

Феномен громадянського суспільства в цілісному вигляді представляється цивілізаційним продуктом (результатом) соціокультурного розвитку буттєво-свідомого універсуму людини – по-іншому метафізичною формою діалектичного змісту повсякденного життя, яка досягає того аксіологічного рівня, коли особистість індивіда набуває найвищої цінності. І це фундаментальне цілепокладання громадянського прогресу, «рушієм» якого виступає сама людина, офіційно оформляється в правових нормах і етичних правилах [4; 5].

При цьому становленні громадянського суспільства зумовлюється необхідністю (обов'язковістю) системно-безперервної культурації всіх форм громадського, групового, індивідуального буття і свідомості з цільовою установкою на досягнення людьми високого ступеня громадянської зрілості (активності плюс компетентності) як найважливішої умови їх самозбереження і розвитку.

#### **Список використаних джерел**

1. Абрамян Е.А. Доля цивілізації. Що нас чекає в ХХІ столітті. К. : Терик, 2007, 536 с.
2. Горський В. Україна в історико-філософському вимірі. Філософська і соціологічна думка. 1993. № 2, С. 10–31.
3. Заславская Т.И. Современное общество: социальный механизм трансформации. М.: Акад. нар. хоз-ва.: Дело, 2004. 398 с.
4. Фурман А. Психокультура української ментальності. Тернопіль : Економічна думка, 2002, 132 с.
5. Фурман А.В. Генеза толерантності та перспективи українотворення (комплексний проект) Психологія і суспільство. 2013. № 1. С. 6–20.

***Кізлик Ю., Миськів А.***

*студентка III курсу бакалаврату та*

*I курсу магістратури*

*юридичного факультету*

*Тернопільського національного*

*економічного університету*

*Науковий керівник: к.психол.н., доцент кафедри*

*психології та соціальної роботи ТНЕУ*

*Гіряк А.Н.*

### **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КОРЕКТНОЇ ВЗАЄМОДІЇ У ДІЛОВІЙ СФЕРІ**

Спілкування відіграє важливу роль у житті людини. Спираючись на досвід ділових взаємостосунків, можна помітити, що завжди є певні стандартизовані ситуації, яких неможливо уникнути. Для цих ситуацій існують форми і правила поведінки, котрі становлять етикет ділового спілкування. Метою останнього є організація виробничої, наукової, чи іншої діяльності, де безпосередньо на першому плані стоять інтереси справи, а не співрозмовників. Ділове спілкування охоплює обмін інформацією, вимогами, поглядами, з метою укладення контрактів, договорів чи встановлення інших взаємин між підприємствами, організаціями, установами чи іншими групами.

Цей вид спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки, які сприяють розвитку дієвої співпраці у двох основних аспектах: сприяють обміну інформацією, забезпечують ефективний вплив однієї особи на іншу.

В етиці ділового спілкування, зосереджується увага на проблемі культури мовлення. Мова ділової людини завжди має відповідати ситуації, культурному і професійному рівню слухачів. З цим пов'язане і використання сленгу. Потрапляючи до конференц-залу чи будь-якого офісу, ділова людина повинна утриматися від сленгових виразів і досить обережно використовувати професійні терміни, адже мова має бути максимально зрозумілою для

співрозмовника. Також дуже важливим є невербальне спілкування – комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, манери, зовнішність), адже у діловій бесіді засоби невербальної комунікації інколи мають більше значення, ніж слова [5, с. 69-70].

Вміння спілкуватися означає вміння розбиратись в людях і на цьому підґрунті будувати свої взаємини з ними, що передбачає знання психології спілкування. В процесі спілкування люди сприймають один одного, обмінюються інформацією та взаємодіють. Відтак спілкування розглядають як єдність трьох аспектів: перцептивного (особливості сприйняття), комунікативного (обмін інформацією) та інтерактивного (специфіка взаємодії) [7].

Процес розуміння один одного залежить безпосередньо від процесу рефлексії – усвідомлення комунікуючим індивідом того, як він сприймається людиною, з якою спілкується. Цьому сприяє розуміння невербальної поведінки, котра відкриває внутрішній світ особистості та передає емоційний фон спілкування та взаємоставлення. Адже люди досить швидко навчаються налаштовувати свою вербальну поведінку до зміни обставин, а мова тіла виявляється менш гнучкою та адаптивною [4; 5].

Ділове спілкування передбачає не стільки передавання емоційного стану, скільки передачу інформації. Сутнісний зміст інформації ретранслюється за допомогою мовних кодів, тобто набуває вербальної форми. Тому успіх ділового спілкування залежить значним чином і від вміння слухати та розуміти співрозмовника. При невмінні дослухатись до партнера виникає враження неповаги та унеможлиблюється максимально ефективна інтерпретація повідомлення. Отож рефлексивне слухання є складним процесом, що потребує відповідних вмінь та загальної культури.

На стадії залучення співрозмовника до активного обговорення питання, важливо прояснити психологічний стан партнера. Також для успішного ділового спілкування необхідне чітке розподілення ролей за принципом домінування-підпорядкування [2]. Зокрема, нами систематизовано різновиди та з'ясовано основні переваги і недоліки ключових *стилів управлінської діяльності*: 1) стилі Лайкерта: *експлуататорсько-авторитарний, патерналістсько-авторитарний, консультативний, демократичний*; 2) класичні стилі керівництва Курта Левіна: *авторитарний (автократичний, директивний), демократичний (колегіальний), анархічний (ліберальний)*; 3) стилі В. Врумма і Ф. Йеттона (шість стилів, що розташовуються між авторитарним і демократичним стилями управління, та доповнюють їх сьомий стиль – *делегуючий*); 4) сучасні модифікації стилів управління (авторитарний диференціюється на *патріархальний, харизматичний, автократичний і бюрократичний* стилі керівництва, а модифікацією демократичного стилю є *кооперативний*). Також виявлено, що в основу *класифікації стратегій управління персоналом*, зазвичай, закладаються такі критерії: тип конкурентної стратегії; тип загальної стратегії організації; стадії розвитку (етап життєвого циклу) організації; місії організації; спосіб реалізації стратегії в організації; філософія менеджменту [1; 6].

Головна особливість ділового спілкування - його регламентованість, що проявляється в необхідності його дотримання учасниками ділового етикету як системи норм і правил, що регулюють зовнішні форми поведінки людей. Норми ділового етикету покликані задовольнити соціальну потребу у взаємодії, прихильності і підтримці, повазі і визнання людьми один одного. Сукупність норм і правил, що регулюють допустимі (пристойні) форми поведінки, має історичний характер і зумовлюється культурою суспільства. Етикет - це завжди соціальна гра за певними правилами, котра передбачає набір строго визначених правил, яких зобов'язані дотримуватися гравці, а за порушення одержують санкції (осуд, виключення чи ізоляція). Отож в діловій взаємодії поведінка людей суворо регламентована і максимально формалізована. Так досягається модель типової та очікуваної поведінки [8].

Діловий етикет постає як сукупність специфічних правил, що регламентують зовнішні прояви взаємовідносин між людьми в процесі ділового спілкування. Його норми і правила джерелять з основних принципів сучасного етикету таких як: принцип гуманізму, принцип доцільності дій, принцип естетичної привабливості поведінки, принцип поваги до традицій своєї країни і країн представників з якими вступають в ділові контакти тощо.

Також виокремлюють похідні принципи бізнес-етикету [8]:

1. *Принцип стійкості першого враження.* Суть цього принципу в тому, що перше враження завжди стійке і визначає не тільки подальше ставлення до окремої людини, а й накладає відбиток на ділові взаємини загалом.

2. *Принцип надійності і сталості поведінки в різних бізнес-ситуаціях.* Поведінка ділової людини має бути передбачуваною і прогнозованою, що є доволі значущим чинником для ділових партнерів, оскільки викликає взаємну довіру. Цьому сприяють пунктуальність, хороша репутація та послідовність партнерів.

3. *Принцип «безстатевого спільноти»* відрізняє діловий етикет від цивільного адже у професійному колективі немає чоловіків і жінок, а є співробітники і співробітниці певного рангу і відповідні правила спілкування. Наприклад, при зустрічі з керівником його першим, згідно з етикетом, має вітати підлеглий, будь то чоловік чи жінка.

4. *Принцип доречності* полягає у тому, в якій ситуації використовувати ті чи інші правила бізнес-етикету: використовувати мовний етикет стосовно ситуації ділового спілкування, одягатися належним чином, максимально відповідати очікуванням оточуючих.

5. *Принцип наявності емоційного інтелекту,* передбачає наявність сукупності якостей, що детермінують здатність людини керувати собою і будувати регульовані взаємини з іншими людьми. Людина має розуміти свої емоції і вміти їх проявляти, розуміти емоції та почуття оточуючих і відповідно реагувати на них. Тобто потрібно вміти підтримувати відповідний емоційний фон і у себе, і у колег, і у ділових партнерів.

6. *Принцип розумного егоїзму* означає, що при виконанні своїх функцій, не можна втручатися в роботу інших і заважати їм своїми діями: радити, гучно розмовляти, відволікати чи втручатися в особистий простір тощо.

7. *Принцип позитивності* полягає в позитивному ставленні до співробітників, клієнтів, ділових партнерів за принципом: «Я - хороший, ти - хороший». Не можна обманювати, обговорювати і засуджувати чужі недоліки, злословити, іронізувати і т.д.

Знання основних принципів сучасного ділового етикету дає змогу людині впевнено почувати себе в ситуаціях ділового спілкування та не здійснювати помилок, які перешкоджають встановленню і підтриманню конструктивних ділових взаємин. Загалом коректна взаємодія у діловій сфері залежить від низки чинників, основними з яких є: стиль взаємодії керівника з колективом, справедливість розподілу обов'язків і заохочень, послідовність розпоряджень, доброзичливий мікроклімат, унормованість взаємин, відповідальність та сформована професійна самосвідомість працівників [3].

### Список використаних джерел

1. Гірняк А. Психологічний аналіз і систематика стилів освітньої взаємодії. *Психологія і суспільство*. 2018. № 1-2. С. 118-126.
2. Гірняк А. Різновиди міжсуб'єктної взаємодії та їх психологічний аналіз. *Психологія і суспільство*. 2017. № 4. С. 82-86.
3. Ділове спілкування: соціально-психологічний аспект. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/13564/>
4. Етика та психологія ділових відносин. URL: <https://studfile.net/preview/8188123/>
5. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Етика та психологія ділових відносин : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2016. – 151 с.
6. Пугачев В. П. Стиль управління ефективного керівника. *Справочник кадровика*. 2013. № 2. С. 129-137. URL: <http://www.pro-personal.ru/journal/928/529673/>
7. Фурман А., Гірняк А. Передвиборчі технології як інструменти соціально-психологічної взаємодії. *Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*. 2017. Том 39. С. 161-166.
8. Чернишова Л. В. Діловий етикет: сутність, принципи та функції етикету. *Етика, культура та етикет ділового спілкування*. 2018. URL: [https://stud.com.ua/105037/menedzhment/diloviy\\_etiket\\_sutnist\\_printsipy\\_funktsiyi\\_etiketu](https://stud.com.ua/105037/menedzhment/diloviy_etiket_sutnist_printsipy_funktsiyi_etiketu)