

ГУМАНІСТИЧНІ АСПЕКТИ ЕТИКИ ДІЛОВИХ ВІДНОСИН

Кирилова Л.І. (м. Запоріжжя)

Анотація

В статті дається аналіз гуманістичних аспектів етики ділових відносин, гуманістичної спрямованості спілкування; виділено загальні моральні цінності та принципи, які є основою гуманістичного спілкування.

Ключові слова

ЕТИКА, СПІЛКУВАННЯ, МОРАЛЬНІСТЬ, МОРАЛЬНІ ЦІННОСТІ, МОРАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ТА НОРМИ, ОСОБИСТІСТЬ, ГУМАНІСТИЧНА ЕТИКА, ДІЛОВІ ВІДНОСИНИ.

Вступ

Етика ділового спілкування – це нова навчальна дисципліна, становленню і розвитку якої сприяли різні галузі науки (етика, психологія, філософія, соціологія) та практики (управління, менеджмент, маркетинг тощо). Проте найсуттєвіший вплив на неї, звичайно, справили етика і психологія – науки, що займаються людинознавством і вивчають одну і ту ж природу людської поведінки (але під різними кутами зору) і чинники, що впливають на життєдіяльність людей та їхню взаємодію [1].

Етика – наука про мораль, її розвиток, принципи, норми й роль у суспільстві, іншими словами про правильне (і неправильне) у поведінці. Отже, треба розрізняти етику як науку, а мораль як реальне явище, яке вона вивчає. Мораль є формою суспільної свідомості, спрямованою на ствердження самоцінності людини, її прав на гідне і щасливе життя.

Обговорення проблеми

Слід розрізняти поняття „мораль” і „моральність”, хоч певною мірою вони розглядаються як синоніми. Мораль передусім є певною формою свідомості, сукупністю усвідомлюваних людьми принципів, правил, норм поведінки, а моральність здебільшого розуміють як втілення цих принципів, правил і норм у реальній поведінці людей та стосунках між ними. Природно, що таке втілення має дещо інший зміст, ніж сукупність абстрактних правил і приписів моралі.

Цариною людської моральності один із сучасних українських етиків В.Малахов називає спілкування. Він наголошує, що людська моральність не у свідомості й навіть не у діяльності людини, а саме в її спілкуванні з іншими. Оскільки у повноцінному спілкуванні людина постає саме як суб'єкт, то завжди актуальною є проблема морального самовизначення партнерів один відносно одного. Моральна свідомість, що лежить в основі такого спілкування, є відображенням моральної практики і моральних відносин.

Дослідження ціннісних орієнтацій молоді свідчать, що за останні 10 років домінуючими стали не цінності прогресу й розвитку

суспільства, а ті, що визначають духовний і матеріальний добробут. Але розвиток нашої держави можливий лише за умови формування у молоді інтегруючих, а не тільки особистих цінностей. Ієрархічна піраміда цінностей останнім часом немов би перевернулася. Тому важливо, щоб молодий спеціаліст був не тільки підготовлений до майбутнього як знавець своєї спеціальності, а й сприйняв загальнолюдську моральність, закономірності як загальної, так і соціальної психології [3].

Закономірності взаємодії і діяльності людей, які об'єднані в групи, та психологічні особливості самих цих груп вивчає така галузь психологічної науки, як соціальна психологія. Оскільки і етика, і психологія вивчають поведінку людей у взаємодії, у процесі їхньої спільної діяльності, то можна сказати, що етика ділового спілкування – дисципліна, що виникла на стику етики й психології. З огляду на це вона використовує основні категорії та поняття такої загалом філософської науки, як етика і ряду важливих галузей психології [2].

Необхідно провести аналіз гуманістичних аспектів етики ділових відносин та гуманістичної спрямованості спілкування; виділити загальні моральні цінності, принципи та норми, які лежать в основі гуманістичного спілкування; проаналізувати прояв гуманістичних комунікативних установок у діловому спілкуванні.

Загальнолюдські цінності, в основі яких лежить загальнолюдська мораль, не є чимось сталим, незмінним. З часом вони наповнюються новим змістом, можуть мати інший рівень значущості. Однак упродовж усієї історії людства цінувались такі чесноти як правдивість, співпереживання, ввічливість, підтримка інших, передусім слабких і молодших, повага до старших за віком і статусом та ін. Водночас засуджувалися брехливість, брутальність, нечесність, жорстокість, байдужість до інших, агресивність, нетерпимість.

Великі гуманісти минулого були філософами і психологами водночас. Вони усвідомлювали, що зрозуміти природу людини можливо лише виявивши норми й цінності її життя.

Оскільки людина є мірою всіх речей, вона є найважливішою цінністю й головним багатством суспільства. Розвиток цього підходу сприяв становленню гуманістичної етики та психології.

Гуманістична етика – напрямок у філософії, що поширився у США з 20-х років ХХ століття (І.Файт, К.Гарпет, І.Левін та ін.). Автори цієї теорії тісно пов'язують моральність з психологією окремої особистості, певною мірою виокремлюючись від загальних принципів моралі. Вони зазначають, що любов до себе, яка неможлива без любові до інших, є вищою цінністю. Якщо в авторитарній етиці норми, що встановлені авторитетом або владою, завжди преважують над індивідуальними, то в гуманістичній – сама людина може визначити критерій доброчесності та пороку. Характерна особливість людини – можливість реалізувати себе і знайти своє щастя тільки у спілкуванні

з іншими людьми, у солідарності з ними. Науці треба перемістити свою увагу з вивчення людини як об'єкта, „речі серед речей” до вивчення її як суб'єкта, як „міри всіх речей”. Послідовники гуманістичної етики дотримуються тези, що людина може реалізуватися й стати щасливою лише в єдності з іншими, у взаємодії та спілкуванні з ними. Любов до ближнього – це сила людини, що об'єднує її зі світом, який є і її власним світом. Добро в цьому контексті – розкриття та реалізація можливостей людини, зло – безвідповідальність, передусім, щодо себе. Тому, щоб зрозуміти суть добра і зла, слід звернутися до природи людини, яку вивчає психологія [6].

Гуманістична психологія – напрямок у психології, представники якого визначають головним предметом цієї науки особистість як унікальну цілісну систему, для якої характерна відкрита можливість самоактуалізації та самореалізації. Цей напрямок зародився в 50-60-ті роки в Каліфорнії (США). Основною у цій орієнтації є віра у можливість особистісного зростання кожної людини, яка може самостійно обирати свою долю. Людина народжується доброю (або нейтральною), а суспільство робить її злою, агресивною. Згідно з положеннями, введеними американським психологом К.Роджерсом, у кожній людині закладено прагнення до добра, до самореалізації, і вона здатна її досягти. Проте виховання та норми поведінки, запропоновані суспільством, змушують людину знехтувати власними почуттями та потребами і пристати на цінності, нав'язані іншими [4].

Особливе значення в етиці ділового спілкування має розроблений К.Роджерсом закон конгруентності. К.Роджерс при розгляданні психіки особистості спирається саме на принцип її самоактуалізації. Згідно цьому принципу основний мотив поведінки особистості – прагнення до самоактуалізації, тобто до реалізації особистістю своїх здібностей з метою зробити себе більш сильною, а життя – більш задовольняючим.

Самоактуалізація здійснюється у боротьбі та подоланні перешкод як в особистому, так і у соціальному житті. Вона також здійснюється і в ході міжособистісного спілкування, де процеси оцінювання, зрозуміння та схвилювання можуть привести до більш тісної психологічної взаємодії. При цьому спілкування є більш вільним тоді, коли у обох партнерів спостерігається відповідність досвіду, усвідомлення й спільності. Конгруентність і визначає точну „відповідність досвіду, усвідомлення й спільності”.

Чим більше партнер сприймає спілкування з боку іншого партнера як відповідність досвіду, усвідомлення й спільності, тим більше їх наступна взаємодія буде відповідати психологічній узгодженості та взаємній задоволеності. При цьому К.Роджерс зазначає, що ігнорування даного закону веде до погіршення взаєморозуміння та узгодженості в діях обох партнерів.

Отже, гуманістична етика ґрунтується на сучасній психології, а остання сприяє розвиткові етики. Етика ділового спілкування має прикладну спрямованість. Вона дасть можливість майбутнім фахівцям виробити такий стиль ділового спілкування, який сприятиме не лише їх ефективній виробничій діяльності, але й гуманізації спілкування у нашому суспільстві загалом.

Однією з форм прояву моральних відносин (як зазначалось вище) та основою гуманістичного спілкування є моральні цінності.

Цінність – це поняття, що використовується у філософії та соціології для позначення об'єктів, явищ та їх властивостей, а також абстрактних ідей, які втілюють у собі узагальнені ідеали, виступаючи завдяки цьому як еталон належного. Це не лише суб'єктивна значущість певних явищ реальності, пов'язана із задоволенням потреб суб'єкта, у духовному відношенні цінності творять або відроджують його самого з усіма його потребами. Обираючи певні моральні цінності, людина підтверджує свідоме ставлення до норм і принципів моралі, дієвість своїх мотивів, цілісність моральної свідомості загалом.

На поведінку людей та їхні взаємини з іншими, на характер і культуру спілкування помітно впливають моральні цінності добра, морального обов'язку, відповідальності, честі й гідності людини, совісті. Якщо співрозмовники, наприклад, під час розв'язання конфлікту демонструють свою відповідальність за стан справи, вміння бути справедливими щодо опонента, бажають не лише собі, а й співрозмовнику добра, то є багато шансів, що вони досягнуть злагоди, а спілкування відбуватиметься на високому моральному рівні. Від морального типу особистості залежить її ставлення до моральних цінностей, а отже, до ділового спілкування та його культури. Вміння розпізнати моральний тип людини, з якою доведеться мати справу і спілкуватися, допомагає зорієнтуватися і вибрати відповідну лінію поведінки для досягнення успіху [5].

Моральними цінностями визначаються особливості установок на взаємодію та спілкування між людьми, зокрема комунікативних. Якщо особистість сприймає гуманність як цінність, то її комунікативні установки будуть гуманістичними. Тоді у взаєминах з іншими ця особистість буде виходити з таких моральних цінностей як добро, совість, повага, чесність, порядність, справедливість, любов та ін.

Людина народжується доброю, як стверджують більшість представників гуманістичної психології та етики. Все, що в неї є доброго, слугує збереженню й розвиткові життя, саморозвиткові та використанню творчого потенціалу, а зло призводить до її руйнації. Якщо людина у спілкуванні відстоює свої позиції, виявляє впевненість у собі, наполегливість у досягненні мети, не принижуючи іншого, визначаючи його право на власну думку, то вона не чинить зла. Для неї добро – це йти тим шляхом, який вона обрала, але не жертвуючи

собою, щоб догодити іншому. Сьогодні такі вміння називаються асертивними і формують їх у людей за допомогою різних підходів.

Відбитком нашого „я” є совість. Вона уособлює суть власного морального досвіду. Це на наш вплив на самого себе. Гуманістична совість протестує проти утиску, приниження себе, проти загрози стати інструментом у руках тих, хто прагне свідомо чи несвідомо занизити нашу самоцінність і обмежити самостійність. Поряд з гуманістичною співіснує і совість авторитарна. У них однаковий зміст етичних норм, але мотиви їх використання різні. Авторитарна совість вимагає від людини підкорятися авторитетам, які виробили, скажімо, певні етичні норми ділового спілкування, догоджати їм. Якщо вона цього не чинить і виявляє самостійність, то відчуває безсилля, дискомфорт, провину тощо. Кожна людина, як стверджують представники гуманістичної етики, має ці два різновиди совісті. Проблема в тому, яке співвідношення між ними.

Існує чимало етичних критеріїв ділового спілкування, зокрема чесність, порядність, справедливість. У розвинених країнах, наприклад, без цих критеріїв взаємини між фірмами, банками й окремими людьми були б неможливими. Нафта та нафтопродукти, акції та інші цінні папери на мільйони доларів щодня продаються на основі усних переговорів і навіть без свідків. Так само на великі суми щороку солідними торговими фірмами продаються товари без попереднього оформлення контрактів. Така практика сучасного підприємництва є наслідком довготривалого процесу розвитку бізнесу, під якого сформувалися найоптимальніші моральні принципи та правила спілкування, яких ці підприємці дотримуються.

В основі гуманістичних комунікативних установок лежать совість, любов та повага. Це таке ставлення до людини, за якого враховується людська гідність, повага доповнюється пошаною, тобто визнанням особистих чеснот індивіда та його належності до певної спільноти. Якщо ставимося шанобливо до іншої країни або до якоїсь фірми, то поважатимемо їхніх представників і виявимо це у своєму ставленні до них. Це сприятиме встановленню контакту, взаємодії в цілому. Спілкування при цьому буде відкритим і націленим на продуктивний діалог, на співробітництво і згоду, ґрунтуватиметься на врахуванні моральних норм і принципів справедливості, рівноправності, доброзичливості, ввічливості тощо.

Повага до співрозмовників, опонентів по спілкуванню, толерантність тісно пов'язані з самоповагою. Якби не ставилися до нас інші люди під час спілкування, у ділових взаєминах, самоповага буде тим моральним механізмом, який допоможе нам не допустити приниження, глузування тощо. Людина з розвинутою самоповагою чинитиме опір цьому, виявить волю, відстоюючи свою гідність, честь. Християнська мораль вчить буде терплячим, але це не означає, що слід миритися зі злом, агресією, брутальністю, безчестям. Кожен із

нас має робити все, що може в межах норм моралі, щоб не допускати цього, щоб попереджати такі прояви під час спілкування з іншими людьми.

Людям, які чинять зло, ображають інших, можна часом і поспівчувати, бо вони не розуміють, що роблять, і як це може негативно вплинути на них. Поспівчувати, а можливо, і допомогти. Замість того, щоб „схрещувати мечі”, можна спробувати доброзичливо запропонувати інший вихід із ситуації, що склалася.

Повага та увага є, безперечно, основою довготривалих відносин з клієнтами. Компанія, яка підходить до ділових відносин виключно з позиції власної користі, не може розраховувати на повагу іншої сторони. Коли десь виникають нові ринки збуту продукції, до них швидко линуть різні корпорації, компанії, фірми з інших країн. Багато компаній намагаються будь-що збути свою продукцію, навіть низької якості. Відчуваємо це зараз і в Україні. Такі компанії зорієнтовані на отримання тимчасової користі, і зв'язки не будуть тривалими. Вони завжди відчуватимуть опір тих, кого принижують. І, навпаки, ті компанії, які в таких умовах встановлюють ділові контакти, поважаючи слабких сьогодні партнерів і допомагаючи їм, створюють основу для співробітництва у майбутньому. А будь-яке зроблене клієнту або партнеру добро, потім, як правило, повертається назад.

Любов до себе протистоїть егоїзму, самолюбству. Вона не є тотожністю егоїзму, до того ж не виключає любові до інших. Якщо людина піклується про себе, є відповідальною, цінує і поважає себе, прагне до розвитку, самореалізації, врешті-решт, до свободи, то вона любить себе. Якщо вона любить себе, то вона спокійна, доброзичлива, впевнена в собі, совісна, а тому іншим людям добре спілкуватися й співпрацювати з нею.

Любов до людей включає в себе і повагу, і співчуття, і готовність допомогти іншим. Саме вона підкаже у складних ситуаціях, коли і як розпочати спілкування, як вступити в контакт і як із нього вийти, які аргументи навести, яке рішення прийняти та ін. Коли любиш людей, з якими спілкуєшся, то докладеш зусиль, щоб їх зрозуміти, щоб не зачепити їх честі, гідності, не примусити їх страждати, допоможеш їм зберегти та поповнити свою самоцінність.

Один із способів бути в єдності зі світом і водночас у злагоді із собою – реалізація своїх здібностей. Це буде добром і для людини, і для суспільства, тобто для інших. А якщо ні, то перед людиною постають моральні проблеми, а неможливість їх розв'язання часто призводить до неврозу. Щоб цих проблем не виникало, зокрема під час спілкування, слід дотримуватись основних принципів етики: „Не роби іншому того, чого б ти не хотів, щоб він робив тобі” та „Що ти робиш іншим, те робиш і собі”. Тобто якщо людина в діловому спілкуванні, маніпулюючи іншим, хоче досягти вигоди лише для себе, особливо за допомогою хитрощів, махінацій, нечесної гри, то

порушується перший із зазначених принципів етики. Якщо ж під час розв'язання конфлікту перемога досягається за рахунок поразки опонентів, можна придбати ворогів. При цьому порушується другий із названих принципів етики. Це золоте правило моральності, яким і слід керуватися для того, щоб забезпечити такий рівень культури спілкування, що допомагає виявити та розкрити найкращі сторони особистості. Водночас це процес виховання і самовиховання, в якому люди впливають одне на одного. Саме у спілкуванні якнайкраще виявляються моральні якості людини, відповідність її поведінки загальноприйнятим моральним нормам та принципам [6].

Висновки

Спілкування – важлива форма людського буття, умова життєдіяльності людей, спосіб їх об'єднання.

Культура спілкування охоплює етичні та психологічні компоненти, відповідні знання, необхідні для взаємодії, вміння застосовувати їх у конкретних ситуаціях. Високий рівень культури спілкування також характеризується гуманістичними установками, в основі яких лежать гуманістична етика та гуманістична психологія.

Гуманістична етика та гуманістична психологія орієнтують на те, що людина є мірою всіх речей, і це обов'язково слід врахувати у спілкуванні.

Для успішного спілкування треба створювати умови, які сприяли б самоактуалізації та самореалізації співрозмовників, їх продуктивній співпраці.

Мораль – це форма громадської свідомості й вид громадських відносин, спрямованих на утвердження самоцінності особистості, рівноправності всіх людей у їх прагненні до щасливого та гідного життя. Однією з форм прояву моральних відносин у суспільстві є моральні цінності. Вони становлять основу комунікативних установок, які є складовою культури спілкування.

Моральні норми і принципи – це певні вимоги та заборони, які регулюють діяльність, поведінку людей, їх взаємодію та спілкування. Ці норми та принципи, які встановлюються в тому чи іншому суспільстві на певному етапі його розвитку, є певним взірцем поведінки та обов'язків для виконання.

Основними принципами етики є : „Не роби іншому того, чого б ти не хотів, щоб він робив тобі” та „Що ти робиш іншим, те ти робиш собі”. Вони лежать в основі гуманістичного спілкування.

У спілкуванні якнайкраще виявляються моральні якості людини, відповідність її поведінки загальноприйнятим моральним нормам та принципам.

Джерела

- 1.Афанасьєв І. Діловий етикет. – К.: „Альтерпрес”, 1998. – 320 с.
- 2.Бороздина Р.В. Психологія делового общения: Учебное пособие. – М.: ИНФРА–М, 1999. – 224 с.

3. Ботавина Р.Н. Этика делового общения: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 208 с.

4. Психология и этика делового общения: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Н. Лавриненко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2001. – 326 с.

5. Честара Дж. Деловой этикет: Паблик рилейшинз для всех и для каждого / Пер. с англ. Л. Бесковой. – М.: Агентство „ФАИР”, 1999. – 336 с.

6. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: Навчальний посібник. – 3-те вид., стер. – К.: Вікар, 2003. – 223 с.

Стаття надійшла 09.01.2005 р.