як самозаглиблені, стосунки Я-Інший мають тенденцію бути маніпулятивними, оманливими, штучними, опортуністичними та експлуататорськими. Самопоглинання призводить до неавтентичності, або недобросовісності, і проявляється тоді, коли моя зустріч з Іншим стосується лише того, що, на мою думку, думає про мене Інший. Автентичність і особистісне зростання можуть відбуватися лише через діалог. Психолог Карл Роджерс, чия клієнт-центрована терапія вплинула на дослідників комунікації, підкреслює діалог як шлях до особистісного зростання. «Емпатійне розуміння» Роджерса дозволяє людині, в даному випадку терапевту, увійти в точку зору або систему координат іншого, клієнта. Це вимагає «взяття в дужки», або відсторонення, щоб не втручатися (дещо подібно до феноменологічної епохи Гуссерля) власної суб'єктивності. Подібно до цього, зустріч «Я-Ти» у Бубера - це буття назустріч Іншому в такий спосіб, що входить у перспективу Іншого. Це повне усвідомлення і справжнє визнання Іншого як суб'єкта, а не об'єкта чи засобу. Все це вимагає щирості, або автентичності, намагання вийти за межі власної точки зору і увійти в точку зору Іншого, бути справді присутнім з Іншим, для Іншого і разом з Іншим, а також залучати Іншого в контексті поваги. Філософ Еммануель Левінас є одним із найвпливовіших представників етики спілкування. Його філософія залучення - тобто автентичної та відкритої взаємодії з Іншим - підтримує комунікацію як діалог. Левінас стверджує, що ми маємо моральний обов'язок залишатися відкритими і реагувати на заклик чи повідомлення, явне чи неявне, від Іншого. Ми особливо зобов'язані бути відкритими і чуйними, коли Інший позбавлений права голосу в суспільстві і страждає від несправедливості через маргіналізацію. Діалог вимагає взаємного залучення, взаємної відкритості до інших точок зору, визнаючи при цьому, що контекст, або точка зору, що передує розмові, також відіграє важливу роль у самій розмові. Це не лише відкритість до відмінностей, але й готовність вчитися на них і змінювати свою точку зору, переконання чи цінності. Існує також визнання того, що розмова відбувається між людьми, які формуються під впливом різних контекстів. Більше того, обмін думками не припиняється після закінчення розмови. Інсайти з'являються в процесі взаємодії, а навчання - це нескінченний процес. Таким чином, так званий «діалогічний поворот» в етиці спілкування є відповіддю на постмодерністське твердження про розрізнені і часто суперечливі наративи.

Перед обличчям відмінностей і суперечок діалогічний поворот пропагує готовність взаємодіяти один з одним саме через відмінності. Ключовим моментом

є фундаментальне ставлення до відкритості та готовність вчитися з такої взаємодії, як про себе, так і про інших.

6.Сучасні виклики комунікаційній етиці

Доступ до інформації через нові комунікаційні інформаційні технології створює вражаючі виклики для комунікаційної етики. Демократизація інформації та глобальний доступ до неї, безумовно, дають багатообіцяючі перспективи. Однак існують також і небезпеки, наприклад, коли телевізійні медіа-канали переходять під повний контроль транснаціональних корпорацій. Коли лише кілька потужних джерел контролюють і формують інформацію та засоби масової інформації, це збільшує потенціал для маніпулювання як інформацією, так і громадськістю, додаючи сили постійній критиці Мішеля Фуко, який критикував владу знання з точки зору напруженості між владою і знанням. Інша проблема полягає в тому, що залишається так званий «цифровий розрив» у сфері інформаційно-комунікаційних технологій. Незважаючи на те, що інформаційно-комунікаційні технології є глобальними, мільйони людей не мають доступу до комп'ютера, Інтернету, електронної пошти та інших технологій. Це ставить їх у вкрай невідповідне становище, оскільки вони не можуть бути достатньо поінформованими, наприклад, про переваги та ризики певних медичних методів лікування та процедур. Комунікаційна етика звертається до цієї проблеми розподільчої справедливості та рівності. Крім того, надмірна залежність від технологій шкодить комунікативному процесу і виключає будь-яку можливість діалогу. Наприклад, наша медична система дедалі більше керується так званим «технологічним імперативом» (Жак Елльоль), тобто вірою в те, що наявність існуючих технологій сама по собі гарантує їх застосування. Однак, як видно на прикладі охорони здоров'я, максимальне використання технологій не є еквівалентним оптимальному використанню. Відбувається хибний зсув, коли технологічне втручання фактично замінює міжособистісне втручання, комунікацію та взаємодію людини з людиною. Використання Інтернету з його повсюдним меню списків розсилки, веб-сайтів, електронної пошти, блогів і чатів створює безліч етичних проблем. Наприклад, користувачі Інтернету часто вважають себе анонімними. Анонімність як з боку відправника, так і з боку отримувача може сприяти комунікативним транзакціям, які є не лише безособовими, але й дегуманізуючими, як у випадку з великою кількістю сайтів ненависті, порнографії та расистських і непристойних блогів. Анонімність може призвести до небажаного втручання в особисте життя. Анонімність також може породжувати обман, плагіат і маніпуляції з інформацією та зображеннями. Інший приклад - використання Інтернету на робочому місці розмиває межі між особистим і службовим, а роботодавці вважають, що мають право контролювати електронну пошту та користування Інтернетом своїх працівників. Чи правомірно це з моральної точки зору? Комунікаційна етика піднімає питання щодо етики ведення блогів, етики електронної пошти тощо. Ще однією проблемою в нових технологіях є правдивість. Якщо питання правдивості та правдомовності, як правило, стосуються вербальних комунікативних обмінів, то питанням

доброчесності у невербальній комунікації за допомогою візуальних образів приділяється все більше уваги. Новітні техніки маніпулювання цифровими зображеннями породжують питання, пов'язані з обманом. Ми можемо модифікувати та маніпулювати фотографічними зображеннями таким чином, що вони передають повідомлення, далекі від того, що є реальним або правдивим. Наприклад, хоча документальні фільми можуть передавати ідею реалізму та об'єктивності, вони також мають прихований порядок денний. Дослідників комунікацій особливо цікавлять етичні аспекти використання та зловживання маніпуляціями з зображеннями. Чи існує чітке розмежування між етичним та неетичним конструюванням образів?

7. Постмодерністська парадигма комунікаційної етики

Постмодерністські мислителі приймають різноманітні, а іноді й суперечливі передумови та перспективи. Не існує єдиної, універсальної теорії щодо постмодернізму.

Проте є спільні елементи, які становлять особливі виклики в комунікаційній етиці. До поширених постмодерністських тверджень належать такі:

- Реальність є контекстуальною.
- Істина не є ні універсальною, ні абсолютною.
- Не існує автономних моральних суб'єктів; ідентичність не є фіксованою, а вбудована в історію відносин.
- Емоції відіграють значну роль у моральних міркуваннях.
- Усвідомлення відмінностей є критичним диспозиційним фактором у перспективі та розумінні.
- Не існує об'єднуючого чи послідовного наративу.

Такі виклики не є чимось незвичайним. У гегелівському дусі історія інтелектуальної думки завжди коливалася в діалектиці опору традиційним вченням. Філософи, зокрема, критикували колишніх наставників, як Аристотель кидає виклик Платону («Платон мені друг, але істина дорожче»), реалісти виступають проти ідеалістів, а мислителі Просвітництва протистояли мислителям Середньовіччя.

У зв'язку з цим дослідники комунікаційної етики вказують на подвійну небезпеку постмодерністської думки: потенціал нігілізму, або безглуздості, і радикальний моральний релятивізм. Оскільки постмодернізм кидає виклик поняттю єдиного «я», яке обмірковує, вибирає і спілкується, чи залишаємося ми без якоря? Чи може комунікаційна етика взяти на себе особливу роль, зважаючи на ці виклики? Як комунікаційна етика може відповісти на ці виклики? Сейла Бенхабіб відповідає, обґрунтовуючи комунікативну етику Габермаса, звертаючи увагу на інтерактивні ефекти конкуруючих бачень феміністичних теорій та постмодернізму. Вона та інші поділяють оптимістичний погляд на те, що діалог можливий, але лише через прийняття унікальності різноманітних контекстів, гендерних відмінностей та супутніх наративів. Рональд Арнетт у відповідь наголошує на діалогічному повороті, який розглядає відкритість і навчання як постійні процеси, на протипагу знання чи накопиченню інформації як статиці.

Навчання, таким чином, за своєю суттю є діалектичним, постійним процесом і динамічним. Діалог відбувається між різними підставами упереджень та інтересів, причому ці підстави передують власне розмові. Діалог, у цьому сенсі, відбувається до дискурсу, дискурсу між заангажованими агентами. Протягом усієї цієї динаміки обговорення того, що є важливим, на основі уявлень про те, що є «добрим», ще більше розширює можливості для діалогу.

Отже, ці ключові виклики комунікаційної етики залишаються перспективними та епістемічними. Зрештою, комунікаційна етика, у свою чергу, спонукає нас до розуміння чужих поглядів, особливо тих світоглядів, переконань і цінностей, які, здавалося б, відрізняються від наших. Зважаючи на залежність комунікації від контексту, етика спілкування дає нам змогу розвивати інтелектуальні та цілісні звички мислення у багатовимірному вимірі, які визнають, чутливі до різних і часто суперечливих точок зору та прагнуть зрозуміти їх. Таким чином, комунікація завжди передбачає наявність поглядів на те, що є «добрим», що є цінним і що має значення.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке комунікаційна етика, і чому вона важлива у професійній діяльності?
2. Які основні категорії комунікаційної етики?
3. Як комунікаційна етика пов'язана з моральними вимірами комунікації?
4. Чому комунікація вважається як індивідуальним, так і колективним процесом?
5. Які ключові елементи комунікативного обміну аналізує етичний підхід?
6. У чому полягає відповідальність як відправників, так і отримувачів повідомлень?
7. Яку роль відіграє невербальна комунікація в етичних аспектах комунікації?
8. Як комунікаційна етика впливає на організаційну культуру та взаємодію в колективі?
9. Чому повсякденні розмови та питання конфіденційності є важливими в комунікаційній етиці?
10. Які основні виклики комунікаційній етиці у цифрову епоху?
11. Які три головні теми комунікаційної етики визначає текст?
12. Як співвідносяться свобода комунікації та відповідальність у медіа?
13. Чому питання правдивості є одним із найважливіших в комунікаційній етиці?
14. Як комунікаційна етика розглядає взаємозв'язок між цілями та засобами комунікації?
15. Які історичні передумови розвитку комунікаційної етики?
16. Які ідеї постмодернізму вплинули на сучасну комунікаційну етику?
17. Як діалог відрізняється від монологу в контексті комунікаційної етики?
18. Яким чином етичні кодекси сприяють регулюванню комунікаційної поведінки?
19. Чому комунікаційна етика враховує культурний та соціальний контексти комунікації?
20. Як можна застосувати принципи комунікаційної етики в сфері дипломатії?

Тестові питання до теми:

1. Що таке комунікаційна етика?

- a. Важлива частина професійної етики, що досліджує моральні виміри комунікації
- b. Сукупність правил ділового спілкування
- c. Кодекс поведінки журналістів
- d. Спосіб уникнення конфліктів у комунікації

2. Який із наведених аспектів НЕ входить до основних тем комунікаційної етики?

- a. Пошук правди
- b. Взаємозв'язок між цілями та засобами
- c. Напруга між свободою та відповідальністю
- d. Економічна ефективність комунікації

3. Чому комунікація має моральні виміри?

- a. Вона формує наші цінності та впливає на ставлення до інших
- b. Вона є частиною соціальних норм та правил
- c. Вона використовується у всіх професійних сферах
- d. Вона впливає на політичні рішення

4. Що є основним предметом аналізу комунікаційної етики?

- a. Взаємодія між відправником, повідомленням, способом передавання та аудиторією
- b. Правильне використання мови в професійному середовищі
- c. Маніпулятивні техніки у ЗМІ
- d. Аналіз державних комунікаційних стратегій

5. Як комунікаційна етика розглядає відповідальність отримувачів повідомлень?

- a. Вони повинні зважено оцінювати повідомлення і відповідати шанобливо
- b. Вони мають приймати повідомлення без критичного аналізу
- c. Вони повинні уникати відповідальності за поширену інформацію
- d. Вони мають дотримуватися лише особистих переконань

6. У якому випадку брехня може бути допустимою згідно з комунікаційною етикою?

- a. Виправдання брехні залежить від ситуації та контексту
- b. Брехня ніколи не може бути виправданою
- c. Якщо це стосується конфіденційної інформації
- d. Якщо це сприяє досягненню політичних цілей

7. Яке з наведених тверджень найточніше описує роль засобів масової інформації в комунікаційній етиці?

- a. Вони мають потужний вплив на формування суспільних цінностей
- b. Вони лише передають нейтральну інформацію
- c. Вони не мають відповідальності за зміст, що поширюють
- d. Вони є основним джерелом розваг для суспільства

8. Що передбачає концепція «комунікаційної компетентності» Юргена Габермаса?

- a. Ідеальну мовленнєву ситуацію з чесним та відкритим діалогом
- b. Обов'язкову відповідальність ЗМІ перед суспільством
- c. Використання комунікації для маніпулювання аудиторією
- d. Максимальну свободу висловлювань без обмежень

9. Який термін використовує Аристотель для позначення практичної мудрості у комунікації?

- a. Фронезис
- b. Логос
- c. Епістемологія
- d. Софістика

10. Як комунікаційна етика оцінює рекламні стратегії?

- a. Вони мають відповідати принципу правдивості та чесності
- b. Вони можуть включати маніпулятивні техніки заради прибутку
- c. Вони повинні бути максимально емоційними
- d. Вони мають базуватися на прихованих намірах

11. Яке значення має діалог у комунікаційній етиці?

- a. Він сприяє взаєморозумінню та врахуванню різних точок зору
- b. Він є другорядним щодо монологічного інформування
- c. Він сприяє швидкому досягненню особистих цілей
- d. Він використовується виключно у політичних дебатах

12. Який із наведених принципів є основним у комунікаційній етиці?

- a. Поважне ставлення до інших
- b. Відсутність емоцій у дискусіях
- c. Використання лише офіційної мови
- d. Домінування над співрозмовником

13. Чому організаційна комунікація потребує етичного підходу?

- a. Вона впливає на довіру, доброчесність та моральний клімат у колективі
- b. Вона використовується для регулювання трудових відносин
- c. Вона є способом просування корпоративних інтересів
- d. Вона спрямована на збільшення продуктивності

14. Які чинники впливають на комунікаційну етику?

- a. Середовище, культура, вік, стать та технологічні умови
- b. Лише особисті переконання комунікатора
- c. Лише правові норми та етичні кодекси
- d. Виключно соціальні мережі

15. Як можна визначити комунікаційну етику в контексті демократії?

- a. Вона сприяє поінформованому вибору та шанобливій дискусії
- b. Вона обмежує свободу слова заради суспільної злагоди
- c. Вона регулює лише політичні дебати
- d. Вона не має значення у демократичному суспільстві

16. Яка проблема виникає у зв'язку з цифровими технологіями в комунікаційній етиці?

- a. Цифровий розрив між різними групами населення
- b. Відсутність анонімності в мережі
- c. Неможливість передавати інформацію миттєво
- d. Надмірна кількість інформації

17. Яку роль відіграє наратив у комунікаційній етиці?

- a. Він допомагає пояснити та осмислити досвід комунікації
- b. Він використовується лише в літературних дослідженнях
- c. Він не впливає на комунікаційні процеси
- d. Він є способом маніпулювання фактами

18. Яке з тверджень є прикладом монологу?

- a. Відсутність взаємодії між співрозмовниками
- b. Відкрите обговорення різних точок зору
- c. Залучення аудиторії до дискусії
- d. Визнання цінностей Іншого

19. Яка головна загроза від маніпуляції цифровими зображеннями?

- a. Викривлення реальності та поширення обману
- b. Підвищення довіри до візуальної інформації
- c. Розвиток технологій фотообробки
- d. Вдосконалення цифрового мистецтва

20. Чому в комунікаційній етиці важлива ввічливість?

- a. Вона сприяє повазі, відповідальності та взаєморозумінню
- b. Вона потрібна лише у формальному спілкуванні
- c. Вона має значення лише у політичних дебатах
- d. Вона використовується лише у ЗМІ

21. Яка головна небезпека анонімності в Інтернеті з точки зору комунікаційної етики?

- a. Можливість обману, маніпуляцій та дегуманізації спілкування
- b. Підвищення рівня свободи слова
- c. Створення більшої кількості контенту
- d. Відсутність потреби у модерації

22. Як комунікаційна етика оцінює вплив соціальних мереж?

- a. Вони можуть як сприяти вільному обміну інформацією, так і створювати ризики маніпуляцій
- b. Вони є абсолютно нейтральними у питаннях етики
- c. Вони завжди підтримують об'єктивність інформації
- d. Вони не впливають на комунікаційні процеси

23. Як етичні кодекси можуть бути використані в організаціях?

- a. Вони встановлюють стандарти поведінки та регулюють комунікаційні процеси
- b. Вони слугують лише формальним документом без практичного застосування
- c. Вони обмежують свободу висловлювань працівників
- d. Вони є обов'язковими лише у державних установах

24. Яким чином постмодернізм вплинув на комунікаційну етику?

- a. Він поставив під сумнів універсальні істини та акцентував увагу на контекстуальності знань
- b. Він посилив віру в абсолютну правдивість інформації
- c. Він запропонував чітку систему етичних правил для комунікації
- d. Він підтримав ідею об'єктивної істини

25. Яке твердження найкраще характеризує взаємозв'язок між цілями та засобами в комунікаційній етиці?

- a. Засоби впливають на моральність та якість досягнутої мети
- b. Ціль виправдовує будь-які засоби
- c. Засоби не мають значення, якщо мета є благородною
- d. Лише кінцевий результат має етичну значущість

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бралатан, В.П., Гуцаленко Л.В., Здирко Н.Г. Професійна етика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 252 с.
2. Висоцький, О. Віртуальність як провідна форма легітимацийної політики в добу постмодерну. *Політичний менеджмент*, 2008, 6, 41-53. http://nbuv.gov.ua/UJRN/PoMe_2008_6_6
3. Висоцький, О. Ю. Громадська думка як головний об'єкт впливу легітимацийних технологій. *Гілея*, 2012, 57 (2), 588-597. <http://gileya.org/download.php?id=74>
4. Висоцький, О. Ю. Легітимацийні технології в міжнародних відносинах. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 2017, 20 (10), 98-104. <https://doi.org/10.15421/1717138>
5. Висоцький, О. Ю., Павлов Д. М. Слон сліпих мудреців: політична пропаганда в нескінченності вимірів. *Політичне життя*. 2023. № 4. С. 91–101. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2023.4.13>
6. Висоцький, О.Ю. Демократія як інструмент легітимацийної політики. *Грані*, 2006, 9 (4), 113-117. https://www.researchgate.net/publication/388713784_Visockij_OU_2006_Demokratia_ak_instrument_legitimacijnoi_politiki_Grani_94_113-117
7. Висоцький, О.Ю. Електронна дипломатія як інструмент пропаганди. *Політологічний вісник*, 2018, 81. С.51-59. DOI: <https://doi.org/10.17721/2415-881x.2018.81.51-59>
8. Висоцький, О.Ю. Політична влада в Україні: проблеми легітимациї та модернізації. Монографія. Дніпропетровськ: Інновація, 2012. 132 с.
9. Висоцький, О.Ю. Постправда: концептуальні та праксеологічні виміри. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2018. Т. 21. № 10. С. 128-133. <https://doi.org/10.15421/1718138>
10. Висоцький, А. Ю. Проблема легітимации политики в концепции Макса Вебера. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 2003, 6(32), 132-136. <https://grani.org.ua/index.php/journal/issue/view/29/27>
11. Етика. Естетика. За ред. Панченко В.І. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 432 с.
12. Закон України «Про державну службу». № 889. VIII. Сайт Верховної Ради України. <http://zakon.rada.gov.ua./laws/show/889-19#Text>
13. Закон України «Про дипломатичну службу». №2449 – VIII. Сайт Верховної Ради України. <http://zakon.rada.gov.ua./laws/show/2449-19#Text>
14. Малахов В.А. Етика / В.А. Малахов. Острог : Вид-во НУ «Острозька академія», 2014. 214 с.
15. Моральні цінності не можна відкладати на завтра, вони потрібні вже сьогодні (інтерв'ю з академіком НАН України М.В. Поповичем). *Вісник Національної академії наук України*. 2015. № 2. С. 3–6.
16. Навчальний посібник з курсу «Професійна етика вищої освіти» для осіб, що навчаються в магістратурі за спеціальністю «Педагогіка вищої школи» / А.П. Алексеєнко, К.І. Карпенко, Л.О. Гончаренко, В.В. Дейнека. Харків: ХНМУ, 2015. 77 с.
17. Оболенський, О. Принцип професіоналізму в державній службі. *Вісник держ. служби України*. 2018. № 1. С.54-61.
18. Barber, B. Diplomacy, Ethics and the National Interest: What Are Diplomats For?" *The Hague Journal of Diplomacy*, 2010, 5 (3), pp.289-297.
19. Ewin, R. E. Loyalty and Virtues. *Philosophical Quarterly*, 1992, 42 (169), pp.403-419.
20. Faizullaev, A. Diplomacy and Self. *Diplomacy & Statecraft*, 2006, 17 (3), pp.497-522.

ЗМІСТ

ТЕМА 8. ЕТИКА ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ	3
1. Етика державної служби та етика державного службовця	3
2. Основні категорії та принципи етики державних службовців . .	5
3. Функції професійної етики державних службовців	10
4. Основи морально-психологічного регулювання державної служби	12
<i>Питання для самоконтролю</i>	13
<i>Тестові питання до теми</i>	14
ТЕМА 9. ЕТИКА ДІЛОВИХ ВІДНОСИН	18
1. Етика ділових відносин як розділ професійної етики	18
2. Морально-етичні параметри професії	18
3. Історичні форми ділових відносин	22
4. Основи етики ділових відносин	25
5. Моральний вимір ділових відносин в організації	27
6. Міжкультурне ділове спілкування	30
7. Ділові культури: моделі вивчення звичаїв	34
<i>Питання для самоконтролю</i>	39
<i>Тестові питання до теми</i>	40
ТЕМА 10. КОМУНІКАЦІЙНА ЕТИКА	44
1. Що таке комунікаційна етика?	44
2. Сфера застосування комунікаційної етики	45
3. Основні теми комунікаційної етики	46
4. Коротка історія комунікаційної етики	47
5. Основні категорії комунікаційної етики	49
6. Сучасні виклики комунікаційній етиці	55
7. Постмодерністська парадигма комунікаційної етики	56
<i>Питання для самоконтролю</i>	57
<i>Тестові питання до теми</i>	58
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	62

Навчально-методичне видання

В 53 Висоцький О.Ю. Професійна етика: конспект лекцій. Частина III. Дніпро: СПД «Охотнік», 2025. 64 с.

Професійна етика є важливою складовою загальної етичної теорії, що регулює поведінку представників різних професій відповідно до загальнолюдських моральних цінностей. Вона спрямована на встановлення етичних норм і принципів у професійній діяльності, визначення критеріїв належної поведінки та забезпечення гармонійних взаємовідносин у суспільстві. Третя частина конспекту лекцій з професійної етики зосереджується на питаннях етики державної служби та ділових відносин. Вона розкриває фундаментальні аспекти морального регулювання професійної діяльності державних службовців, визначаючи етичні принципи, категорії та функції, що забезпечують гармонізацію суспільних і державних інтересів. Окрему тему присвячено етиці ділових відносин, яка розглядається як важливий напрям професійної етики. Аналізуються історичні форми ділових відносин, корпоративна етика, моральні принципи та особливості міжкультурної ділової комунікації. Посібник рекомендований насамперед для студентів спеціальності СЗ «Міжнародні відносини», а також аспірантів, викладачів та всіх, хто цікавиться проблемами морального регулювання професійної діяльності та етичних стандартів у суспільстві.

СПД «Охотнік» В.С.

49040, м. Дніпро, Запорізьке шосе, буд.40, к. 194.

Код за ДРФО 1708213264

Свідоцтво И № 816689 від 01.01.2011.

Здано на складання 21.03.25. Підписано до друку 24.03.25. Формат 60х84/16.
Папір офс. Друк різнографічний. Гарнітура Times. Умовн.друкарк. 3,45.
Умовн.фарб.-відб. 3,45. Обл.-видавн. арк. 3,48. Наклад 300 прим. Зам. № О_3412
