Рохман Б.М.

Методичні рекомендації до курсу
ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА

для студентів вищих навчальних закладів

НБ ПНУС
m4178

Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
код 02125266
НАУКОВА БІБЛІОТЕКА
Інв. №

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

Прикарпатський національний університет ім. В.Стефаника

Філософський факультет

Кафедра філософії

Рохман Б.М.

Методичні рекомендації до курсу

ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА

для студентів вищих навчальних закладів

м. Івано-Франківськ
«СИМФОНІЯ ФОРТЕ»
2011

УДК 174+111.852:371
ББК 87.7
Р 79

Рекомендовано до друку Вченою радою філософського факультету Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника, протокол № 11 від 30 червня 2011р.

Рецензенти:

Радченко О.Б. – к. філос. н., доцент кафедри філософії Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника

Фомін В.М. – к. філос. н., доцент кафедри філософії Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника

Рохман Б.М.

Р 79 Методичні рекомендації до курсу професійна етика та естетика. – Івано-Франківськ : Симфонія форте, 2011. – 36 с.
ISBN 978-617-7009-49-7

Методичні рекомендації до курсу «Професійна етика та естетика» створено з урахуванням досвіду подібних вітчизняних та зарубіжних видань. Розраховані на студентів вищих навчальних закладів, викладачів та консультантів.

УДК 174+111.852:371
ББК 87.7

Навчальне видання

Рохман Б.М.

Методичні рекомендації до курсу
ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА ЕСТЕТИКА
для студентів вищих навчальних закладів

Підп. до друку 05.09.2011. Формат 60х84/16.
Папір офс. Друк різографічний. Гарн.Times New Roman.
Умовн. др. арк. 2,09. Зам. № 31. Наклад 300.

Видавець та виготівник «Симфонія форте»
76019, м. Івано-Франківськ, вул. Крайківського, 2, тел. (0342) 77-98-92

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців та виготівників видавничої продукції: серія ДК № 3312 від 12.11. 2008 р.

ISBN 978-617-7009-49-7

© Рохман Б.М., 2011

ЗМІСТ:

Пояснювальна записка 4
Навчально-тематичний план дисципліни 7
Лекційна тематично-змістова частина курсу 8
Організація семінарських занять та самостійної роботи студентів 19
Рекомендації до написання рефератів 27
Питання для підсумкового контролю знань 28
Критерії оцінювання знань і вмінь студентів 29
Список рекомендованої літератури до курсу 30
Короткий понятійний словник 33

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

У наш час глибинних системних трансформацій від кожного вимагається здатність до усвідомленої, розумної орієнтації у навколишньому світі. Проте така здатність не є вродженою – людина повинна її плекати, і краща школа для цього – засвоєння вищих досягнень етико-філософської культури. Перед сучасною цивілізацією постала низка проблем, пов'язаних із можливістю виживання людства як виду та збереження феномена планетарного життя. Слова «етика» і «етикет» сприймаються як близькі за значенням, хоча їх етимологія має певну відмінність. Слово «етикет» походить із французької мови та означає «напис», а «етика» – з грецької («звичай»).

Норми етикету, на відміну від правил моралі, є умовними, дотримання їх залежить від місця, часу та обставин. Поведінка, що є доречною в одних умовах, може сприйматись як неприпустима за інших обставин.

Норми етикету можна висловити за допомогою основного правила: поважати суспільство в цілому і кожного його члена зокрема і ставитись до них так, як до самого себе. Тобто, дотримуючись правил етикету, ми узгоджуємо свою поведінку із поведінкою інших та загальними суспільними вимогами.

Етика й етикет при співставленні мають розбіжність, передусім, між сущим та належним, між тим, що було, і тим, що має бути. Тобто, якщо етикет вимагає від людини робити так, як роблять усі, то етика пропонує людині чинити так, як повинні робити всі. Мораль може акцентувати на силі звичаю, якщо вважає існуючий стан речей виправданим.

Ми отримуємо від спілкування з іншими людьми тільки те, що вкладаємо, адже недарма моральною основою усіх світових релігійних систем стало правило: «Стався до інших так, як ти хочеш, щоб вони ставились до тебе». Сучасний світ високо цінує творчість, уміння швидко реалізувати можливості нової життєвої ситуації, намагання відмовитись від стереотипів.

Справжня людська сутність здатна проявити себе тільки у спілкуванні, єдності людини з людиною. Дійсний сенс людської взаємодії розкривається тоді, коли ми можемо усвідомлювати свого співрозмовника в повноті його цілісності, розуміючи, що людина є істотою принципово нескінченною, непізнаною, здатною повернутися в будь-який момент своїми новими незвіданими гранями.

Людина – істота емоційна, котра здатна у процесі спілкування «зчитувати» від співрозмовника не тільки вербальну, але й невербальну інформацію і миттєво реагувати на неї. Однак людина високоморальна не дозволить сама собі негативізму щодо іншої, а людині, котра дотримується правил етикету, не дозволить цього зробити суспільний звичай.

Сучасне суспільство орієнтоване на образ вільної, відповідальної, самостійної, працелюбної людини, що поважає себе та вміє встановлювати партнерські стосунки з іншими. Процес спілкування є багатогранним, іноді

він може здійснюватись із радістю, насолодою, іноді, навпаки, стає постійним примусом, насиллям над своєю внутрішньою сутністю. Необхідною передумовою «відкритості» у процесі спілкування є здатність співрозмовників до діалогічності, прагнення почути в розмові не тільки себе, висловити не лише своє власне ставлення до світу, а й усвідомити позицію іншої людини, зрозуміти причини, що її спонукали до дії. Тому важливою рисою процесу спілкування має бути дотримання його учасниками норм моралі та реалізація відповідних етичних цінностей. Необхідно також акцентувати на ролі естетичної складової у процесі навчання та виховання студентів. Адже вирішення проблеми місця, ролі та специфіки естетики у структурі міжпредметних зв'язків дозволяє формувати світоглядні позиції, що бачиться на часі в умовах світоглядного плюралізму та релятивізму. У цьому ж аспекті наголосимо на своєрідності взаємодії етики та естетики, яка полягає у постійному аналізі структури естетичного почуття, котра формується на органічній єдності зовнішніх і внутрішніх почуттів людини.

Оскільки складовою частиною естетики є аналіз художньої діяльності та мистецтва, то студентам слід донести, що кожна естетична ідея є певним узагальненням історичного розвитку мистецтва та естетичної діяльності взагалі. Саме базуючись на цьому варто ставити і розглядати питання водночас про сприйняття прекрасного та моральної відповідальності за наслідки власної творчості.

Курс «Професійна етика й естетика» дозволить студентам ознайомитись із основними правилами побутового та ділового етикету задля налагодження комунікативних відносин у процесі спілкування та успішної ділової кар'єри

Метою викладання дисципліни є формування у студентської молоді уявлення про найважливіші етичні та естетичні категорії, донесення знання про основні етапи розвитку етикету, розкриття суті законів краси і гармонії, теорії і практики мистецько-художньої творчості, вироблення правильного розуміння сенсу і ролі етикету у сфері людської діяльності, а також необхідних у фаховій діяльності естетичних критеріїв та художньо-творчих методів.

Завдання вивчення дисципліни.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні **знати** основні етичні та естетичні поняття, практично використовувати набуті знання у подальшій трудовій діяльності, у різних життєвих ситуаціях, виробити правильне розуміння етикетної поведінки, вміння переконливо відстоювати свої моральні принципи, усвідомлювати значення категорії краси, художньо-мистецької творчості у професійній практиці. **Вміти** орієнтуватися у головних проблемах та поняттях професійної етики. Ґрунтовно опанувати етичну теорію та усвідомити її як засадничу основу моральної взаємодії у суспільстві.

Мета проведення лекцій. Лекційний курс охоплює всі головні етапи розвитку професійної етики та естетики та їх теоретичне підґрунтя.

Завдання проведення лекцій. У результаті проведення лекцій студенти повинні **знати**:

- роль і значення моралі в житті людини, загальні закономірності її функціонування та розвитку;
- основи ділового етикету;
- етапи розвитку етичної та естетичної науки у процесі становлення світових цивілізацій;
- організацію та проведення ділових переговорів;
- суть іміджу ділової людини;
- психологічні аспекти ділового спілкування;
- правила проведення ділових нарад;

Мета проведення практичних (семінарських, лабораторних) занять.

Практичний блок та самостійна робота включають теми, передбачені для вивчення на семінарських заняттях, підготовку рефератів та їх захист, виконання письмових, творчих та контрольних робіт, опрацювання монографічної, навчально-методичної та додаткової літератури, словників, довідників, енциклопедій, тощо.

Завдання проведення практичних (семінарських), лабораторних занять. У результаті проведення практичних (семінарських, лабораторних) занять студенти повинні **знати**:

- етику телефонного спілкування;
- вимоги до ділового листування;
- національні особливості спілкування;

Форми поточного контролю:

- оцінювання засвоєння змісту матеріалу семінару, тобто усне та письмове опитування на семінарських заняттях із виставленням балів – за п'ятибальною шкалою;
- оцінювання творчих, пошукових завдань, доповідей, реферативних повідомлень;
- оцінювання контрольних робіт;

Вид підсумкового контролю: залік у письмово-усній формі.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

№	Теми занять	К-сть год. лк/см	
1.	Історія розвитку етичної думки	2	
2.	Основи етичної поведінки	2	
3.	Основи ділового етикету	2	
4.	Організація та проведення ділових переговорів	2	
5.	Правила підготовки до ділових виступів	2	
6.	Правила проведення ділових нарад	2	
7.	Психологія ділового спілкування	2	
8.	Невербальні засоби спілкування	2	2
9.	Імідж ділової людини	2	2
10.	Етика телефонного спілкування. Вимоги до ділового спілкування		2
11.	Національні особливості спілкування		2
	Всього	18	8

ЛЕКЦІЙНА ТЕМАТИЧНО-ЗМІСТОВА ЧАСТИНА КУРСУ

Тема 1:Історія розвитку етичної думки

Виникнення понять «етика» та «етикет», їх етимологія. Етикет містить ті вимоги, які набувають характеру регламентованого церемоніалу, для дотримання якого особливого значення набуває певна форма поведінки. Моральною основою етикету є розроблені суспільством правила співжиття людей,які забезпечують умови для нормальної громадської та особистої життєдіяльності.

Формування правил поведінки у суспільному середовищі Стародавнього Єгипту, Стародавнього Китаю, Стародавньої Греції та Риму. Основою для виникнення етичних правил поведінки стала міфологічна свідомість первісних цивілізацій, заснована на системі табу, що встановлювала відповідні санкції за порушення заборон і давала загальні орієнтири життєдіяльності. В античну епоху етикет змінювався залежно від економічної ситуації у країні. Шляхетна людина античної епохи втілювала в собі єдність моральних, громадянських, естетичних рис.

Генеза міжособових стосунків в епоху Середньовіччя та Нового часу. Середньовіччя характеризується актуалізацією ідеї лицарства. Етикет Нового часу розглядався як своєрідний інструментарій, за допомогою якого відбувалося стримування людських афектів (почуттів, емоцій, станів сильного збудження), недоречних у суспільстві.

Етикет класичної доби. Сучасна етична людина повинна бути втіленням духовності, ідейності, обізнаності, безперервного самовдосконалення, особистої етичної відповідальності перед суспільством за свої дії і вчинки.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Етикет – це встановлений порядок, сукупність правил, які регламентують зовнішні прояви людських взаємовідносин

Звичай – це певний порядок поводження людей у суспільстві, що складається історично.

Традиція – різновид звичаю, що відрізняється особливою стійкістю й зусиллями людей зберегти успадковані від попередніх поколінь форми поводження.

Манери – зовнішні форми поведінки й спілкування з іншими людьми, сукупність властивостей мови (вживані вирази мови, тон, інтонація) і характерні для людини хода, жестикуляція, міміка.

Етика – вчення про мораль та моральність.

Гедонізм – система моральних поглядів, згідно з якими добро є насолодою, а зло – стражданням.

Евдемонізм – принцип, за яким основою моральності є прагнення людини до щастя.

Лінь – вада, характерною рисою якої є ухиляння людини від напружених зусиль, необхідних задля досягнення мети.

Мораль – звичаї, закони, вчинки та характери, які виражають найвищі цінності через які людина проявляє себе як розумну, самосвідому і вільну істоту.

Суперечка – зіткнення різних думок, під час якого кожна зі сторін відстоює свою позицію.

Тема 2 Основи етичної поведінки

Основні правила вітання, звертання та прощання. Тісне спілкування починається зі знайомства: молодшого за віком рекомендують старшому; того, хто щойно увійшов, – присутнім; чоловіка завжди рекомендують жінці; неодруженого чоловіка – одруженому. У суто ділових стосунках стать і вік не мають особливого значення: головне – посада тих, кого знайомлять, тобто особу, нижчу за службовим становищем, представляють тій, що обіймає вищу посаду. Після представлення чоловік зобов'язаний злегка вклонитися, жінка – кивнути головою, дивлячись в очі тому, з ким їх знайомлять.

Візит у гості та прийом гостей. Правила поведінки за столом. Виявляючи повагу до гостя, варто відрекомендувати йому членів своєї родини. Виняток становить знайомство з матір'ю і батьком господаря. Тих, що спізнюються чекають 15-20 хвилин. Навіть якщо зібралися не всі гості, подавати першу страву на стіл потрібно максимум через 30 хвилин після призначеного часу.

Правила ввічливості в громадських місцях. Подарунки. Формула вітання в сучасному етикеті така: легкий уклін і усмішка. Ввічливі люди вітаються завжди першими. Подарунок – це знак уваги, любові, вдячності, вияв дружніх почуттів, тому подарунки не роблять малознайомим людям і без нагоди.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Дружба – різновид вибірково особистісних стосунків між людьми, які характеризуються приязними довірливими стосунками.

Форс – спосіб самоствердження та завоювання авторитету, для якого характерні вихваляння дорогим одягом, високою посадою, впливовими знайомствами.

Чеснота – характеристика людини з точки зору внутрішньої цінності та відповідності власному призначенню.

Сором – почуття, що виражає усвідомлення людиною своєї невідповідності прийнятим в даному середовищі нормам чи передбачуваним очікуванням.

Подарунок – предметний знак етикетного спілкування, який є виявом прихильного ставлення до людини.

Пихатість – любов до пошанування, слави, впевненість у своїй вищості над тими, хто оточує.

Мізантропія – людиноненависництво (ідеологія, етична позиція, практика)

Самотність – внутрішнє відчуття або переживання людиною своєї відокремленості від усіх інших людей та від усього іншого сущого.

Сваволя – довільність, нічим не обмежена можливість проявів активності будь-якого плану.

Свобода – фундаментальна властивість людини, яка зумовлена її неспеціалізованістю, життєвою неузасадненістю та невкоріненістю у буття та проявляється через здатність людини самій визначати зміст, мету та спрямованість своїх дій, мати можливість обирати тип і спосіб поведінки.

Тема 3 Основи ділового етикету

Офіційні та протокольні форми знайомства. Прощання з діловим партнером. Протокольні вимоги учасників офіційних процесій. Подарунки у ділових стосунках. Етикет керівника.

Етикет містить певні особливості свого виявлення в сім'ї, у громадських місцях, на роботі. Етика ділових відносин включає сукупність правил поведінки, ступінь культури і вихованості людини, її чемне і доброзичливе ставлення до оточуючих.

Вміння належно поводитися з людьми є одним із найважливіших чинників, що визначають успіх у підприємницькій діяльності.

Діловий етикет передбачає, що на рівних спілкуються ті, хто займає однакове становище, скажімо, у бізнесі чи в політиці.

Етикет службових взаємин, підсумовуючи й розвиваючи духовну культуру людства, є логічним виявом найкращих норм і правил поведінки. Він набуває сенсу обов'язковості повсякденного шанобливого ставлення до людей, незважаючи на їхню посаду або суспільне становище.

Кожен співробітник установи має володіти загальною культурою, інтелектом, бути порядною людиною.

Ввічливість – найголовніше правило етикету службових взаємин.

Працюючи в колективі, варто дотримуватись загальноприйнятої форми звертання. Звертання на «ти» у службових стосунках навіть між ровесниками не завжди є доречним, а між людьми різного віку – неприпустимим.

Основними вимогами до ділового етикету є: пунктуальність, конфіденційність, люб'язність, доброзичливість і привітність.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Діловий етикет – установлений порядок поведінки, що задовольняє усіх учасників,які обговорюють певну проблему.

Ділова бесіда – тип спілкування, призначенням якої є обмін думками, інформацією, пошук варіантів вирішення певної проблеми.

Ділові переговори – тип спілкування, який передбачає взаємодію між співрозмовниками, які мають необхідні повноваження від своїх організацій і фірм для встановлення ділових взаємин, вирішення ділових проблем або знаходження конструктивного підходу до їх розв'язання.

Імідж – штучний образ, який ми створюємо, щоб нас у певному плані сприймало оточення.

Керівник – особа, влада якій делегується зверху незалежно від її психологічних якостей.

Лідер – особа, яка має психологічні якості, що дозволяють їй керувати людьми незалежно від позиції, яку вона офіційно обіймає в системі управління.

Нарада – спосіб обговорення важливих питань прийняття рішень в усіх сферах виробничого, громадського й політичного життя, який дає змогу спільно аналізувати важливі питання й висловлювати свої думки та пропозиції, приймати найоптимальніші рішення.

Полеміка – форма колективного обговорення, в якій відбувається конфронтація ідей та поглядів з метою перемоги над опонентом.

Рефлексія – осмислення діючим індивідом того, як він сприймається партнером зі спілкування.

Службовий етикет – сукупність найдоцільніших правил поведінки людей там, де відбувається їхня професійна діяльність.

Тема 4. Організація та проведення ділових переговорів

Візит ввічливості при плануванні переговорів. Планування переговорів. Техніка проведення ділової розмови. Узгодження організаційних питань. Підбір делегації для проведення переговорів. Запис ділової бесіди.

Підготовка до переговорів починається з аналізу проблем. Для налагодження взаємин з учасниками майбутніх переговорів важливо якомога більше дізнатися про те, де вони народилися і виросли, де навчалися, як склалася їхня кар'єра, довідатися про їхні хобі та склад родини.

Ділова бесіда передбачає спілкування між співрозмовниками, які мають необхідні повноваження від своїх організацій і фірм для встановлення ділових взаємин, вирішення ділових проблем або знаходження конструктивного підходу до їх вирішення.

Переговори включають такі основні етапи: обмін інформацією; обговорення, обґрунтування поглядів і пропозицій, висування аргументів і контраргументів; узгодження позицій, формулювання домовленості.

Неперехресними називають інтереси, реалізація яких не зачіпає інтересів іншої сторони.

Розпочинати переговори краще з тих аспектів, у яких інтереси обох сторін збігаються, а потім переходити до більш складних питань.

Продуктивним прийомом вирішення спільних проблем є поділ проблеми на окремі складові.

Якщо партнери мають дружні стосунки і прагнуть дотримуватися методу принципових переговорів, основою ділового спілкування стає спільний повний і глибокий аналіз проблеми.

Якщо партнер використовує деструктивні, некоректні прийоми, то необхідно утриматися від спокуси відповісти йому тим самим.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Дискусія – форма колективного обговорення, мета якої виявити істину через співставлення різних поглядів задля правильного розв'язання проблеми.

Переговори – формалізовний процес, що ставить конкретну мету, визначає коло питань і завжди реалізується в конкретних умовах, за конкретних обставин.

Принципи – загальне обґрунтування існуючих норм і критерій вибору правил.

Принципові переговори – тип спілкування, характерною рисою якого є спільний повний і глибокий аналіз проблеми, з урахуванням спільних позицій.

Такт – відчуття міри або смаку, дане від природи або придбане в процесі виховання, вміння в будь-якій ситуації «поставити себе» на місце іншої людини.

Нетактовність – відсутність відчуття такту, міри і смаку.

Норми – певні правила поведінки та мислення, які властиві людині.

Схвалення – позитивна характеристика адресантом слів, дій, вчинків адресата.

Суперництво – вид міжособистісної взаємодії, в результаті якої досягнення мети одним із суб'єктів ускладнює або взагалі виключає досягнення цілей іншими суб'єктами.

Честь – поняття, що відображає визнання чеснот людини з боку інших людей.

Тема 5. Правила підготовки до ділових виступів

Основні етапи проведення ділового виступу. Характерні особливості впливу промовця на характер спілкування. Особливості спілкування промовця зі слухачами. Основні види суперечки.

Під час виступу не варто вживати надто довгі речення, бо їх важко зрозуміти.

Завжди необхідно персоніфікувати речення.

Не варто переобтяжувати свою мову словами іншомовного походження, професійними термінами, абстрактними поняттями, бо їх не всі можуть зрозуміти.

Намагатися включати до виступу приклади, порівняння й висновки.

Не зловживати зайвими подробицями, в яких губиться головна думка.

При необхідності у виступі можна використати дотепні жарти, але не зловживати ними.

Завжди ставитися з повагою до своїх слухачів.

Вершиною майстерності промовця є його імпровізація, творчість на очах у присутніх.

Складність ораторського мистецтва як способу переконання полягає в тому, що будь-який публічний виступ має на меті вплив на людей.

Під час виступу важливим є інтелектуальний контакт промовця з аудиторією. Він зводиться до того, що обидві сторони долучаються до активного розгляду проблеми, розв'язуючи певні мислительні завдання, тобто оратором здійснюється спроба розв'язання проблеми на очах у слухачів.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Диспут – форма колективного обговорення, яка найчастіше використовується для публічного захисту наукової позиції або для того, щоб визначитись у життєво важливих, найчастіше моральних проблемах.

Дотепність – неординарність мислення, вміння знаходити зв'язки і суперечності між різними предметами, явищами.

Комплімент – люб'язний вислів із похвалою чи схваленням, що містить в собі елемент перебільшення.

Комунікабельність – здатність людини до спілкування.

Комунікативний акт – практична дія, спрямована на досягнення взаємодії у процесі мовного спілкування.

Комунікативний досвід – сукупність уявлень про успішні та неуспішні комунікативні тактики, що ведуть чи не ведуть до реалізації відповідних комунікативних стратегій.

Комунікативне завдання – тактичний хід, який є практичним засобом руху до відповідної комунікативної мети.

Комунікативна мета – стратегічний результат, на який спрямований комунікативний акт.

Комунікативна тактика – сукупність практичних ходів в реальному процесі мовної взаємодії.

Комунікативна стратегія – сукупність запланованих і реалізованих у ході комунікативного акту теоретичних ходів, спрямованих на досягнення комунікативної мети.

Тема 6. Правила проведення ділових нарад

Загальна характеристика наради. Основні вимоги до проведення наради. Правила проведення дискусій. Психологічна характеристика полеміки. Правила підготовки і проведення «мозкового штурму».

Наради є одним із найефективніших способів обговорення важливих питань і прийняття рішень в усіх сферах виробничого, громадського й політичного життя. Оптимальна кількість учасників наради як однієї з колективних форм обговорення – 10-12 осіб.

Наради дають змогу спільно аналізувати важливі питання й висловлювати свої думки та пропозиції, приймати оптимальні рішення.

Під час наради учасники обмінюються думками, обговорюють проблеми і спільними зусиллями доходять певних висновків.

Результат обговорення на нараді залежить від моральної та психологічної атмосфери, яку на ній створено.

Обговорення має бути вільним, щоб думки проголошувались невимушено, без тиску з боку керівника.

Важливо вміти вчасно зупинитися, для того, щоб дати слухачам час для сприйняття і фіксації інформації.

Позитивний ефект від наради буде досягнуто лише тоді, коли її учасники за рівнем професійних знань і практичного досвіду відповідатимуть рівню винесеної на обговорення проблеми.

Ефективність наради полягає саме в тому, щоб виробити спільну думку.

Колективні форми обговорення, за яких стимулюється зацікавленість його учасників процесом пізнання, сприяють підвищенню активності людини, розвиткові її творчого потенціалу.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Етика бізнесу – специфічна підсистема суспільної моралі, пов'язана з господарською діяльністю в умовах ринкової економіки.

Відповідальність – відношення залежності людини від чогось, що сприймається нею як певна підстава для ухвалення, розв'язання і здійснення дій, прямо або побічно спрямованих на усвідомлення конкретною людиною чи соціальною групою свого обов'язку перед суспільством.

Ідентифікація – уподібнення себе до іншого, вміння поставити себе на місце партнера.

Золоте правило – моральний принцип, згідно з яким варто ставитися до інших людей так, як ти хотів би, щоб вони ставилися до тебе.

Обов'язок – фундаментальне поняття етики, що означає морально-аргументований примус до вчинків, а також моральну необхідність, зафіксовану як суб'єктивний принцип поведінки.

Неперехресні інтереси – інтереси, реалізація яких не зачіпає інтересів іншої сторони.

Позиційний торг – протистояння сторін, в якому кожна з них займає тверду позицію, що припускає значне завищення первісних вимог, тож шляхом незначних поступок сторони досягають компромісу.

Блеф – тип ділового спілкування, при якому одна зі сторін надає іншій свідомо помилкову інформацію; переносно – вигадка, розрахована на залякування, введення в оману когось, перебільшення свого значення у чомусь.

Блокова тактика – тип ділового спілкування, при якому частина сторін може, утворивши єдиний блок, перешкоджати ухваленню якого-небудь рішення.

«Мозковий штурм» – форма колективного обговорення, яка спрямована на активізацію творчої думки з використанням засобів, які знижують критичність і самокритичність людини, а отже, підвищують її впевненість у собі й готовність до творчого пошуку.

Тема 7 Психологія ділового спілкування

Загальні правила психологічних особливостей ділового спілкування. Реагування на некоректну поведінку співрозмовника. Психологічні типи ділового спілкування.

Вміння будувати відносини з людьми, знаходити підхід до них, прихилити їх до себе потрібно кожному. Запорука успіху будь-яких починань ділової людини, яке б завдання вона не розв'язувала, – створення мікроклімату ділового співробітництва, довіри і поваги.

Спілкування – це активна взаємодія його суб'єктів. Вони по черзі діють один на одного, оцінюють дії, сприймають або не сприймають спрямовані на них думки, оцінки, почуття.

Як показують дослідження, спілкування сприяє фізичній взаємодії, допомагає в разі потреби спланувати та змінити її, дає змогу об'єднати людей у групи з метою організації їхньої спільної діяльності, в якій формуються позитивні міжособистісні взаємини.

Значний вплив на передачу та сприйняття повідомлень має навколишнє середовище, яке створює комунікативні бар'єри.

Розрізняють два основні види міжособистісної взаємодії: співробітництво або кооперацію, та суперництво або конкуренцію.

Винятково корисне мистецтво – вміння ставити такі запитання, на які діловому партнеру цікаво відповідати. Варто попросити співрозмовника розповісти про себе, про свої досягнення, і це буде найпростішим способом стати гарним співрозмовником.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Спілкування ділове – вид спілкування, метою якого є організація й оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності.

Спілкування світське – вид спілкування, який визначається формальною ввічливістю, за якого його учасники виконують певний ритуал, залежно від обставин.

Спілкування формальне – частина певної спільної діяльності людей, служить засобом підвищення якості цієї діяльності.

Спілкування формально-рольове – такий вид спілкування, при якому його зміст, засоби регламентовані соціальними ролями партнерів по спілкуванню.

Спілкування управлінське – форма спілкування з підлеглими чи партнерами по бізнесу.

Співробітництво – вид міжособистісної взаємодії, у результаті якої досягнення мети одним із суб'єктів сприяє або не заважає реалізації цілей решти суб'єктів.

Розсудливість – якість характеру та принцип дії, який спрямовує людину або групу людей на досягнення максимального власного блага.

Подвійне тлумачення – тип ділового спілкування, при якому одна зі сторін закладає в остаточне формулювання договору подвійний зміст для того, щоб згодом трактувати договір у своїх інтересах, формально не порушуючи його.

Партнерський метод – метод взаємодії, в результаті якого сторони не торгуються з приводу взаємних вимог, а шукають компроміс у тих питаннях, в яких інтереси не збігаються, рішення базуються на об'єктивних, справедливих нормах, які не залежать від волі кожної із сторін.

Люб'язність – позитивна риса людини, характерною особливістю якої є прояв доброзичливості та альтруїзму, що поширюється на максимально широке коло людей.

Тема 8 Невербальні засоби спілкування

Дистанція при невербальному спілкуванні. Особливості рукостискання. Значення жестів та поз. Особливості міміки.

Невербальні засоби спілкування, тобто інтонація, міміка, жести, пози тощо, мають у діловій розмові часом більше значення, ніж слова.

Через невербальні прояви співбесідник демонструє своє справжнє ставлення до того, що відбувається. Завданням є побачити ці прояви і зрозуміти, що за ними криється.

Усвідомлюючи власну невербальну поведінку і керуючи нею, можливо отримати в користування дуже дієвий інструмент поєднання зі співбесідником і впливу на нього.

У тих випадках, коли інформація, передана словами (вербальними засобами), не відповідає тому, про що говорять жести, міміка тощо (невербальні джерела інформації), то на більшу довіру заслуговує невербальна інформація, тому що жести і пози підпорядковані підсвідомості.

Жести та поза співрозмовника відображають його внутрішній стан, їх, як і інші компоненти невербального спілкування, не завжди можна інтерпретувати однозначно. Багато що залежить від атмосфери і змісту бесіди, а також від індивідуальних особливостей співрозмовника, від його самовладання і ступеню володіння невербальними засобами спілкування.

Дистанція може залежати від взаємин і статусу співрозмовників, їхньої статі, місця проживання, а також національних особливостей спілкування.

Посмішка – ознака дружніх почуттів, прихильності до партнера. Посміхнувшись один одному при зустрічі, співрозмовники таким чином позбуваються ніяковості перших хвилин і створюють ґрунт для більш упевненого і спокійного спілкування.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Акуратність – поняття, що характеризує органічне поєднання елегантного одягу, гарного вигляду і красивих вчинків людини, при обов'язковій їх відповідності виду її діяльності.

Виховання – процес цілеспрямованого систематичного прищеплення індивідам моральних норм, понять та поглядів, способів діяльності та поведінки, прийнятих у даному суспільстві.

Джентльмен – вихована людина буржуазної епохи, яка має знатне походження, шляхетний характер та належну освіту.

Делікатність – поняття моральної свідомості, що передбачає м'якість, чуйність, доброзичливість, уміння спілкуватися.

Доброзичливість – ключове поняття багатьох теорій, завдяки якому позначається емоція, що спонукає людину прагнути до блага інших людей.

Добродійність – фундаментальне моральне поняття, яке характеризує готовність і здатність особистості свідомо слідувати добру, а також сукупність внутрішніх душевних та інтелектуальних якостей, які втілюють людський ідеал у його моральній досконалості.

Добропорядність – поняття, що характеризує особистість та свідчить про її відповідність обов'язкам, які покладаються на неї її статусом у суспільстві.

Досконалість – поняття, що виражає ідею певного найвищого стандарту, з яким співвідноситься мета і результати здійснюваних людських зусиль.

Зауваження – вказівка на помилки у поведінці, закид, докір.

Лицарство – вищий прошарок суспільства в епоху Середньовіччя, що мав свій кодекс честі, моральні норми, символи та атрибути.

Міміка – це виразний рух м'язів обличчя, що відповідає пережитим почуттям і настроям.

Смокінг – піджак із чорного сукна, відкритий на грудях, з довгими, обшитими шовком закотами. Смокінг буває однобортний і двобортний.

Фрак – чоловічий костюм, на зразок сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду.

Чванливість – перебільшене уявлення про власну персону, в основі якого лежить помилкове самолюбство та уявлення про власну винятковість. Усвідомлення власної значущості у чванливих людей набуває потворних, збочених форм.

Тема 9 Імідж ділової людини

Вимоги до одягу: використання щоденного костюма для відвідання офіційних прийомів; підбір одягу з урахуванням індивідуальних особливостей; одяг для ділових прийомів. Вимоги до зачіски. Макіяж. Ювелірні прикраси.

Манера одягатися значною мірою залежить саме від індивідуальних психологічних особливостей. Зовнішність завжди має бути в нерозривній єдності з характером людини, її ставленням до світу. В усі часи одяг вказував на належність до тієї чи іншої соціальної групи, касти,конфесії або професії. Часто форму одягу визначали накази монархів, і за порушення цих наказів винуватців притягали до суду.

Неповторний зовнішній вигляд – це поєднання багатьох компонентів: зачіска, макіяж, одяг, аксесуари.

Імідж – це штучний образ, який створюється для сприйняття особистості в певному стилі.

Імідж – це знакові характеристики, де присутні форма і зміст. Імідж повинен мати цілісний, узгоджений характер, окремі риси його не повинні суперечити одна одній.

Одяг повинен відповідати місцю, часу, характеру події. Краще вдягатися просто, але зі смаком.

Влітку та вдень краще носити світлий костюм чи сукню, взимку та у вечірній час – одяг більш темних кольорів.

В одязі одночасно не повинно використовуватись більше трьох кольорів. За допомогою кольору можна впливати на сприйняття того чи іншого предмета.

Колір має сильні психологічні та символічні значення в усіх культурах, але реакція на колір варіюється від культури до культури. Неможливо відокремити колір від стилю, ефективний імідж буде залежати від вдалої комбінації обох.

КЛЮЧОВІ ПОНЯТТЯ

Безпристрасність – характеристика рішень та дій, які приймаються та здійснюються винятково на основі принципів незалежно від власних інтересів.

Ввічливість – поняття, що ушляхетнює культуру взаємостосунків людей, має на увазі бажання людини чинити відповідно до високих моральних якостей.

Вдячність – почуття обов'язку, поваги та любові до іншої людини за висловлену благодійність.

Гідність – поняття моральної свідомості, в якому виражається уявлення про самоцінність людської особистості, її моральну рівність з усіма іншими.

Дружба – різновид вибірково особистісних стосунків між людьми, які характеризуються приязними, довірливими стосунками.

Егоїзм – життєва позиція, відповідно до якої задоволення людиною особистого інтересу розглядається як найвище благо, і відповідно, кожен прагне максимально задовольнити тільки власні інтереси.

Заздрість – почуття, яке виникає тоді, коли хтось інший володіє благом або іншими перевагами, які відсутні у заздрісника, і супроводжується бажанням, щоб суперник їх позбувся.

Ідеал – вищий ступінь цінного або завершений стан будь-якого явища; індивідуально прийнятий стандарт, який стосується особистісних якостей та здатностей.

Ідентифікація – уподібнення себе до іншого, вміння поставити себе на місце партнера.

Моральні потреби – поняття, яке відтворює позитивну громадську оцінку індивідуальних запитів особистості; суспільна, зокрема морально санкціонована, міра потреб, що стосується як їх складу, рівня, так і способів задоволення.

Оптимізм – один із основних видів сприйняття світу, що виражає позитивно довірливе ставлення до нього. Це схильність бачити і підкреслювати в усіх життєвих подіях позитивні риси, віра в успіх та щасливий фінал будь-якої справи.

Симпатія – схвальне позитивне емоційне ставлення людини до інших людей, яке виявляється у приязності, доброзичливості, що сприяють взаємоповазі і взаємодопомозі.

Фамільярність – тип поведінки, коли людина спеціально або несвідомо порушує певну дистанцію, що існує між людьми різного віку, соціального статусу і т. д.

Щедрість – людська якість, що означає морально досконалу міру поводження з особистим майном, що має цінність для індивіда і є також цінністю для інших людей.

ОРГАНІЗАЦІЯ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ ТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Тема 1 Невербальні засоби спілкування (2 год)

1. Особливості невербального спілкування.
2. Значення жестів і поз.
3. Значення міміки.
4. Особистість у дзеркалі проксеміки.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні види дистанцій у процесі спілкування.
2. Які існують типи рукостискань?
3. Яким чином людина демонструє домінування у процесі рукостискання?
4. Які жести людини, що показує свою перевагу?
5. З чого можна зрозуміти, що співрозмовник говорить неправду?
6. Які жести співрозмовника, втомленого від розмови?

Теми рефератів

- Національні особливості невербального спілкування.
- Обличчя людини – «дзеркало душі».

Практична робота

Мета: засвоїти загальні правила психологічних особливостей ділового спілкування.

Завдання:

1. Дайте загальну характеристику психологічних аспектів невербального спілкування.

2. Назвіть основні види рукостискання та охарактеризуйте значення кожного з них.

3. У вигляді ділової гри у процесі невербального спілкування покажіть жестами домінування, підпорядкування, занепокоєння, впевненість, приховування намірів, недовіру.

4. Дайте характеристику основних типів співрозмовників і вкажіть жести, які для них будуть характерні.

Тестові завдання

1. Якщо партнер простягає руку, повернувши її долонею нагору, це означає, що він:
   а) віддає ініціативу, виражає готовність до підпорядкування;
   б) прагне до першості, бажає бути лідером;
   в) виражає готовність до рівноправних стосунків.
2. Якщо партнер під час бесіди повертається у бік дверей, це означає:
   а) що він хоче закінчити розмову і йти;
   б) що він чекає приходу важливої людини;

в) що він не має довіри до співрозмовника.

3. Якщо співрозмовник сидить на стільці, закинувши ногу на ногу, це означає:

а) він вважає себе володарем становища;
б) він є людиною замкнутою, не схильною до діалогу;
в) він схильний підкорятися.

4. Схрещені руки на грудях свідчать про:

а) намір відмовитися від угоди і закінчити бесіду;
б) прагнення заперечити і перейти до наступного питання;
в) прагнення встановити контакт, піти назустріч.

5. Співрозмовник потирає перенісся:

а) ознака зосередженості і напружених міркувань;
б) намагання приховати свої справжні наміри;
в) впевненість у собі та своїх рішеннях.

6. Про бажання домінувати у процесі розмови свідчить:

а) затримка погляду на очах співрозмовника;
б) відведення погляду в бік;
в) погляд, спрямований на чоло співрозмовника.

7. Про що свідчить посмішка на обличчі співрозмовника, який в диспуті займає позицію нападу?

а) нещирість, приховування справжніх намірів;
б) бажання йти на компроміс;
в) глузування зі слів співрозмовника.

8. Якщо під час паління людина пускає дим вгору, то вона:

а) впевнена в собі;
б) невпевнена в собі;
в) розлючена.

9. Про що свідчать звужені зіниці співрозмовника?

а) невдоволення, пригнічений стан;
б) зацікавлення;
в) радісне збудження.

Література для самостійного опрацювання

1. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и других. – М., 1996.
2. Горянина В. А. Психология общения. – М., 2002.
3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. – М., 1997.
4. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей.– М., 1990.
5. Ковалев А. Г. Коллектив и социально-психологические проблемы руководства. – М., 1996.
6. Основы теории коммуникации. – М., 2003.
7. Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация.– М., 2000.

8. Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли людей по их жестам. – Новгород, 1992.
9. Потеряхин А. Л. Психология управления, основы межличностного общения. – К., 1999.
10. Степанов С. С. Психологическая мозаика. – М., 1996.
11. Сухарев В. А. Этика и психология делового человека. – М., 1997.
12. Энциклопедия этикета. – М., 2004.

Тема 2 Імідж ділової людини

1. Історія ділового костюма.
2. Поняття іміджу та його основні характеристики.
3. Загальні вимоги до кольорової гами.
4. Основні вимоги до ділового одягу.

Питання для самоконтролю

1. Як слід використовувати повсякденний костюм для офіційних заходів?
2. Які вимоги до класичного костюма бізнесмена?
3. Які вимоги до ділової краватки?
4. Якою має бути зачіска ділової жінки?
5. Які особливості макіяжу ділової жінки?
6. Які існують вимоги до ювелірних виробів в іміджі ділової людини?

Теми рефератів

- Історія ділового одягу.
- Повсякденний одяг ділової жінки.
- Мода і діловий стиль одягу.

Практична робота

Мета: сформувати навички створення іміджу ділової людини.

Завдання:

1. Сформулювати основні вимоги до кольорової гами ділового одягу.
2. Окреслити особливості чоловічого ділового іміджу.
3. Визначити характерні риси жіночого ділового іміджу.

Тестові завдання

1. Який колір справляє враження авторитетності і гідності?

а) синій;
б) чорний;
в) коричневий.

2. Який колір костюма вказує на спокійну вдачу господаря?

а) сірий;
б) білий;
в) блакитний.

3. Що слід зробити, щоб мати вигляд вищого і стрункішого?
   а) необхідно носити речі темних тонів і одного кольору;
   б) необхідно носити речі в широку вертикальну смужку;
   в) складові костюма мають бути різних кольорів.

4. Скільки кольорів одночасно дозволяється використовувати в одязі?
   а) три;
   б) два;
   в) чотири.

5. Коли за офіційних обставин можна розстебнути піджак?
   а) якщо сидите за столом;
   б) якщо спілкуєтесь з дамою;
   в) якщо це зробив господар чи почесний гість.

6. Якого тону має бути краватка?
   а) темніша, ніж сорочка;
   б) світліша, ніж сорочка;
   в) в тон сорочці.

7. Колір шкарпеток має бути:
   а) темніший за колір костюма, але світліший за колір взуття;
   б) світліший за колір костюма, але темніший за колір взуття;
   в) збігатися з кольором костюма.

8. Які прикраси можуть одягати бізнесмени?
   а) обручку, запонки, шпильку для краватки;
   б) ланцюг на шиї, перстень, запонки;
   в) золотий годинник, браслет, обручку.

9. Які сумочки варто носити мініатюрним діловим жінкам?
   а) невеликий кейс;
   б) маленьку театральну сумочку;
   в) велику сумку з натуральної шкіри.

Література для самостійного опрацювання

1. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. – М., 1996.
2. Афанасьєв І. Діловий етикет. – К., 2003.
3. Берд П. Продай себя: Эффективная тактика улучшения вашего имиджа. – Минск, 1997.
4. Бенедиктова В. И. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека. – М., 1996.
5. Каминская Н. М. История костюма. – М., 1986.
6. Монахов Г. А. Мелочи создают совершенство. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж. – К., 2002.
7. Орлова Л. В. Азбука моды. – М., 1988.

8. Панасюк А. Ю. Я – Ваш имиджмейкер и готов сформировать Ваш профессиональный имидж. – М., 2003.
9. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М., 2003.
10. Почепцов Г. Имиджелогия: теория и практика. – К., 1998.
11. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. – К., 2003.
12. Шепель В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – М., 1994.
13. Энциклопедия этикета. – М., 2004

Тема 3 Етика телефонного спілкування. Вимоги до ділового спілкування

1. Етика телефонного спілкування.
   1.1 Загальні правила етики телефонного спілкування.
   1.2 Основні вимоги до телефонної ділової розмови.
2. Етика ділового листування.
   2.1 Загальні правила листування.
   2.2 Вимоги до ділового листування.
   2.3 Рекомендаційні листи.

Питання для самоконтролю

1. Які існують правила відповіді на телефонний дзвінок?
2. Як реагувати, якщо під час телефонної розмови дзвонить інший телефон?
3. Яких висловів у телефонній розмові з клієнтом бажано не вживати?
4. Хто має першим закінчувати телефонну розмову?
5. Які існують види ділових листів?
6. Які вимоги оформлення рекомендаційних листів?

Теми рефератів

- Історія розвитку службового листування.
- Історія виникнення візитних карток.

Практична робота

Мета: закріпити навички ділового телефонного спілкування та службового листування.

Завдання:

1. Сформулювати основні правила ділової телефонної розмови.
2. Вказати основні види ділових листів.
3. Написати рекомендаційний лист.

Тестові завдання

1. Хто першим повинен закінчувати розмову?
   а) той, хто телефонував;
   б) жінка;
   в) той, до кого телефонували.
2. Якщо телефонують у справі з проханням, то розмову починають...
   а) з вітання;
   б) з прохання;
   в) з побажань здоров'я.
3. Чи варто називати себе, телефонуючи додому одруженому чоловікові або заміжній жінці?
   а) обов'язково;
   б) необов'язково;
   в) залежить від ситуації.
4. Як відповідати в службовій ситуації на конфіденційний дзвінок?
   а) перевести його на домашній телефон;
   б) розмовляти як звичайно;
   в) з'ясувати реакцію колег і продовжувати розмову.
5. Чи можливо передавати знайомим номер телефону товаришів по службі?
   а) можливо тільки за їхньої згоди;
   б) можливо зі службових питань;
   в) неможливо.
6. Як розмовляти по телефону, якщо погано чути?
   а) попрохати перетелефонувати;
   б) перепитати: «Як Ви мене чуєте?»;
   в) говорити голосніше.
7. Якщо Ви представник організації і питання, яке Вам поставив клієнт, поза Вашою компетенцією, якою має бути відповідь?
   а) прошу вибачення в цьому питанні більш компетентні працівники... структурного підрозділу (назвати телефон);
   б) перепрошую, я цим не займаюсь;
   в) перепрошую, я не знаю.
8. На завершення телефонної розмови слід:
   а) подякувати співрозмовнику, побажати всього найкращого і покласти слухавку;
   б) сказати «До побачення» і покласти слухавку;
   в) покласти слухавку.

Література для самостійного опрацювання

1. Афанасьєв І. Діловий етикет. – К., 2003.
2. Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2003.
3. Бутенко Л. В. Мовлення ділових людей. – Алчевськ, 2002.
4. Клюев Е. Речевая коммуникация. – М., 2002.

5. Кузин Ф. А. Культура делового общения. – М., 1997.
6. Малахов В. А. Етика. Курс лекцій. – К., 1996.
7. Палеха Ю. Управлінське документування: у 2 ч. – 4.1. Ведення загальної документації. – К., 2003.
8. Пост Э. Этикет. – М., 2003.
9. Потеряхин А. Л. Психология управления, основы межличностного общения. – К., 1999.
10. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. – К., 2003.

Тема 4 Національні особливості спілкування

1. Сполучені Штати Америки, Велика Британія.
2. Франція, Німеччина.
3. Італія, Іспанія, Фінляндія.
4. Японія, Китай.
5. Туреччина, арабські країни

Питання для самоконтролю

1. Які найцікавіші теми приватних розмов у американських бізнесменів?
2. Яке ставлення до подарунків у британських ділових колах?
3. Як оплачуються рахунки в німецьких ресторанах?
4. Які особливості ділового стилю одягу в Іспанії?
5. Які особливості подачі інформації на візитках у Франції?
6. Які правила субординації в Кореї?
7. За яких умов можливо отримати негативну відповідь на поставлене запитання від японського партнера?
8. Що означає «дух дружби» в китайській делегації?
9. Які варто дарувати подарунки турецьким партнерам?
10. Якою є оптимальна дистанція спілкування в арабських країнах?

Теми рефератів

- Культура ділового спілкування в Китаї: традиції і новації.
- Особливості службових стосунків у США.
- Національні особливості ділових стосунків у Японії.
- Арабський діловий світ і мусульманські традиції.
- Туреччина між Сходом і Заходом: особливості ділового спілкування.

Практична робота

Мета: дослідити вплив національного менталітету на формування ділових відносин.

Завдання:

1. Визначити спільні риси ведення ділових переговорів у східних країнах з урахуванням національних релігійних особливостей.

2. Дослідити відмінні риси ділового спілкування представників країн Західної Європи з урахуванням особливостей менталітету.

3. Прослідкувати особливості невербального спілкування, характерного для представників різних країн.

Тестові завдання

1. З яких питань варто розпочати переговори з англійськими бізнесменами ?
   а) спорт, діти, література;
   б) політика, економіка країни;
   в) предмет обговорення.
2. Як варто з'явитись на вечерю у Франції?
   а) на чверть години пізніше зазначеного терміну;
   б) на чверть години раніше зазначеного терміну;
   в) вчасно.
3. Як варто з'являтися на ділову зустріч в Німеччині?
   а) вчасно;
   б) за чверть години до початку зустрічі;
   в) за чверть години після початку зустрічі.
4. Як часто японський бізнесмен вживає під час переговорів слово «ні»?
   а) ніколи;
   б) часто;
   в) залежно від конкретної ситуації.
5. Як варто домовлятись про ділову зустріч з корейськими підприємцями?
   а) через рекомендацію посередників;
   б) шляхом письмового звертання;
   в) приславши представника своєї фірми.
6. До кого в китайській бізнесовій делегації варто звертатися із запитаннями?
   а) до керівника делегації;
   б) до всіх присутніх;
   в) до найбільш компетентного учасника делегації.
7. Коли варто приходити на зустріч з турецькими бізнесменами?
   а) раніше встановленого часу;
   б) пізніше встановленого часу;
   в) вчасно.
8. Як в арабських країнах тактовно відмовитись від чергової чашки кави?
   а) перевернути її догори дном;
   б) повернути її господареві;
   в) відсунути чашку від себе.

Література для самостійного опрацювання

1. Афанасьєв І. Діловий етикет. – К., 2003.
2. Ботвина Н. Міжнародні культурні традиції: мова ділового спілкування. – К., 2000.
3. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики. – М., 2002.
4. Де Джордж Р. Т. Деловая этика. – М., 2001. – Т. 1, 2.
5. Пост Э. Этикет. – М., 2003.
6. Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. – К., 2003.
7. Энциклопедия этикета. – М., 2004

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО НАПИСАННЯ РЕФЕРАТІВ

Впродовж вивчення курсу "Професійна етика й естетика" студент повинен підготувати не менше одного реферата.

Реферат повинен продемонструвати наявність у його виконавця навичок самостійного аналізу певної теми, вміння розглядати її на основі філософсько-методологічного підходу. Необхідною умовою реферата є логіку, послідовність та аргументацію викладення матеріалу.

Тему реферату студент може вибрати із числа запропонованих у спеціальному списку до семінарських занять або ж запропонувати власну, попередньо узгодивши її з викладачем.

План реферата повинен включати вступ, висновки і 2-3 пункти. Жоден із пунктів не повинен дублювати назву теми, він має відповідати змісту обраної проблеми і логіці її викладу.

За змістом реферат – це перегляд певного кола літературних джерел (не менше 5 позицій) з метою виділити основні ідеї та підходи до теми, проаналізувати їх та сформулювати власну точку зору.

Реферат передбачає цитування літератури, переказ її основних ідей та положень. В усіх випадках у тексті повинні бути посилання на використані джерела. Відповідно, обов'язковою є наявність в кінці реферата списку використаної та цитованої літератури.

Реферат може бути написаний від руки або надрукований. Обсяг реферата без плану та списку літератури – 10 сторінок.

Реферати повинні мати самостійний характер. Роботи, що дублюють вже наявні або реферати, розміщені на сторінках інтернет-видань, не зараховуються.

Захист реферата здійснюється студентом у формі публічної доповіді на відповідному семінарському занятті (тривалістю до 10 хвилин).

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Особливості спілкування у сучасному світі, його гуманістична спрямованість.
2. Спілкування як взаємодія.
3. Професійна етика: загальне і особливе. Професійна культура і професійна мораль.
4. Ділове спілкування та його особливості. Основні морально-етичні принципи ділового спілкування
5. Культура ділового спілкування,
6. Предмет та завдання курсу "Етика ділового спілкування"
7. Тип темпераменту: вплив на процес ділового спілкування, психологічні особливості контактності партнерів. Інтровертність та екстравертність у контексті ділового спілкування.
8. Класифікація партнерів за характером пізнавальної діяльності: вплив на процес ділового спілкування (мислитель, емоційний, практик).
9. Характеристика ділового партнера за контактністю (леви, черепахи, хамелеони, дикобрази, безколірні)
10. Характеристика ділового партнера за характером пізнавальної діяльності (емоційний, аналітичний, від чуттєвий, інтуїтивний).
11. Способи покращення контакту з діловим партнером.
12. Способи впливу на людей під час спілкування.
13. Маніпуляція та актуалізація.
14. Стилі спілкування. Характеристика основних стилів спілкування: авторитарного, демократичного, ліберального, анархічного.
15. Стратегія і тактика спілкування.
16. Засоби ділового спілкування
17. Вербальні засоби обміну інформацією у діловому спілкуванні: особливості, аналіз. Ефективність ділового мовлення.
18. Невербальні засоби обміну інформацією у діловому спілкуванні: особливості, аналіз. Характеристика груп ознак невербального зв'язку.
19. Кінесика і проксеміка у контексті ділового спілкування.
20. Форми вербального ділового спілкування: загальна характеристика, доцільність застосування.
21. Ділова бесіда: особливості, фази.
22. Індивідуальна бесіда та принципи її проведення.
23. Ділова розмова по телефону: загальна характеристика; правила проведення вхідних і вихідних дзвінків.
24. Форми колективного обговорення проблем, їх особливості.
25. Ділове листування: види письмових документів, особливості їх застосування, загальна характеристика.
26. Ділові переговори: загальна характеристика. Попередній аналіз ситуації, пошук партнера.
27. Ділові переговори: підготовка концепції і сценарію.
28. Ділові переговори: морально-психологічна підготовка членів робочої групи до переговорів.

29. Ділові переговори: організаційна підготовка, організація зустрічі делегації ділових партнерів і процесу переговорів.
30. Аргументація як найважливіша фаза переговорів: етико-психологічні особливості, основні типи питань.
31. Контраргументація. Правила ведення ефективної дискусії, суперечки.
32. Конфлікт: профілактика, способи вирішення конфліктних ситуацій (поступка, ігнорування, компроміс, пряма вимога припинення спілкування, співробітництво і прийняття спільних рішень).
33. Нарада, збори як форма прийняття колективного рішення
34. Дискусія
35. «Мозковий штурм»
36. Особливості публічного виступу
37. Етикет у взаєминах з клієнтами і партнерами.
38. Етикет візитних карток.
39. Етикет привітань, рекомендацій, знайомств.
40. Етикет за столом.
41. Етикет: подарунки і сувеніри.
42. Імідж ділової людини. Поняття про корпоративний імідж.
43. Одяг, аксесуари ділової людини.
44. Національні особливості ділового етикету. Символи суверенітету країни.
45. Гендерна проблематика крізь призму ділового спілкування.
46. Норми здорового способу життя як складова ділових відносин.
47. Особисте резюме (CV).
48. Уміння володіння собою. Звички, поведінка, характер.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ І ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Національна шкала	Університетська шкала	Оцінка ECTS
5 відмінно	90-100	A
4 добре	80-89 – дуже добре; 70-79 – добре	B, C
3 задовільно	60-69, 59-50 – задовільно (достатньо)	D, E
2 незадовільно	26-49 – незадовільно з можливістю повторного складання	FX
	1-25 – незадовільно	F

«відмінно»: глибоке знання теоретичного матеріалу, його повний, логічний виклад з опорою на першоджерела; усі передбачені програмою навчання завдання виконані, якість їх виконання оцінена кількістю балів, близькою до максимального; уміння пов'язувати теорію з практикою;

«дуже добре»: достатнє володіння теоретичним курсом, у т. ч. понятійним апаратом, належне знання сутнісних особливостей, напрямів,

концепцій; присутні окремі незначні неточності, пропущені окремі пояснення; усі передбачені програмою навчання завдання виконані, якість їх виконання у більшості оцінена кількістю балів, близькою до максимальної; в основному присутнє уміння пов'язувати теорію з практикою;

«добре»: достатнє володіння теоретичним курсом, у т. ч. понятійним апаратом, належне знання сутнісних особливостей, напрямів, концепцій; присутні окремі незначні неточності, пропущені окремі пояснення, неповний виклад матеріалу; усі передбачені програмою навчання завдання виконані, якість їх виконання у більшості не оцінена кількістю балів, близькою до максимальної; не цілком достатній зв'язок теорії з практикою;

«задовільно»: часткове засвоєння теоретичного курсу, відповідь на частину запитань (не менше 75% від повної відповіді) за відсутності суттєвих помилок; більшість передбачених програмою навчання завдань виконані з певними неточностями, недоречностями; недостатній зв'язок теорії з практикою;

«достатньо»: часткове засвоєння теоретичного курсу, дано відповідь на частину запитань (не менше 60% від повної відповіді) з суттєвими помилками, непослідовний, неповний виклад матеріалу з помилками у формулюванні основних теоретичних положень; більшість передбачених програмою навчання завдань не виконані або значна частина виконана, але оцінена кількістю балів, близькою до мінімальної; складнощі щодо зв'язку теорії з практикою;

«умовно незадовільно»: теоретичний курс засвоєний частково, дано відповідь на частину запитань (менше 60% від повної відповіді) з суттєвими помилками, непослідовний, неповний виклад матеріалу з помилками у формулюванні основних теоретичних положень; більшість передбачених програмою навчання завдань не виконані або частина виконана, але оцінена кількістю балів, близькою до мінімальної; суттєві складнощі щодо зв'язку теорії з практикою;

«безумовно незадовільно»: теоретичний курс не засвоєний, необхідні практичні навики роботи не сформовані, усі виконані завдання містять грубі принципові помилки, додаткова самостійна робота за матеріалом курсу не призвела до значущого підвищення якості виконання навчальних завдань.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ДО КУРСУ

1. Адаир Д. Эффективная коммуникация. – М., 2003.
2. Афанасьєва І. Діловий етикет. – К., 2003.
3. Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение. – М., 2003.
4. Бахтин М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. – М., 1990.
5. Берд П. Продай себя: Эффективная тактика улучшения вашего имиджа. – Минск, 1997.
6. Бердяев Н. А. Самопознание. – Л., 1991.
7. Берн Э. Игры, в которые играют люди : психология человеческой судьбы / Пер. с англ. – М., 1998.

8. Бизнес-этикет, или Игра по правилам: правила, принципы, рекомендации. – М., 2002.
9. Бодалев А. А. Личность и общение. – М., 1996.
10. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. – М., 1996.
11. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування. – К., 2000.
12. Бройнинг Г. Руководство по ведению переговоров. – М., 1996.
13. Бутенко Л. В. Мовлення ділових людей. – Алчевськ, 2002.
14. Бенедиктова В. И. Деловая репутация: личность, культура, этика, имидж делового человека. – М., 1996.
15. Винничук Л. Люди, нравы и обычаи Древней Греции и Рима. – М.: Высш. школа, 1988.
16. Возный Т. С. Этика деловых отношений. – К., 2001.
17. Герет Т. Етика бізнесу. – К., 1999.
18. Герчикова И. Н. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики. – М., 2002.
19. Головаха Е. Психология человеческого взаимопонимания. – К., 2002.
20. Горянина В. А. Психология общения. – М.,2002.
21. Грановский Т. Лекции по истории Средневековья. – М., 1987.
22. Де Джордж Р. Т. Деловая этика. – М., 2001. – Т. 1, 2.
23. Домбровский Т. Харизма. – СПб., 2002.
24. Донцов А. Психология коллектива. – М.,1984.
25. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. – М., 1997.
26. Древнегреческая философия. От Платона до Аристотеля: Сочинения. – М., 1999.
27. Древнеримская философия. От Эпикура до Марка Аврелия: Сочинения. – М., 1999.
28. Золотухина-Аболина Е. В. Современная этика. – М., 2003.
29. Этика: энциклопедический словарь. – М., 2001.
30. Энциклопедия этикета. – М., 2004.
31. Этикет (деловой, дипломатический, повседневный). – М., 2002.
32. История Древнего мира: Расцвет древних обществ. – М., 1983.
33. История Древнего мира: Упадок древних обществ. – М., 1983.
34. Каминская Н. М. История костюма. – М., 1986.
35. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М., 1990.
36. Квіт С. Основи герменевтики. – К., 2003.
37. Клюев Е. Речевая коммуникация. – М., 2002.
38. Ковальчук А. С. Основы имиджелогии и делового общения. – Ростов-на-Дону, 2003.
39. Кови С. Семь навыков лидера. – Минск, 1996.
40. Ковалев А. Г. Коллектив и социально-психологические проблемы руководства. – М., 1996.
41. Крамаренко В. І. Управління персоналом фірми. – К., 2003.

42.Кропоткин П. А. Этика: избранные труды. – М., 1991.
43.Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування. – Суми, 2002.
44.Кузин Ф. А. Культура делового общения. – М., 1997.
45.Лосский Н. О. Условия абсолютного добра. – М., 1991.
46.Малахов В. А. Етика: Курс лекцій. – К., 2001.
47.Монахов Г. А. Мелочи создают совершенство. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж. – К., 2002.
48.Монахов Г. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж. – К., 2001.
49.Ньюстром Дж., Дэвид К. Организационное поведение. – СПб., 2000.
50.Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління. – К., 2003.
51.Орбан-Лембрик Л. Е. Основи психології управління. – Івано-Франківськ, 2002.
52.Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія професійної діяльності і спілкування. – К., 1997.
53.Оливер Д. Как победить в переговорах. – СПб., 2003.
54.Орлова Л. В. Азбука моды,- М., 1988.
55.Основы теории коммуникации. – М., 2005.
56.Павлова Л. Г. Спор, дискуссия, полемика,— М., 1991.
57.Палеха Ю. Управлінське документування: у 2 ч. Ч. 1. Ведення загальної документації. – К., 2003.
58.Палеха Ю. І. Ділова етика. – К., 2004.
59.Палеха Ю. І., Кудін В. О. Культура управління та підприємництва. – К., 1998.
60.Панасюк А. Ю. Я- Ваш имиджмейкер готов сформировать Ваш профессиональный имидж. – М., 2003.
61.Панкратов В. Н. Манипуляции в общении и их нейтрализация. – М., 2000.
62.Перекличка веков: Размышления, суждения, высказывания. – М., 1990.
63.Перепелюк А. В. Основы психологии делового общения. – Днепропетровск, 1995.
64.Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли людей по их жестам. – Новгород, 1992.
65.Попов Л. А. Десять лекций по этике. – М., 2001.
66.Пост Э. Этикет. – М., 2003.
67.Постулаты делового общения. – М., 1990.
68.Потеряхин А. Л. Психология управления, основы межличностного общения,-К., 1999.
69.Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. – К., 1999.
70.Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. – М., 2003.
71.Почепцов Г. Имиджелогия: теория и практика. – К., 1998.
72.Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. – Львів, 2001.
73.Репутация, этикет, бизнес. – Омск, 1993.
74.Романов М. В. Справочник по этикету. – К., 1994.

75.Руденский Е. В. Социальная психология. – М., 1998.
76.Сабат Энн М. Бизнес этикет. – М., 2001.
77.Скотт Дж. Конфликты, пути их преодоления. – К., 1991.
78.Соловьев Э. Я. Современный этикет: Деловой протокол. – М., 2001.
79.Степанов С. С. Психологическая мозаика. – М., 1996.
80.Стешов А. В. Как победить в споре: О культуре полемики. – Л., 1991.
81.Сухарев В. А. Этика и психология делового человека. – М., 1997.
82.Татаринов П. С. Методы 100% победы: Манеры поведения; Логика риска; Зигзаги общения. – Симферополь, 1997.
83.Философский энциклопедический словарь. – М., 2000.
84.Фишер Р. Путь к согласию, или Переговоры без поражения. – М., 1990.
85.Формановская Н. И. Речевой этикет и культура общения. – М., 1989.
86.Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. – М., 1992.
87.Чмут Т. К. Етика ділового спілкування. – К., 2003.
88.Швейцер А. Благоговение перед жизнью. – М., 1992.
89.Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування. – К., 2003.
90.Шепель В. М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. – М., 1994.

КОРОТКИЙ ПОНЯТІЙНИЙ СЛОВНИК

Аксіологія – фундаментальна філософська дисципліна, яка досліджує цінності, їх природу, способи пізнання та вираження.

Включення – полегшення внутрішнього конфлікту шляхом спільного хвилювання, коли свої біди вже не здаються такими значними, як раніше.

Витіснення – дієвий спосіб попередження внутрішнього конфлікту, що передбачає не лише «виключення» зі свідомості негативної інформації або мотивації дій, але й особливих напрямів думки і дії, що спрацьовують на збереження позитивного «Я-образу».

Гра – вільна самоцінна діяльність, яка здійснюється за певними правилами або принципами і характеризується тимчасовою локалізованістю, умовністю, наявністю суб'єкта (гравця), предмета гри та іграшки.

Добро – ціннісне уявлення, яке виражає позитивне значення певної дії щодо певного стандарту.

Дружба – різновид вибірково особистісних стосунків між людьми, які характеризуються приязними довірливими стосунками.

Егоїзм – життєва позиція, відповідно до якої задоволення людиною особистого інтересу розглядається як найвище благо, відповідно, кожен прагне максимально задовольнити тільки власні інтереси.

Емпатія – спосіб розуміння іншої людини, коли домінує емоційне сприйняття її внутрішнього світу.

Етикет мовний – система стандартних, стереотипних словесних формул, що охоплює засоби ввічливості, орієнтовані на вираження поваги до співрозмовника та дотримання власної гідності.

Задоволення – показник ефективності діяльності, пов'язаний із виконанням спільного завдання та системою міжособистісних відносин.

Заміщення – найпростіший механізм психологічного захисту. Сутність його в тому, що людина знімає внутрішню напругу шляхом перенесення, переадресації дії, що була спрямована на недосяжний об'єкт, у досяжну ситуацію.

Ідеал – вищий ступінь цінного або завершений стан будь-якого явища; індивідуально прийнятий стандарт, який стосується особистісних якостей та здатностей.

Ізоляція – захист від травмуючих факторів шляхом відокремлення від емоційних зв'язків з іншими людьми.

Лист діловий – службове послання у вигляді офіційного документа у формі підтверджень, пропозицій, прохань, запитів, люб'язних нагадувань, доручень, претензій, поздоровлень, співчуттів і відповідей на них, які зумовлюють ділові контакти і відносини.

Лист-відповідь – службове послання, в якому постачальник або виробник відповідає на запити клієнтів, бажає одержати детальнішу інформацію про товари, зазначені у каталозі або про умови постачання.

Лист гарантійний – службове послання, яке адресують як організаціям, фірмам, так і окремим особам для підтвердження зобов'язань або конкретних умов; він має юридичне значення.

Лист-запит – службове послання, в якому потенційні клієнти запитують інформацію про товари або послуги, уточнюють отриману ними інформацію або запитують про статус фірми та її комерційну діяльність.

Лист-нагадування – службове послання про необхідність виконання тих чи інших завдань, дій; про заходи, яких буде вжито в разі невиконання їх.

Лист-підтвердження – службове послання за фактом одержання документів та інших матеріалів, а також проведеної розмови або надісланої телеграми.

Лист-повідомлення – службове послання, в якому постачальник або виробник підтверджує розміщення замовлення, повідомляє про уточнення стосовно умов постачання або інформує про відправлення товарів.

Лист рекомендаційний – послання, яке надсилається від керівництва однієї організації до керівництва іншої організації з проханням працевлаштування конкретної особи.

Лист супровідний – службове послання, що підтверджує факт відправлення документів і матеріальних цінностей у визначений термін, є надійним засобом контролю за їх збереженістю.

Лист циркулярний – службове послання з аналогічним змістом, яке звичайно розсилає керівна особа або організація на кілька адрес.

Меланхолік – тип темпераменту, для якого властивий постійний пригноблений стан, зайва самокритичність, недовірливість, замкнутість, песимістичні настрої. Такі люди скрізь і в усьому бачать перш за все негативні сторони.

Моральна основа етикету – розроблені суспільством правила співжиття людей, які забезпечують умови для нормальної громадської та особистої життєдіяльності. Ці норми виражають природне прагнення людини

до встановлення з іншими справді людських стосунків, що базуються на взаємоповазі, гуманності та справедливості.

Нарцисизм – егоїстичне самомилування, зарозумілість та пихатість.

Непогодження – реалізується у безсвідомому відстороненні від негативної для самооцінки інформації. Людина неначе слухає, але не чує, не сприймає те, що загрожує самозбереженню, престижу, головним чинникам особистості.

Природність – свобода прояву особи в світі, вміння людини у будь-якій ситуації бути собою.

Прийом «салямі» – надання інформації про свої інтереси, оцінки, наміри, тощо, дуже маленькими порціями, щоб, не розкриваючи своєї позиції повністю, змусити партнера надати про себе якнайбільше інформації, змусити його «відкрити карти», а отже, отримати перевагу.

Прийом відходу – спроба перенести розгляд проблеми на інший час за умови неготовності вирішити проблему чи небажання обговорювати питання, порушене під час дискусії.

Проекція – безпідставне приписування іншій особі своїх бажань і сподівань, особистих якостей, до того ж найчастіше негативного характеру. Наприклад, під час сварки дійові особи конфлікту приписують один одному свої недоліки.

Протеже – претендент на вакантне місце, на прохання якого написана рекомендація.

Сангвінік – тип темпераменту, якому властиві життєрадісність, безмежний оптимізм, імпульсивність, емоційність.

Святенництво – тип поведінки людини, заснований на лицемірстві, для якого характерні нетерпимість до чужих вад і їх осуд та вихваляння власними моральними чеснотами.

Скромність – стриманість, помірність людини у виявленні власних достоїнств, у поведінці, способі життя.

Совість – здатність людини критично оцінювати свої вчинки, думки та бажання, усвідомлювати і переживати свою недосконалість.

Сором'язливість – схильність людини недооцінювати себе, яка виявляється в надмірній боязкості і збентеженості.

Страх – негативна емоція, зумовлена зовнішніми або внутрішніми загрозами становищу людини, її здоров'ю чи життю, а ширше – очікуванням можливого майбутнього зла.

Темперамент – сукупність індивідуальних особливостей особистості, що визначаються способом, силою, ритмом, швидкістю та характером перебігу психічних процесів. Залежно від сили і швидкості перебігу вольового процесу виділяють 4 типи темпераменту: сангвінічний, меланхолічний, холеричний, флегматичний.

Талант – видатні здатності, незвична обдарованість у певній галузі, що властива індивіду від народження або набута під впливом вправ, що забезпечує людині можливість найбільш успішно виконувати ту чи іншу діяльність.

Флегматик – тип темпераменту, для якого характерні спокій, що деколи переходить у байдужість, млявість, повільність. Люди цього типу спокійно сприймають усе, що відбувається навкруги, ніколи не панікують, не поспішають. Такі люди, як правило, вибирають спокійну роботу, що не вимагає швидкості реакції, виконують її сумлінно і відповідально.

Харизматичний лідер – особа, яка має особливі психологічні якості і у разі потреби може повести за собою маси.

Холерик – тип темпераменту, для якого характерні такі якості, як запальність, збудливість. Це люди, які здатні віддаватись справі з винятковою пристрастю, але також досить неврівноважені, схильні до бурхливих емоційних вибухів, різкої зміни настрою.

Цинізм – презирливе, нігілістичне ставлення до культури і загальноприйнятих норм моралі. Іншими словами, єство цинізму – презирство до всіх і до всього.

Честь – поняття, що відображає визнання чеснот людини з боку інших людей.