

## Словник термінів із дисципліни «Професійний етикет. Етика ділового спілкування»

**Авторитарний (синонім директивний, вольовий)** – стиль, який базується на жорсткому способі управління, недопущенні ініціативи. При автократичному стилі відбувається виразний поділ на керівника й підлеглих, тих, які командують, і тих, що зобов'язані до виконання. Керівник-автократ сам визначає мету діяльності групи та спосіб її досягнення і лише не-значною мірою дозволяє членам групи прилучатися до прийняття рішень. Він не любить і не хоче, щоб з ним дискутували, обговорювали прийняті ним рішення, не виявляє гнучкості у спілкуванні.

**Активний керівник** – такий керівник, який прагне впливати на інших, використовуючи активні методики та свій соціальний статус – керівника, батька, викладача.

**Актуалізація** – спосіб (система способів), в основі якого співробітництво, повага до себе та до інших, намагання вирішити проблему на основі об'єктивності та взаємної вигоди сторін спілкування.

**Актуалізатор** – людина, яка прислуховується до інших і враховує інші інтереси, прагне до самоактуалізації та унікальності. Вона чесна у своїх думках і діях. Актуалізатор – це людина, яка поважає гідність інших, переконливо передає свої думки і бажання, добре ставиться до людей і допомагає їм знайти власний шлях розвитку.

**Апперцептивно-комунікативна функція** – функція, яка виявляється у сприйнятті і пізнанні партнерами в процесі комунікації один одного та встановленні на цій основі взаєморозуміння.

**Бізнес** – ініціативна господарська діяльність, яка здійснюється за рахунок власних, і позикових коштів у свій ризик та під свою відповідальність, метою котрої є становлення та розвитку власної справи щоб одержати прибутки і вирішення соціальних проблем підприємця, колективу, суспільства взагалі.

**Ввічливість** – це дотримання загальноприйнятих правил поведінки, вміння поводитися між людьми відповідно до обставин. Ввічлива людина при спілкуванні завжди буде враховувати вік, стать, соціальний статус партнера. Ввічливість тотожна таким поняттям як інтелігентність, порядність, тактовність, толерантність.

**Вербальна комунікація** – це така комунікація яка здійснюється за допомогою усної і письмової мови.

**Візитівка** – це необхідний атрибут дипломатичної практики. Вона також широко використовується бізнесменами, політичними діячами, журналістами тощо. Нею користуються при встановленні та підтриманні контактів.

**Взаєморозуміння** – це таке розшифрування партнерами повідомлень і дій одне одного, яке відповідає їх значенню з погляду їхніх авторів.

**Взаємоповага** – правила протоколу не є священними, але їх дотримання є елементом поваги до країни, національних особливостей, місцевих звичаїв, до партнерів по ділових стосунках.

**Врівноважений тип спілкування** – це послідовна і гармонійна поведінка людини. Вона ставиться до інших відкрито, чесно, ніколи не принижує гідності. Це цілісна особистість. Вона прямо передає свої думки, відкрито виражає свої

почуття. Люди даного типу викликають повагу і довіру до себе і можуть об'єднати інших людей для спільної діяльності. Це особистості, які здатні до самозростання, мають потенційні можливості для підвищення рівня культури спілкування.

**Гідність** – це вміння виходити зі складних ситуацій в ділових стосунках (ділових переговорах), вміння з гідністю представляти свій народ, країну, організацію (фірму), почуття власної гідності, честі, вміння відстояти власні інтереси, власну точку зору – важливі аспекти поведінки в рамках ділового протоколу, незважаючи на його суворі рамки. Норми протоколу не можуть бути застиглими. Досвідчені партнери знають, коли і як, у разі потреби, вийти з них. Головне при цьому – повага, теплі та гуманні почуття до партнера, вміння подякувати за приємне ділове спілкування й увагу.

**Демократичний стиль** – він базується на колегіальності прийняття рішень, врахуванні думок і, по можливості, побажань підлеглих, передачі частини повноважень підлеглим. Це стиль заохочення, ініціативи.

При демократичному стилі відсутній радикальний поділ на керівника й керованих, хоча фактично конкретні структури управління в такій групі наявні. Члени цієї спілки допущені до участі в прийнятті рішень та формуванні цілей і норм колективної праці. Ініціатива стимулюється завдяки застосуванню обговорень, дискусій, самодіяльності. Якщо для авторитарного стилю спілкування характерним є виокремлення свого «Я», то для демократичного стилю типовим є використання займенника «Ми».

**Ділове спілкування** – визначимо як спілкування, метою якого є організація і оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників.

**Діловий протокол** – правила, що регламентують порядок зустрічей і проводів делегацій, проведення бесід і переговорів, організацію прийомів, форму одягу, ведення ділового листування, підписання договорів, угод та ін.

Протокол допомагає створити дружню і невимушену обстановку під час зустрічей, переговорів, прийомів, що сприяє взаєморозумінню і досягненню бажаних результатів, допомагає вирішенню ділових питань.

У міжнародних стосунках використовується **дипломатичний протокол** – сукупність правил, традицій, яких дотримуються в міжнародних стосунках. Він є складовою дипломатії і формою, яка створює відповідні умови відносин між державами, урядами на основі миру, взаємоповаги, дружби.

**Діловий етикет** – норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки і спілкування при вирішенні ділових проблем; це встановлений порядок і норми взаємовідносин на службі, з керівництвом, у відносинах між колегами, партнерами, клієнтами.

**Досвід роботи** – це головний блок в резюме. Вказується (в зворотному хронологічному порядку) період вступу та звільнення; назва організації; назва посади; коротко описати коло обов'язків та професійні досягнення. Потрібно зазначити, що інтерес роботодавця концентрується на останніх місцях та періоді праці.

**Досягнення** – обґрунтовується як особиста професійність в певній галузі. Коротко повідомляються дані про освіту, досвід роботи, вміння працювати на певному обладнанні та ін.

**Емоційно-комунікативна функція** – функція, яка належить до емоційної сфери людини. Під час спілкування виникає і виявляється розмаїття людських емоцій та почуттів.

Існують також інші класифікації, в основу яких покладено такі функції:

– **маніпулювання** (від грубого поводження з людиною до такої поведінки, де зовнішні прояви мають навіть приємний характер);

– **конкуренція, суперництво** (від спілкування на основі принципу «людина людині – вовк», до такого, коли чесне суперництво сприяє певному рухові вперед);

– **співробітництво** (спілкування на основі принципу «людина людині – людина»). Спілкування, в якому виявляються гуманістичні настанови, високий рівень його культури.

**Економічна етика** – це сукупність норм поведінки підприємця, вимоги, запропоновані культурним суспільством для її стилю роботи, характеру спілкування між учасниками бізнесу, їх соціального вигляду.

**Етика бізнесу** – це ділова етика, що базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здібності ефективно функціонувати над ринком відповідно до чинним законодавством, встановленими правилами та традиціями.

**Етика ділових відносин** – система знань про моральні аспекти ділових відносин. Як складова економічної етики та етики бізнесу, етика ділових відносин визначає систему моральних цінностей, критеріїв та параметрів у відносинах між виробниками і споживачами, між організаціями (підприємствами), між організаціями та державою, в самих організаціях та ін.

**Етика 1** (з грецької *ethos* – норов, звичай, характер) – система знань (наука) про мораль та моральність, їх сутність та історію розвитку, їх роль та місце в житті людини.

**Етика 2** – система знань про добро та зло, їх актуалізацію в житті та поведінці людини.

**Етикет** – це сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших, форми звертання, манери, стиль одягу тощо). Це складова зовнішньої культури окремої людини і суспільства в цілому. Етикет є певною формою церемоніалу, це мова символів.

**Жестикуляція** – це вираження своїх емоцій і слів за допомогою жестів. Вона має бути стриманою і щодо кількості, і щодо широти. Жести не повинні притягувати надмірної уваги слухачів. Вони мають бути природними («Жест не можна одягнути на себе як смокінг» Д. Карнегі). Промова не повинна починатися і закінчуватися несподіваним жестом. Жестикулювати варто тоді, коли треба наголосити на значенні усного слова.

**«Жур-фікс»** – жіночий вид прийому. У перекладі з французького – фіксований день. Запрошення на прийом тільки жінок визначає проблеми і теми розмови – чисто жіночі. Своєрідність «журфіксу» у близькому спілкуванні, отриманні певної інформації та милих жіночих «плітках».

**Закон сенсорності** – інформація, що отримується сенсорно, сприймається і запам'ятовується краще, ніж абстрактна.

**Закон структурної чіткості** – інформація, що не є логічно послідовною, чітко структурованою, сприймається вкрай погано; цей закон не можна порушувати:

**Запобігливий тип спілкування** – це намагання догодити іншим. Людина в розмові часто вибачається, не вступає в суперечки. Перед тим як щось зроби-ти, намагається дістати схвалення інших. Вона погоджується з будь-якою критикою на свою адресу, вдячна людям вже за те, що з нею розмовляють.

**Звинувачувальний тип спілкування** – це намагання отримати владу над іншими, постійний пошук тих, хто винен. Такий тип людини – диктатор, нерідко веде себе зухвало, говорить різко і жорстоко, перебиваючи інших. Даний спосіб поведінки обумовлений намаганням сховати своє усвідомлення, що без інших вона нічого не варта. Людина радіє і дістає задоволення від того, що люди їй підкоряються, відчуваючи себе винними.

**Згода** – це зовнішній формальний рівень взаєморозуміння. Уміння зрозуміти ситуацію і підпорядкувати свої емоції та поведінку відповідно до ситуації та поведінки інших – необхідна умова спільної діяльності.

**Імідж** – (англ. image – образ, престиж, репутація) – враження, яке особистість (бізнесмен, менеджер, політик тощо) або організація (фірма, навчальний заклад тощо) справляють на людей і яке фіксується в їх свідомості у формі певних емоційно забарвлених стереотипних уявлень.

У психології під **іміджем** розуміють характер стереотипу, що склався в масовій свідомості і має емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь. Імідж відображає соціальні очікування певної групи.

**Інформаційно-комунікативна функція** – це різні форми та засоби обміну і передавання інформації, завдяки яким стають можливими збагачення досвіду, накопичення знань, оволодіння діяльністю, узгодження дій та взаєморозуміння людей.

**Категорії етики** – під цим поняттям розуміють основоположні, найбільш загальні поняття, які відображають моральні цінності суспільства.

**Компроміс** – це така стратегія керівника, коли він прагне досягти успіху, займаючи середню позицію між протистоянням та партнерством. Однак для виконання поставлених завдань ця стратегія не завжди є результативною.

**Контратака** – це негативна реакція на критичне зауваження.

**Культура спілкування** – це сума набутих людиною знань, вмінь та навичок спілкування, які створені, прийняті та реалізуються в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку.

**Лексичні норми** – це норми, які передбачають розрізнення значень і семантичних відтінків слів, а також закономірності лексичної сполучуваності.

**Логічність мовлення** – це ознака культури мовлення. Логічність проявляється на рівні висловлювання (речення) та на рівні тексту.

**Маніпуляція** – це спосіб (система способів), який дає можливість досягнення своєї мети без врахування інтересів та за рахунок іншої сторони. Це спосіб, в основі якого використання іншої людини з метою реалізації своїх егоїстичних інтересів.

**Маніпулятор** – це людина, яка свідомо або несвідомо вдається до всіляких хитрощів, щоб контролювати ситуацію та досягти своєї мети.

**Мораль** (з лат. moris – морі, звичай, характер) – це теоретична сукупність поглядів на мораль та моральність, моральнісні відношення, якості, діяльність людини; це моральні принципи, норми і правила поведінки. Мораль визначає

цінності людини, регулює її поведінку з точки зору принципового протиставлення добра та зла.

**Моральні цінності** – це такі об'єкти, явища та їх властивості, абстрактні ідеї, які втілюють у собі узагальнені ідеали, виступаючи завдяки цьому еталоном належного. На поведінку людей та їхні взаємини з іншими, на характер і культуру спілкування впливають моральні цінності добра, морального обов'язку, відповідальності, справедливості, честі і гідності, совісті.

**Моральність** – це поведінка, вчинки, якості, відношення, діяльність людини як результат безпосередньої реалізації моральних ідей, цінностей, принципів, норм і правил поведінки.

**Навіювання** – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприйняття висловлених думок і волі. Воно є механізмом, який дає змогу вплинути на підсвідоме: настанови, емоційні реакції, очікування тощо. Виокремлюють такі види навіювання на людину: коли вона перебуває в активному стані, під гіпнозом, під час сну.

**Невербальна комунікація** – це комунікація за допомогою немовних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність).

Так невербальні засоби класифікують за спорідненими ознаками:

а) **праксодика** – невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізації (інтонація, гучність, тембр, тональність тощо);

б) **екстра лінгвістика** – вкраплення у голос (сміх, плач, покашлювання, дикція, паузи тощо).

Оптична:

а) **кінетика** – жести, міміка і пантоміміка, рухи тіла, контакт очима;

б) **проксемика** – система організації простору і часу спілкування (відстань між мовцями, дистанція, вплив території, просторове розміщення співбесідників тощо);

в) **графеміка** – почерк, символіка, скорочення тощо;

г) **зовнішній вигляд** – фізіономіка, тип і розміри тіла, одяг, прикраси, зачіска, косметика тощо.

**Ольфакторне сприйняття** (запахи) – запах тіла, запах косметики.

**Особистісні якості** – інформація про особисті властивості характеру претендента: працелюбство, комунікабельність, пунктуальність, уміння працювати в команді, захоплення та ін.

**Основні категорії етики** – такі категорії, до яких належать: добро і зло, обов'язок, совість, честь, гідність, щастя й сенс життя.

**Отримання емоційного розряду** – дії людини, завдяки яким деякі люди отримують задоволення, принижуючи гідність іншої людини.

**Партнерство** – це прагнення отримати позитивний результат, враховуючи не тільки власні інтереси, а й інтереси інших. Така стратегія є ефективною, бо вона вибудовується на основі поваги до людей.

**Пасивний співробітник** – такий співробітник, який демонструє роль безпорадного, такого, що мало на чому розуміється, цим і підштовхує іншого виконати роботу за нього.

**Переконання** – це спосіб впливу, на свідомість, почуття і досвід людини з тим, щоб сформувати у неї нові настанови. Це такий вплив однієї людини на іншу або

на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їх єдності, формує нові погляди, відносини.

**Переговори** – це метод досягнення угоди шляхом ділового спілкування, коли обидві сторони мають як спільні, так і протилежні інтереси.

**Перестраховування** – це засіб завуальовування своєї невпевненості.

**Порядність** – це моральний принцип, який допомагає людині утримуватися від негативних вчинків: обман, підступність, приниження гідності іншої людини, шахрайство та ін. Навпаки, непорядна людина може підвести, написати анонімку, недбало ставитися до роботи, використовувати свій службовий стан в корисливих цілях тощо.

**Предмет ділової зустрічі** це питання, проблеми, які потрібно розглянути під час зустрічі.

**Прилаштування** – це поведження керівника який не виявляє ні активності, ні зацікавленості, ні волі, щоб організувати роботу інших людей найкращим чином й отримати позитивні результати.

**Презентація** (від англо. present – представляти) – один з найпоширеніших, цікавих й одночасно ефективних видів подачі відомостей про діяльність, продукцію, технології організації. Презентацію влаштовують з різного приводу – виходу в світ нової книги, товару, відкриття виставок, фестивалів, нової лінії виробництва, автомобіля тощо. Навіть у процесі проведення переговорів на високому рівні інформацію доцільно подавати у вигляді презентації.

**Прийоми** – зібрання запрошених осіб, де гостям пропонують різні страви і створюють умови для спілкування, знайомства, ритуальних процесів та церемоній, відпочинку.

**Пропозиція** – інформація про те, в ролі кого претендент хоче співробітничати з роботодавцем. Назва спеціальності повинна бути сформульована чітко. При цьому потрібно звернути увагу на те, що закордонні компанії віддають перевагу спеціалістам вузького профілю, вважаючи універсальність ознакою дилетантизму.

**«Протокол»** (від грецького protokollon означає: *protos* – перший, *kolla* – клеїти). В наш час **протокол** являє собою сукупність правил поведінки, норм і традицій, які регулюють порядок різних церемоній, офіційних та неофіційних зустрічей, форму одягу та ін.

**Психологія** – наука про психічну природу та умови формування моральних норм і принципів, а етика пояснює моральне значення дій, звичок. Приміром, моральні вимоги усвідомлюються й сприймаються кожною людиною через її переконання.

**Психічне зараження** – засіб впливу в групах малознайомих людей (під час релігійного екстазу, паніки тощо. На відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою.

**Регулятивно-комунікативна (інтерактивна) функція** – це обмін інформацією, пізнання суб'єктами комунікації один одного, та взаємодію між ними, регуляцію поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності. Це відбувається через переконання, навіювання, наслідування, обмін діями та ін. Визначають два види взаємодії: а) співробітництво (кооперація); б) суперництво або конкуренція.

**Рекомендації** – інформація про рекомендаційні листи, які ви готові надати.

**Розважливий тип спілкування** – коректна, спокійна поведінка людина, яка дуже чітко розраховує все наперед, вибудовує довгі фрази, має монотонний голос.

**Розуміння як осмислення** – це такий стан свідомості, коли у суб'єкта виникає впевненість в адекватності своїх уявлень і дібраних засобів впливу.

**Смокінг** – піджак з чорного сукна, припасований до талії, з блискучими шовковими вилогами і застебнутий на один гудзик.

**Співпереживання** – такий вид взаєморозуміння, який передбачає здатність урахувувати стан співбесідника. К. Станіславський писав, що зрозуміти – означає відчувати.

**Спілкування** – взаємодія людей, яка полягає в обміні інформацією, діями та встановленні взаєморозуміння.

**Спілкування** – взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження і об'єднання зусиль з метою налагодження взаємин та досягнення загального результату.

**Спілкування дружнє** – така форма спілкування коли відбувається «роз-мивання» відносин між керівником і підлеглими, втрачається контроль за виконанням професійних обов'язків та станом виробництва.

**Спілкування службово-товариське** – це спілкування відповідає встановленим службовим ролям і розмежуванню професійних повноважень. Таке спілкування керівника характеризується повагою до підлеглих, сприяє зміцненню корпоративної культури в організації. Завдяки цьому керівник забезпечує собі відповідний імідж і повагу підлеглих.

**Спілкування субординаційне** – форма спілкування з елементами тиснення на всіх своїми інтелектуальними перевагами.

**Спосіб** – система дій, які використовуються в діяльності або взаємодії для досягнення мети.

Виокремлюють такі **способи спілкування**:

- що слугують обміну інформацією;

- що використовуються з метою впливу одного суб'єкта (це може бути і група) на іншого.

Способи (механізми) впливу на людину можуть різнитися також своєю **етично-мотиваційною** визначеністю способів і мети спілкування.

**Стратегія спілкування** – загальна схема дій (або загальний план досягнення мети). На відміну від способів, моделей і стилів спілкування вона описує не одну його сторону, а характеризує в єдності мотиваційну, змістовну і операційну.

**Тактика спілкування** – система дій, що використовується для реалізації стратегії.

**Тактильно-кінетична тактика** – рукостискання, дотики, поплескування по плечах, поцілунок, посмішка тощо.

**Тактовність** – вміння дотримуватись такту у стосунках з іншими людьми.

**Такт** – почуття міри, що підказує найбільш правильний підхід, найбільш делікатну лінію поведінки.

**Тропи** (гр. tropos «зворот») – це різноманітні способи вживання слів в переносному значенні, таким чином створюються образи.

**Уникнення** – спосіб поведінки, коли керівник прагне уникнути відповідальності за постановку та реалізацію завдань. Це буває при його недостатній професійній компетентності.

**Упередження заслуженого звинувачення** – прийом який використовується, щоб нейтралізувати звинувачення, особливо під час наради, зборів тощо.

**Фігури речення** – трансформація структури речення, синтаксичні засоби виразності, які сприяють експресивності, динамічності, ясності висловлювання.

**Фрак** – це чоловічий костюм, рід сюртука з вирізаними спереду полами і довгими вузькими фалдами ззаду.

**Часові межі** – правильний вибір часу і дня тижня для договору, зустрічі з урахуванням обставин ділового життя, ділових звичок партнерів, години їх оптимальної працездатності.