

ISSN 2227-2844

ВІСНИК

**ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

№ 22 (257) ЛИСТОПАД

2012

ВІСНИК

ЛУГАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

За матеріалами
VI Міжнародної науково-практичної конференції
**„Інноваційні процеси в освітньому просторі:
доступність, ефективність, якість”,**
присвяченої 10-річчю Українського відділення МАНПО

№ 22 (257) листопад 2012

Частина VIII

Засновано в лютому 1997 року (27)
Свідоцтво про реєстрацію:
серія КВ № 14441-3412ПР,
видане Міністерством юстиції України 14.08.2008 р.

Збірник наукових праць внесено до переліку
наукових фахових видань України
(педагогічні науки)

Постанова президії ВАК України від 14.10.09 №1-05/4

Журнал включено до переліку видань реферативної бази даних
„Україніка наукова” (угода про інформаційну співпрацю
№ 30-05 від 30.03.2005 р.)

Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 3 від 26 жовтня 2012 року)

Виходить двічі на місяць

Засновник і видавець –
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор – доктор педагогічних наук, професор Курило В. С.

Заступники головного редактора –

доктор педагогічних наук, професор Савченко С. В.

Випускаючі редактори –

доктор історичних наук, професор Бур'ян М. С.,

доктор медичних наук, професор Виноградов А. О.,

доктор філологічних наук, професор Галич О. А.,

доктор педагогічних наук, професор Горошкіна О. М.,

доктор сільськогосподарських наук, професор Конопля М. І.,

доктор філологічних наук, професор Сичельникова Л. М.,

доктор педагогічних наук, професор Харченко С. Я.

Редакційна колегія серії „Педагогічні науки“:

доктор педагогічних наук, професор Ваховський Л. Ц.,

доктор педагогічних наук, професор Гавриш Н. В.,

доктор педагогічних наук, професор Докучаєва В. В.,

доктор педагогічних наук, професор Лобода С. М.,

доктор педагогічних наук, професор Максименко Г. М.,

доктор педагогічних наук, професор Ротерс Т. Т.,

доктор педагогічних наук, професор Сташевська І. О.

доктор педагогічних наук, професор Хриков Є. М.,

доктор педагогічних наук, професор Чернуха Н. М.,

доктор педагогічних наук, професор Чиж О. Н.

Редакційні вимоги

до технічного оформлення статей

Редакція «Вісника» приймає статті обсягом 4 – 5 сторінок через 1 інтервал, повністю підготовлених до друку. Статті подаються надрукованими на папері в одному примірнику з додатком диска. Набір тексту здійснюється у форматі Microsoft Word (*.doc, *.rtf) шрифтом № 12 (Times New Roman) на папері формату А-4; усі поля (верхнє, нижнє, правє й лівє) — 3,8 см ; верхній колонтитул — 1,25 см , нижній — 3,2 см .

У верхньому колонтитулі зазначається: Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № ** (***) , 2012.

Статті у „Віснику” повинні бути розміщені за рубриками.

Інформація про УДК розташовується у верхньому лівому кутку без відступів (шрифт нежирний). Ініціали і прізвище автора вказуються в лівому верхньому кутку (через рядок від УДК) з відступом 1,5 см (відступ першого рядка), шрифт жирний. Назва статті друкується через рядок великими літерами (шрифт жирний).

Зміст статті викладається за планом: постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми та на які спирається автор; виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з певним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження й перспективи подальших розвідок у цьому напрямку. Усі перелічені елементи повинні бути стилістично представлені в тексті, але графічно виділяти їх не треба.

Посилання на цитовані джерела подаються в квадратних дужках після цитати. Перша цифра — номер джерела в списку літератури, який додається до статті, друга — номер сторінки, наприклад: [1, с. 21] або [1, с. 21; 2, с. 13 – 14]. Бібліографія і при необхідності примітки подаються в кінці статті після слова „Список використаної літератури” або після слів „Список використаної літератури і примітки” (без двокрапки) у порядку цитування й оформляються відповідно до загальноприйнятих бібліографічних вимог. Бібліографічні джерела подаються підряд, без відокремлення абзацем; ім'я автора праці (або перше слово її назви) виділяється жирним шрифтом.

Статтю закінчують 3 анотації обсягом 8 рядків українською, російською та англійською мовами із зазначенням прізвища, ім'я та по-батькові автора, назви статті та ключовими словами (3 – 5 термінів).

Стаття повинна супроводжуватися рецензією провідного фахівця (доктора, професора).

На окремому аркуші подається довідка про автора: (прізвище, ім'я, по-батькові; місце роботи, посада, звання, учений ступінь; адреса навчального закладу, кафедри; домашня адреса; номери телефонів (службовий, домашній, мобільний).

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Дунаєв А. В., Ладига А. И., Попов Э. Н. Современные проблемы усовершенствования медико-правовой терминологии..... 6
2. Золотова Г. Д. Сутність і зміст нехімічних адикцій дітей..... 12
3. Ковальчук І. А. Сутність і зміст соціального виховання..... 24
4. Краснова Н. П. Етичні підходи у сфері ділових відносин..... 29
5. Харченко Л. П. Сприйняття і взаєморозуміння в контексті етики ділового спілкування..... 40

ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ

6. Архипова С. П. Системи формування готовності соціальних педагогів і соціальних працівників до освіти соціально незахищених категорій дорослих..... 49
7. Безбородих С. М. Компетентнісний підхід у підготовці конкурентоспроможного фахівця..... 57
8. Дроздов Д. В. Соціально-просвітницький тренінг як умова формування професійних якостей майбутніх тренерів..... 64
9. Загной Т. В. Соціально-психологічні особливості навчально-професійної мотивації студентів..... 71
10. Коваленко С. О. Соціальне самовизначення учнів ПТУ в контексті формування ціннісного ставлення до праці..... 77
11. Лях Т. Л. Мотивація до волонтерської діяльності..... 84
12. Майборода А. О. Акмеологічна компетентність майбутніх фахівців оперативно-рятувальної служби цивільного захисту..... 91
13. Отрощенко Н. Л. Значення соціально-професійної орієнтації в сучасному суспільстві..... 99
14. Сперанська-Скарга М. А. Критерії оцінювання рівня сформованості рефлексивного компоненту професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів філологічних спеціальностей..... 106
15. Тимошенко Н. Є. Умови професійного самовдосконалення спеціалістів соціальної сфери у ресурсних центрах..... 114
16. Хорошевська І. В. Педагогічні умови формування професіоналізму вчителів загальноосвітньої школи в управлінні конфліктами..... 125

обусловленное, социально обусловленное, специальное и направленное социальное воспитание. С позиции личности социальное воспитание предполагает самовоспитание.

Ключевые слова: социальное воспитание, социализация, гражданское воспитание, общественное воспитание, самовоспитание.

Kovalchuk I. A. Essence and maintenance of social education

Essence of concept «Social education», social education is examined from position of the state, social institutes and personality are opens up in the article. From position of the state social education is understood as civil education, public education, forming of man in accordance with a social ideal. From position of social institutes the social education officially conditioned, socially conditioned, special and directed is selected. From position of personality social education is supposed by a self-education.

Key words: social education, socialization, civil education, public education, self-education.

Стаття надійшла до редакції 29.09.2012 р.

Прийнято до друку 26.10.2012 р.

УДК 316.477:172

Н. П. Краснова

ЕТИЧНІ ПІДХОДИ У СФЕРІ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН

Об'єктом етики ділового спілкування є реально існуюча практика у всій множині ділових відношень й зв'язків. У реаліях сьогодення ділові відношення завжди тісно пов'язані з різноманітними видами професійної предметної діяльності людей, і їхня реалізація проходить у вигляді комунікативних та інтерактивних зв'язків. У діловій практиці здійснюється також реалізація різноманітних технік та технологій ділового спілкування, котрі можуть сприяти підвищенню ефективності ділової взаємодії. Розвиваючись на основі цих технологій та різноманітних форм ділового спілкування, ділова практика сприяє розвитку об'єктивної бази етики ділового спілкування.

Проблеми етики ділового спілкування не є новою у науковій літературі. Етику ділових відношень розглядали Р. Ботавіна, Л. Венчер, Ю. Палеха; етикет та етику ділового спілкування досліджували І. Афанасьєв, І. Мальханова, Д. Ягер; питанням культури ділового спілкування присвятили свої праці І. Браїм, В. Здоровенко, Ф. Снелл; аспекти професійної етики досліджували А. Леонтєв, В. Лавриненко, А. Панфілова.

На сьогодні традиційна етика розглядає взаємини між людьми прагне обґрунтувати індивідуальні права людини і встановити відповідальність за їх порушення. Виходячи з вище означеного метою статті є розкриття етичних підходів у сфері сучасних ділових відносин.

Перш за все, існує точка зору, що бізнес принципово аморальний і мова етики – це не мова бізнесу. Отже, необхідно докладати зусилля до того, щоб ті або інші етичні норми були оформлені законодавчо. Вказана точка зору виливається на практиці в масові рухи в захист навколишнього середовища, в той, що сформувався на Заході і до певної міри в Україні консюмеризм – рух в захист прав споживачів. Аморальність бізнесу як причина безлічі соціальних лих є сюжетом для наукових досліджень, улюбленою темою ЗМІ.

Наслідком впровадження в практику бізнесу соціального аудиторства – інспекції соціальної поведінки фірм, тобто їх відносини до соціальних цінностей стало те, що фірми почали обмірковувати і створювати етичні кодекси і посади уповноважених по корпоративній етиці. Даний напрям в розділ кута ставить дослідження соціальної справедливості, а під мораллю має на увазі не протиставляти бажання і здатність людини, персональну гідність і персональні амбіції (гроші, кар'єру) іншим цінностям, що сприймаються як значущі [1].

Проте застосування даної теорії обмежене з ряду причин. По-перше, багатство таких розвинених країн, як США, підриває працьовитість і ощадливість, що формує все нові і нові потреби і жадання легкого життя. По-друге, цінності, визначувані відчуттям приватної власності, зазнали зміни. Крупні корпорації є власністю утримувачів акцій і управляються менеджерами за платню, тобто управління відокремилася від власності. Таке управління повинне бути не стільки етичним, скільки законним. Удосконалюючись, закони прагнуть заборонити аморальні види діяльності. Але завжди існує лаз між виявленням суспільством недосконалості і розробкою та ухваленням закону. Крім того, не все, що аморально, незаконно, наприклад, брехня. І, нарешті, в умовах жорсткої конкуренції підприємства можуть значною мірою втратити контроль над власною діяльністю і її нормами.

Основні етичні принципи і норми ділових відносин – це загальноприйняті у діловому світі принципи поведінки. Зазвичай до них відносяться наступні.

1. *Свобода* (цінуєте свободу своїх конкурентів). Це виражається у невтручанні в їх справи, інтереси.

2. *Пунктуальність* (робіть все вчасно). Тільки поведінка людини, що робить все вчасно, є нормативною. Запізнення заважають роботі і є ознакою того, що на людину не можна покластися. Принцип робити все вчасно розповсюджується на всі службові завдання. Фахівці, які вивчають організацію і розподіл робочого часу, рекомендують додавати зайвих 25% до того терміну, який потрібний для виконання дорученої роботи.

3. *Конфіденційність* (не базикайте зайвого). Секрети установи, корпорації або конкретної операції необхідно зберігати так само дбайливо, як таємниці особистого характеру. Немає також необхідності переказувати кому-небудь почуте від товариша по службі, керівника або підлеглого про їх службову діяльність або особисте життя.

4. *Люб'язність, доброзичливість і привітність*. У будь-якій ситуації необхідно поводитися з клієнтами, замовниками, покупцями і товаришами по службі ввічливо, привітно і доброзичливо. Це, проте, не означає необхідності дружити з кожним, з ким доводиться спілкуватися за службовим обов'язком.

5. *Увага до тих, що оточують* (думайте про інших, а не тільки про себе). Увага до тих, що оточують повинна розповсюджуватися на товаришів по службі, начальників і підлеглих. Поважайте думку інших, прагніть зрозуміти, чому у них склалася та або інша точка зору. Завжди прислухайтесь до критики і порад колег, начальства і підлеглих. Коли хтось ставить під сумнів якість вашої роботи, покажіть, що цінуєте міркування і досвід інших людей. Упевненість в собі не повинна заважати бути скромним.

6. *Зовнішній вигляд* (одягайтеся як годиться). Головний підхід – вписатися у оточення по службі, а усередині цього оточення – в контингент працівників. Необхідно виглядати самим кращим чином, тобто одягатися із смаком. Важливе значення мають ретельно підібрані аксесуари.

7. *Письменність* (говоріть і пишть хорошою мовою). Внутрішні документи або листи, що направляються за межі установи, повинні бути викладені хорошою мовою, а всі власні імена передані без помилок [2].

Етику ділового спілкування слід враховувати в різних її проявах: у відносинах між підприємством і соціальним середовищем; між підприємствами; усередині одного підприємства – між керівником і підлеглими, між підлеглим і керівником, між людьми одного статусу. Між сторонами того або іншого виду ділового спілкування існує своя специфіка. Завдання і полягає в тому, щоб сформулювати такі принципи ділового спілкування, які не тільки відповідали б кожному виду ділового спілкування, але і не суперечили загальним етичним принципам поведінки людей. Разом з тим вони повинні служити надійним інструментом координації діяльності людей, залучених в ділове спілкування.

Не дивлячись на всю проблематичність і трудність вибору етичної позиції, в спілкуванні є ряд таких положень, слідуючи яким можна в значній мірі полегшити ділове спілкування, підвищити його ефективність і уникнути промахів в процесі взаємодії з іншими в бізнесі, а саме:

- У моралі немає абсолютної істини і вищого судді серед людей.
- Коли йде мова про етичні промахи інших, не слід робити з «моральних мух», «моральних слонів». Коли мова йде про промахах своїх, слід поступати навпаки.

- У моралі слід хвалити інших, а пред'являти претензії до себе.
- Етичне відношення тих, що оточують до нас, залежить кінцем кінцем тільки від нас самих.
- Коли мова йде про практичне затвердження норм моралі, основний імператив поведінки – «почни з себе» [4].

Особливу увагу слід звернути на золоте правило етики спілкування: *«Відноситесь до інших так, як ви хотіли б, щоб відносилися до вас»*. У негативній формі, у формулюванні Конфуція, воно свідчить: *«Чого не побажаєш собі, того не роби іншим»*. Це правило застосовано і до ділового спілкування, але по відношенню до окремих його видів: *«зверху-вниз»* (керівник-підлеглий), *«знизу-вгору»* (підлеглий-керівник), *«по горизонталі»* (співробітник-співробітник) вимагає конкретизації.

Етика ділового спілкування «зверху-вниз». У діловому спілкуванні «зверху-вниз», тобто відносно керівника до підлеглого золоте правило етики можна сформулювати таким чином: *«Відноситесь до свого підлеглого так, як ви хотіли б, щоб до вас відносився керівник»*. Мистецтво і успіх ділового спілкування багато в чому визначаються тими етичними нормами і принципами, які використовує керівник по відношенню до своїх підлеглих. Під нормами і принципами мається на увазі те, яка поведінка на службі є етично прийнятною, а яка – ні. Ці норми стосуються перш за все того, як і на основі чого віддаються розпорядження в процесі управління, в чому виражається службова дисципліна, що визначає ділове спілкування. Без дотримання етики ділового спілкування між керівником і підлеглим більшість людей відчувають себе в колективі дискомфортно, етично незахищеними. Відношення керівника до підлеглих впливає на весь характер ділового спілкування, багато в чому визначає його етично-психологічний клімат. Саме на цьому рівні формуються в першу чергу етичні *еталони* і зразки *поведінки*. Відзначимо деякі з них.

- Намагайтеся перетворити вашу організацію на згуртований колектив з високими моральними нормами спілкування. Залучите співробітників до цілей організації. Людина тільки тоді відчуватиме себе етично і психологічно комфортно, коли відбудеться його ідентифікація з колективом. Разом з тим кожен прагне залишитися індивідуальністю і хоче, щоб його поважали таким, яким він є.

- При виникненні проблем і труднощів, пов'язаних з недобросовісною роботою, керівникові слід з'ясувати її причини. Не слід нескінченно докоряти підлеглого його слабкостями, недоліками. Подумайте, що можна зробити, щоб допомогти йому подолати їх. При цьому необхідно спиратися на сильні сторони його особи.

- Якщо співробітник не виконав розпорядження, необхідно дати йому зрозуміти, що це звісний факт. Більш того, якщо керівник не зробив підлеглому відповідного зауваження, то він просто не виконує своїх обов'язків і поступає неетично.

• Зауваження співробітникам повинне відповідати етичним нормам. Необхідно зібрати всю інформацію по даному випадку, вибрати правильну форму спілкування, спочатку з'ясувати причину невиконання завдання. Робити зауваження один на один: необхідно поважати гідність і відчуття людини.

• Критикувати дії і вчинки, а не особу людини.

• Тоді, коли це доречно, використовувати прийом „бутерброда” – захвати критику між двома компліментами. Закінчити розмову потрібно на дружній ноті й незабаром знайти час поговорити з людиною, щоб показати їй, що не тримаєте зла.

• Ніколи не радити підлеглому, як поступати в особистих справах. Якщо порада допоможе, то, швидше за все, не подякують. Якщо не допоможе – на порадника ляже вся відповідальність.

• Не обзаводитися улюбленчиками. Відноситися до співробітників як до рівноправних членів і до всіх з однаковими мірками.

• Ніколи не давати співробітникам можливість відмітити, що не володієте ситуацією, якщо бажаєте зберегти їх пошану.

• Дотримуйте принцип розподільної справедливості: чим більше заслуги, тим більше повинна бути винагорода.

• Заохочуйте колектив навіть в тому випадку, якщо успіх досягнутий головним чином завдяки успіхам самого керівника.

• Укріплюйте у підлеглому відчуття власної гідності. Добре виконана робота заслуговує не тільки матеріального, але й морального заохочення, зайвий раз можна похвалити співробітника.

• Привілеї повинні розповсюджуватися на всіх членів колективу.

• Довіряйте співробітникам і визнавайте власні помилки в роботі. Члени колективу все одно так чи інакше дізнаються про них. Але приховування помилок – прояв слабкості і непорядності.

• Захищайте своїх підлеглих, вони віддячать вам тим же.

• Вибирайте правильну форму розпорядження, враховуючи перш за все два чинники: 1) ситуацію, наявність часу для нюансів, 2) особа підлеглому – добросовісний і кваліфікований працівник або людина, яку потрібно підштовхувати на кожному кроці. Залежно від цього слід вибрати і етично найбільш прийнятні норми поведінки і форми розпорядження.

Формами розпорядження можуть бути: наказ, прохання, питання і так званий „доброволець”.

Наказ. Найчастіше слід використовувати в надзвичайній ситуації, а також відносно недобросовісних співробітників.

Прохання. Використовується в тому випадку, якщо ситуація рядова, а відношення між керівником і підлеглим засноване на довірі і доброзичливості. Така форма дозволяє співробітникові висловити свою думку на проблему в тому випадку, якщо вона по яких-небудь причинах

не може бути вирішена. Хоча якщо відповідним чином вимовити фразу, то у співробітника не виникне ніякого сумніву, що це наказ.

Питання. «Чи є сенс зайнятися цим?», «Як ми винні це зробити?». Краще застосовувати в тих випадках, коли треба викликати обговорення, як краще зробити роботу або підштовхнути співробітника до того, щоб він узяв ініціативу на себе. При цьому співробітники повинні бути добровільними і достатньо кваліфікованими. Інакше деякі можуть сприйняти ваше питання як прояв слабкості і некомпетентності.

«Доброволець». «Хто хоче це зробити?». Підходить для такої ситуації, коли роботу не хоче робити ніхто, але проте все одно вона повинна бути зроблена. В цьому випадку доброволець сподівається, що його ентузіазм буде відповідним чином оцінений в подальшій роботі.

Від характеру психологічної дії керівника залежить кінцевий результат виробничого процесу. Ефективною є морально-психологічна дія керівника на підлеглих.

Під морально-психологічною дією слід розуміти мотивовану дію однієї особи, спрямовану на корекцію поглядів, ціннісних орієнтації і установок іншої особи (колективу). Морально-психологічна дія повинна здійснюватися щодня, при усіх безпосередніх і опосередкованих контактах керівника з підлеглим в процесі управлінської діяльності.

Моральні цінності, справедливість, порядність, людяність, увага до людей і їх проблем, культура спілкування, сумлінність, завзятість та інші морально-психологічні характеристики підлеглих виникають, міцніють або ж слабшають під впливом їх контактів з керівниками різних категорій і рангів.

Найсильнішу морально-психологічну дію на співробітників чинять:

- психологічні властивості й якості особистості керівника;
- манера триматися, тон голосу, вираз обличчя;
- стиль управління, рішення, що приймаються, методи роботи, організаторські здібності;
- відповідальність, самовіддача, сумлінність;
- манера поведінки і відношення до співробітників;
- стиль спілкування;
- турбота про підлеглих;
- схвалення і критика, вживані заохочення і покарання, їх об'єктивність;
- навантаження, що покладаються на співробітників, умови, що створюються для вирішення завдань;
- надання допомоги і підтримки при зіткненні підлеглих з труднощами, розуміння цих труднощів та ін.

Особа керівника робить морально-психологічний вплив на колектив. Цей вплив є засобом вирішення власне службових завдань, способом організації морально-психологічного клімату в колективі і системою морально-психологічного забезпечення виховного процесу.

Керівник виступає ініціатором цього процесу, організовує його і управляє ним.

Морально-психологічна дія виступає, з одного боку, як емоційний фон виховного процесу, а з іншої – як його безпосередня змістовна характеристика. Виховна діяльність носить творчий характер. Керівник виконує функції: 1) моделювання морально-психологічної дії на колектив в процесі підготовки до вирішення службових завдань (прогностичний етап); 2) організації безпосередньої морально-психологічної дії на колектив (початковий етап); 3) управління виховним процесом, що розвивається; 4) аналіз здійсненої морально-психологічної дії і моделювання її можливих варіантів при виконанні майбутньої діяльності.

Охарактеризуємо особливості виділених етапів. В процесі моделювання морально-психологічної дії при підготовці до виховної діяльності необхідно враховувати: а) її мету і завдання; б) морально-психологічний клімат в колективі; в) індивідуальні особливості керівника, що здійснює морально-психологічну дію; г) індивідуальні особливості підлеглого; д) передбачувані методи виховання. Сукупність вказаних елементів прогностичного етапу впливає на змістовні особливості професійної діяльності співробітників, створює в ході морально-психологічної дії емоційну єдність керівника і об'єктів дії і допомагає йому прогнозувати можливі зміни морально-психологічної атмосфери в колективі. Виховання – це не механічний процес «батога і пряника», а складна морально-психологічна дія, обумовлена людськими взаємовідносинами.

Важливими елементами другого етапу дії керівника на колектив є: а) конкретизація цілей морально-психологічної дії; б) уточнення оптимальних для майбутньої дії умов; в) здійснення початкової стадії морально-психологічної дії. Психолого-педагогічна значущість цього етапу проявляється в його спрямованості, що коригує, оберненій на уточнення методики майбутньої виховної діяльності керівника, опосередкованої соціально-психологічними механізмами.

Велика роль відводиться позиції керівника, оскільки вона відбиває спосіб управління не лише морально-психологічною дією, але і усією виховною діяльністю.

Третій етап морально-психологічної дії – управління виховним процесом, що розвивається. Керівникові необхідно досягти відповідності найбільш ефективних, прийнятних для нього методів виховання і морально-психологічної дії, адекватність яких забезпечує ефективність спільної роботи керівника і колективу.

Найважливішими соціально-психологічними вимогами до цієї роботи є: встановлення психологічного контакту з колективом; розробка обґрунтованого набору морально-психологічної дії; створення в колективі оптимального морально-психологічного клімату; управління самовихованням підлеглих; єдність службового і особистого аспектів в процесі взаємодії керівника і співробітника; цілісна, педагогічно

доцільна система морально-психологічних дій співробітників по відношенню один до одного і керівника.

На завершальному етапі керівник повинен проаналізувати виховний процес і уточнити можливі варіанти морально-психологічної дії, прийнятні для цього колективу, з метою прогнозування цієї дії в майбутньому.

Найважливішими особливостями виховної взаємодії є її систематичність і безперервність, від офіційно регламентованого до неофіційно довірчого.

Особливості морально-психологічної дії відбивають соціально-етичні установки суспільства і керівника, рівень його виховної спрямованості і морально-психологічної підготовленості.

Рівень виховної майстерності керівника залежить від міри засвоєння методів морально-психологічного впливу і адекватності очікувань, що приписуються підлеглим. Керівник повинен не лише уміло впливати на співробітників, але і бути для них авторитетом, особою в повному розумінні цього слова. У зв'язку з цим будь-яка морально-психологічна дія містить в собі глибокий особистісний сенс.

Етика ділового спілкування «знизу-вгору». У діловому спілкуванні «знизу-вгору», тобто відносно підлеглого до свого начальника, загальне етичне правило поведінки можна сформулювати таким чином: «Відноситися до свого керівника так, як ви хотіли б, щоб до вас відносилися ваші підлеглі» [3].

Знати, як слід звертатися і відноситися до свого керівника, не менш важливо, ніж те, які етичні вимоги слід пред'являти до своїх підлеглих. Без цього важко порозумітися і з начальником, і з підлеглими. Використовуючи ті або інші етичні норми, можна повернути керівника на свою сторону, зробити своїм союзником, але можна і настроїти його проти себе, зробити своїм недоброзичливцем.

Ось декілька необхідних етичних норм і принципів, які можна використовувати в діловому спілкуванні з керівником.

- Прагніть допомагати керівникові в створенні в колективі доброзичливої етичної атмосфери, зміцненню справедливих відносин. Пам'ятаєте, що ваш керівник потребує цього в першу чергу.

- Не намагайтеся нав'язувати керівникові свою точку зору або командувати їм. Висловлюйте пропозиції або зауваження тактовно і ввічливо. Не можна прямо щось наказати, але можна сказати: «Як ви віднесетеся до того, якби ...» і так далі.

- Якщо в колективі насувається або вже трапилося яка-небудь радісна або, навпаки, неприємна подія, то про це необхідно повідомити керівника. У разі неприємностей необхідно допомогти полегшити вихід з цієї ситуації, запропонувати своє рішення.

- Не треба розмовляти з начальником категоричним тоном, не говорите завжди тільки «так» або тільки «ні». Співробітник, що вічно піддакує, набридає і справляє враження лестивця. Людина, яка завжди говорить «ні», служить постійним подразником.

- Будьте надійні та не будьте підлабузником. Майте свій характер і принципи. На людину, яка не має стійкого характеру і твердих принципів, не можна покластися, його вчинки не можна передбачати.

- Не варто звертатися за допомогою, радою, пропозицією і так далі «через голову», відразу до керівника вашого керівника, за винятком екстрених випадків. Інакше ваша поведінка може бути розцінена як неповага або зневага до думки начальника або як сумнів в його компетентності. У будь-якому випадку ваш безпосередній керівник в цьому випадку втрачає авторитет і гідність.

- Якщо вас наділили відповідальністю, делікатно підніміть питання і про ваші права. Пам'ятаєте, що відповідальність не може бути реалізована без відповідної міри свободи дій.

Етика ділового спілкування «по горизонталі». Загальний етичний принцип спілкування «по горизонталі», тобто між колегами (керівниками або рядовими членами групи), можна сформулювати таким чином: «У діловому спілкуванні відноситеся до свого колеги так, як ви хотіли б, щоб він відносився до вас». Якщо вам важко поводитися в тій або іншій ситуації, поставте себе на місце вашого колеги.

Стосовно колег-керівників слід мати на увазі, що знайти вірний тон і прийняті норми ділового спілкування з рівними по статусу співробітниками з інших підрозділів – справа вельми непроста. Особливо якщо мова йде про спілкування і відносинах усередині одного підприємства. В цьому випадку вони нерідко є суперниками в боротьбі за успіх і просування по службі, але у той же самий час, ці люди разом з вами належать до команди загального керівника. У даному випадку учасники ділового спілкування повинні відчувати себе рівними по відношенню один до одного.

Ось декілька принципів етики ділового спілкування між колегами.

- Не вимагайте до себе якого-небудь особливого відношення або особливих привілеїв з боку іншого.

- Спробуйте досягти чіткого розділення між обов'язками і відповідальністю у загальній роботі.

- Якщо коло ваших обов'язків перетинається з вашими колегами, це вельми небезпечна ситуація. Якщо керівник не розмежує ваші обов'язки і відповідальність від інших, спробуйте зробити це самі.

- У відносинах між колегами з інших відділів вам слід відповідати самому за свій відділ, а не звалювати провину на своїх підлеглих.

- Якщо вас просять тимчасово перевести в інший відділ вашого співробітника, не посылайте туди несумлінних і некваліфікованих – адже по ньому там судитимуть про вас і про ваш відділ в цілому. Пам'ятаєте, може трапитися, що з вами поступлять таким же аморальним чином.

- Не відноситеся з упередженістю до своїх колег. Наскільки можливо відкидайте забобони і плітки в спілкуванні з ними.

- Називайте своїх співбесідників по імені і прагніть робити це частіше.

- Посміхайтесь, будьте доброзичливі і використовуйте все різноманіття прийомів і засобів, щоб показати добре відношення до співбесідника. Пам'ятаєте – що посієш, то і збереш.

- Не давайте обіцянок, які ви не зможете виконати. Не перебільшуйте свою значущість і ділових можливостей. Якщо вони не виправдаються, вам буде незручно, навіть якщо на це були об'єктивні причини.

- Не лізьте людині в душу. На роботі не прийнято питати про особисті справи, а тим більше проблеми.

- Прагніть слухати не себе, а іншого.

- Не прагніть показатися краще, розумніше, цікавіше, ніж ви є насправді. Рано чи пізно все одно впливе назовні і встане на свої місце.

- Посилайте імпульси ваших симпатій – словом, поглядом, жестом дайте учасникові спілкування зрозуміти, що він вас цікавить. Посміхайтесь, дивіться прямо в очі.

- Розглядайте вашого колегу як особу, яку слід поважати саму по собі, а не як засіб для досягнення ваших власних цілей.

Підвищення рівня етики ділового спілкування. Існують різні засоби і способи підвищення рівня моральності ділового спілкування. Як приклади підвищення показників етичності поведінки як керівників, так і рядових працівників можна привести наступні: *розробка етичних нормативів на підприємстві, створення комітетів і комісій з етики, проведення соціально-етичних ревізій, навчання етичній поведінці.*

Етичні нормативи ділового спілкування і поведінки повинні описувати загальну систему і правила етики, яких, на думку організації, повинні дотримуватися її працівники. Ці нормативи розробляються з метою поліпшити ділове спілкування на різних рівнях і в різних сферах діяльності організації. Мета їх створення – встановлення нормальної етичної атмосфери і визначення етичних рекомендацій при ухваленні рішень. Кожне підприємство, якщо воно дорожить своєю репутацією, прагнучиме до того, щоб утвердити у себе вищі стандарти етики ділового спілкування, що є найважливішим компонентом бізнесу.

Так, при висновку операцій та інших видів ділового спілкування етичними нормативами зазвичай забороняються хабарі, „підмазування”, здирство, подарунки, шахрайство, порушення законів, незаконні виплати політичним організаціям і так далі. На Заході організації зазвичай доводять етичні нормативи до своїх працівників у вигляді друкарських матеріалів. Деякі фірми створюють робочі групи або постійні комітети з етики. Інші наймають фахівця з етики бізнесу, званого адвокатом по етиці. Його роль зводиться до вироблення думок по етичних питаннях, у тому числі і по етиці ділового спілкування. У нашій країні, на жаль, етиці ділового спілкування і взагалі етиці бізнесу не додається поки належної уваги.

Стосовно бізнесу на міжнародному рівні слід мати на увазі, що в деяких країнах урядовці звикли і чекають невеликих грошових

підношень. На думку фахівців, мабуть, настала пора зайнятися розробкою етичних нормативів, вживаних у всьому світі, і забезпечити відхід з сумнівного ринку будь-якого суб'єкта при виникненні крупних не вирішуваних етичних проблем.

Завдання підвищення норм і стандартів етики ділового спілкування, як і взагалі етики бізнесу, в багатьох країнах сьогодні висувається як одна з найважливіших. Проблема стоїть достатньо гостро. Так, згідно опитам громадської думки, серед широких верств населення США панує переконання, що цінності етичної поведінки неухильно знижуються. В Україні, як це признається повсюдно, положення з цим ще гірше. Тому організації, фірми, керівники і підприємці всіх рівнів повинні прикласти максимум зусиль для підвищення етичності ділового спілкування, використовуючи для цього різні способи і засоби, у тому числі і навчання етиці ділового спілкування.

Список використаної літератури

1. **Ботавина Р. Н.** Этика деловых отношений : учеб. пособие / Р. Н. Ботавина. – М. : «Финансы и статистика», 2004. – 208 с.
2. **Палеха Ю. І.** Етика ділових відносин : навч. посіб. / Ю. І. Палеха. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.
3. **Професійна етика соціального педагога** : навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / С. Я. Харченко, Н. П. Краснова, Л. П. Харченко. – Луганськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2009. – 562 с.
4. **Психологія и етика делового общения** / Под ред. проф. В. Н. Лавриненко. – М. : ЮНИТИ, 2005. – 315 с.
5. **Радевич-Винницький Я.** Етикет і культура спілкування : навч. посіб. / Я. Радевич-Винницький – К. : Знання, 2006. – 291 с.
6. **Сафьянов В. И.** Этика общения: учебное пособие / В. И. Сафьянов. – М. : Мир книги „Ганда”, 1999. – 164 с.
7. **Снелл Ф.** Искусство делового общения / Ф. Снелл. – М. : Педагогика, 1990. – 241 с.

Краснова Н. П. Етичні підходи у сфері ділових відносин

У статті розкриваються різні підходи, існуючі у сфері ділових відносин; показано принципи і норми ділових відносин (свобода, пунктуальність, конфіденційність та ін.); надається характеристика видів ділового спілкування: «зверху – вниз», який сприяє формуванню етичних еталонів і зразків поведінки керівника; «знизу-вгору», котрий лежить в основі ділового спілкування підлеглого з керівником та «по-горизонталі», що стосується відношень колег – керівників.

Ключові слова: принципи і норми ділових відносин, види ділового спілкування: «зверху-вниз», «знизу – вгору», «по-горизонталі».

Краснова Н. П. Этические подходы в сфере деловых отношений

В статье раскрываются различные подходы, существующие в сфере деловых отношений; показаны принципы и нормы деловых отношений (свобода, пунктуальность, конфиденциальность и др.); дается

характеристика видів делового общення: «сверху – вниз», который способствует формированию этических эталонов и образцов поведения руководителя; «снизу – вверх», который лежит в основе делового общення подчиненного и руководителя и «по-горизонталю», что касается отношений коллег – руководителей.

Ключевые слова: принципы и нормы деловых отношений, виды делового общення: «сверху – вниз», «снизу – вверх», «по-горизонталю».

Krasnova N. P. Ethical approaches in the sphere of business relations

The article describes the different approaches that exist in the sphere of business relations; the principles and norms of business relations (freedom, security, confidentiality, etc.); characteristics of kinds of business communication: «top – down», which contributes to the formation of ethical standards and behaviors of the head; «bottom – up», which is the basis of business communication of the slave and the leader and the «horizontal», as for the relations between colleagues – leaders.

Key words: principles and norms of business relationships, types of business communication: «top – down» and «bottom – up», «horizontal».

Стаття надійшла до редакції 09.09.2012 р.

Прийнято до друку 26.10.2012 р.

УДК 174.7:316.613.4

Л. П. Харченко

**СПРИЙНЯТТЯ І ВЗАЄМОРОЗУМІННЯ В КОНТЕКСТІ ЕТИКИ
ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ**

Процес сприйняття однією людиною іншої є обов'язковим компонентом ділового спілкування. Враження, які при цьому виникають, грають важливу результативну роль в процесі спілкування. По-перше, тому що пізнання іншої людини приводить до формування ініціатора спілкування, розвитку власних якостей. По-друге, від точності «відчуття» іншої людини залежить успіх організації з ним сумісних дій. Часто партнери, які спілкуються, є нерівними. При цьому виникають помилки сприйняття, які шкодять ефективності ділового спілкування. Становленню. Об'єктивного сприйняття, партнера, його емоційного стану, відношення до інших сприяють ідентифікація, емпатія, рефлексія.

Проблема факторів підвищення ефективності ділового спілкування розробляється вченими досить успішно Р. Ботаввіною, В. Венедиктовою, В. Здоровенко, В. Курбатовим, Ю. Палехою, В. Панкратовим, В. Саф'яновим, В. Шейновим та ін.