

ЛЕКЦІЯ 3. МОРАЛЬНІ ПЕРЕДУМОВИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

План

1. Моральна культура як етична основа спілкування.
2. Моральна культура спілкування та її рівні.
3. Моральні цінності як основа гуманістичного спілкування.
4. Моральні норми та принципи, їх значення для досягнення високого рівня культури спілкування.
5. Прояв гуманістичних комунікативних установок у спілкуванні.

1. Моральна культура як етична основа спілкування.

Моральна культура спілкування – це зіставлення наших почуттів, мислення, поведінки, мовлення, слухання з вічними моральними цінностями й установками, принципами й нормами. Це культура, що пов'язана з утвердженням у суспільстві гуманістичних справедливих взаємин між людьми. Це здатність людини до вибору в спілкуванні необхідних форм і засобів, що сприйнятті й трансформовані людиною в процесі виховання і самовдосконалення.

Моральна культура спілкування є різновидом людської діяльності, коли соціально-моральна активність спрямована на вирішення комунікативних протиріч таким чином, щоб перемога все-таки залишалася за принципами гуманізму й соціальної справедливості.

Саме специфічні людські способи поведінки, які забезпечують гармонійний перебіг процесу спілкування між людьми, і називаються культурою спілкування.

Моральна культура спілкування невід'ємна від моральної культури особи, впливає з неї і являє собою ступінь засвоєння морального досвіду попередніх поколінь у вигляді знань, умінь, навичок, почуттів, установок.

Моральна культура особи включає: культуру моральної свідомості, культуру моральних почуттів і культуру моральної поведінки. Ці складові характеризують рівень засвоєння і реалізації моральності кожної конкретної соціальної особи.

Спілкування є мірилом (дзеркалом) моральної культури людини. Моральна культура спілкування, зокрема, включає: знання культурних моделей поведінки (загальних зразків, етикетних правил, стратегій) і уміння їх адекватно використовувати в кожній конкретній ситуації спілкування.

Будь-який людський контакт виникає за умов певного культурного середовища, учасники спілкування займають ті чи інші соціальні позиції. Моделі поведінки, які визначаються загальнокультурними установками і соціальною роллю, утворюють соціокультурну матрицю спілкування. Ця матриця і дає нам готові форми поведінки. Коли учасники спілкування вступають у формалізований контакт у звичайній, часто повторюваній ситуації, їм не доводиться винаходити способи поведінки; вони мають можливість використовувати готові правила етикету і стратегії спілкування, адаптуючи їх для даного випадку (наприклад, використовуючи готові форми привітань, запропонованих культурною традицією, найбільш доречні у даний момент, конкретизуючи звертання називанням імені того, до кого звертаються).

Якщо ж ситуація і правила поведінки учасників не визначені одночасно традицією і правилами соціальної гри, пристосування доводиться виробляти самостійно. Ці пристосування неминуче будуть включати в себе і етикетні моделі, і відпрацьовані стратегії, але як поодинокі моменти цього нового, не стандартизованого пристосування. Можна сказати, що, пристосовуючись, людина виробляє стратегію, придатну для даної конкретної ситуації спілкування. Моральна культура спілкування особи в тому й виявляється, що на основі знань загальних культурних моделей поведінки особистість може виробляти нові зразки поведінки, застосовувані до нестандартної конкретної ситуації, адаптуючи вже відоме й усталене (тривале) до нового, нетипового.

Вироблення і втілення стратегій спілкування передбачає врахування психологічних закономірностей спілкування і цілий ряд умінь. Тут ми лише перерахуємо найважливіші з них: уміння координувати свою поведінку з поведінкою партнера на рівні психофізичної взаємодії (враховується сила голосу, швидкість реакцій тощо), інтелектуальних операцій (врахування кмітливості співбесідника, його тезаурус тощо), уміння давати зворотній

зв'язок, не викликаючи захисних реакцій, забезпечувати психологічну підтримку, здійснювати самопрезентацію. Всі ці вміння входять до структури комунікативних здібностей.

Отже, моральна культура спілкування особи являє собою, з одного боку, знання і володіння культурними інструментами спілкування і моральними нормами поведінки, які вироблені в ході суспільно-історичної практики і прийняті в тій соціокультурній групі, до якої належить людина. З другого боку, це розвинені комунікативні здібності людини, вміння створювати гармонійне спілкування.

2. Моральна культура спілкування та її рівні.

Виділяють наступні рівні моральної культури спілкування:

- ритуальний, коли люди спілкуються в буденному житті, дотримуються загальноприйнятих норм етикету
- маніпулятивний, коли люди спілкуються з метою досягнення своїх цілей, нерідко за рахунок інших
- гуманістичний, коли люди спілкуються, поважаючи одне одного, спільно вирішуючи проблеми і враховуючи при цьому інтереси усіх учасників спілкування

Основою гуманістичного рівня постають моральні цінності. Цінність – це суб'єктивна значущість певних явищ реальності, що пов'язана із задоволенням потреб суб'єкта, чи суспільства загалом.

Обираючи певні моральні цінності, людина підтверджує свідоме ставлення до норм і принципів моралі, дієвість своїх мотивів, цілісність моральної свідомості загалом.

М. Рокіч поділяє моральні цінності на

- термінальні (вони представляють мету або стан, якого бажано досягти, наприклад, мирне, комфортне життя, злагода в родині, щира дружба, внутрішня гармонія, щастя, кохання, мудрість, громадське визнання, свобода та ін.).

- інструментальні (вони представляють метод або засіб досягнення мети, наприклад, широкий кругозір, честолюбство, здібності, хоробрість, вміння прощати, чесність творча уява, розум, відповідальність та ін.).

В залежності від ставлення до моральних цінностей виділяють наступні типи особистостей.

- “Споживацький” тип. Мораль у його уяві – це утвердження себе серед інших. Мотивом поведінки чи спілкування у нього є та користь, яку він матиме від усього, що робить. Найбільша цінність для нього – потяг до особистого щастя. Він індивідуаліст, спочатку має бути добре йому, а потім іншим, довіряє лише собі.
- “Конформістський” тип. Така людина дуже поєднана з середовищем, з оточенням. Її прагнення мають колективістський характер. Головний мотив поведінки – “бути як усі”. Спілкування з такою людиною досить легке, але вона не терпить біля себе людей несхожих на неї. Людина цього типу може порушувати правила, але дуже рідко загальноприйняті норми.
- “Аристократичний” тип. Це яскрава особистість, яка плекає почуття власної гідності й підкреслює це під час спілкування з іншими. Її мораль не завжди схожа із загальноприйнятою. Люди цього типу обожнюють створений ними власний світ і діють відповідно до своїх уявлень, не думаючи про наслідки, дбають лише про себе і зверхньо ставляться до інших. Спілкуватися з такими людьми нелегко.
- “Героїчний” тип. Людина цього типу завжди з чимось бореться. Веде себе у спілкуванні активно і наступально, не сприймає світу та інших людей такими, якими вони є, і хоче їх змінити. Як правило “герої” – соціально орієнтовані, у них розвинене почуття обов’язку, справедливості, але вони не характеризуються терпимістю до інших і не завжди використовують моральні засоби для досягнення мети.
- “Релігійний” тип. Це люди для яких головна цінність сенс життя, а джерело моралі не в людині й суспільстві, а поза ними. Мотивом поведінки й спілкування з іншими є любов до ближнього та почуття

єдності з людьми та світом. Дії людини такого типу не спрямовані на досягнення своїх вузьких інтересів.

Вміння розпізнати моральний тип людини допомагає зорієнтуватися і вибрати відповідну лінію поведінки для досягнення успіху.

3. Моральні цінності як основа гуманістичного спілкування.

Однією з форм прояву моральних відносин у суспільстві є моральні цінності. Цінність — це поняття, що використовується у філософії та соціології для позначення об'єктів, явищ та їх властивостей, а також абстрактних ідей, які втілюють у собі узагальнені ідеали і постають завдяки цьому як еталон належного. У сучасній філософії та етиці — це не лише суб'єктивна значущість певних явищ реальності, пов'язана із задоволенням потреб суб'єкта, у духовному відношенні цінності відроджують його самого з усіма його потребами.

Обираючи певні моральні цінності, тим самим людина підтверджує свідоме ставлення до норм і принципів моралі, дієвість своїх мотивів, цілісність моральної свідомості загалом. Моральні цінності добра, обов'язку, відповідальності, справедливості, честі й гідності людини, совісті тощо помітно впливають на спільну діяльність людей, на характер і ефективність спілкування. Якщо співрозмовники, наприклад, під час розв'язання конфлікту демонструють свою відповідальність за стан справи, вміння бути справедливими щодо опонента, бажають не лише собі, а й співрозмовнику добра, то є багато шансів, що вони досягнуть злагоди, а спілкування відбуватиметься на високому моральному рівні. Як зазначалося, на сучасному етапі розвитку нашого суспільства, коли рівень духовності у країні загалом падає, моральні цінності нерідко знецінюються. Тому наше суспільство має якомога більше уваги приділяти саме моральним цінностям, орієнтуватися на них в усіх сферах життя — економічній, політичній, соціальній, законодавчій та ін. Загроза дегуманізації виникає там, де людина звикає ототожнювати себе зі своєю функцією, своєю соціальною роллю. Образ такої самовідчуженої людини-функціонера, людини-рольовика став так би мовити “кошмаром” технічної цивілізації останніх століть.

Систему моральних цінностей, яку доцільно впроваджувати в суспільстві ринкових відносин, детально описав відомий американський психолог і філософ Е. Фромм. Змальовуючи ринковий соціальний характер у праці “Психоаналіз і етика”, він зазначає, що у діловому спілкуванні проявляється ставлення до себе та інших як до товару, який можна якнайвигідніше продати й купити. Отже, на жаль, цінність людини полягає в тому, що вона є товаром.

Події, що відбуваються в окремій країні й у всьому світі, змушують людей переглянути систему цінностей як суспільства, так і окремої особистості. Керівники організацій, які успіх економічної діяльності пов’язують безпосередньо з людьми, уважно слідкують за цими процесами і своєчасно реагують на них. Вони враховують будь-які зміни у ставленні людей до звичаїв, традицій, релігії, праці, освіти тощо. Якщо ці зміни орієнтацій на певні цінності своєчасно не помітити, виникнуть додаткові труднощі. Саме зміна цінностей була однією з причин зниження темпів зростання промислового виробництва у США в 1965 р. Підприємці, які не усвідомили характер подій, що відбулися, почали скорочувати кадри і втрачати клієнтів. Тим з них, хто продовжував поважати особистість, задовольняти потреби клієнтів та орієнтуватися на високу професійну майстерність працівників, падіння виробництва майже не загрожувало.

Звичайно, люди мають добре заробляти, аби жити в добрих умовах. Однак якщо весь час людина присвячує себе тільки роботі, ігноруючи власні інтереси та інтереси сім’ї, вона врешті-решт рано втрачає здоров’я, не здатна народжувати нові ідеї, перестає бути цікавою у спілкуванні. Щоб цього не сталося, зазначає Е. Фромм, людина повинна орієнтуватися не на принцип “мати”, а на принцип “бути”.

Це означає, що людина може й хоче жити повним життям. Вона хоче здобувати знання та віддавати їх, обирати заняття до вподоби, поєднувати продуктивну виробничу діяльність із власними інтересами в інших сферах. Розумні керівники поділяють такі орієнтації своїх підлеглих, не заважають їхнім прагненням до самореалізації, і не тільки при виконанні ними своїх

професійних обов'язків. Як свідчить досвід кращих корпорацій світу, від цього виграють всі: кожна окрема людина і організація загалом.

4. Моральні норми та принципи, їх значення для досягнення високого рівня культури спілкування.

Моральні цінності в усіх сферах життя людини регламентуються моральними нормами й принципами. Моральні норми і принципи — це певні вимоги та заборони, що регулюють діяльність, поведінку людей, їхню взаємодію та спілкування. Ті норми та принципи, встановлені людьми в суспільстві на певному етапі його розвитку, є певним взірцем поведінки та обов'язкові для виконання.

Принципи моралі мають загальне соціальне значення і поширюються на всіх людей, уособлюючи те загальне, основне та первинне, що уможлиблює ці вимоги та становить ціннісний базис суспільства, взаємовідносин людей. Моральні принципи підтримують і санкціонують в узагальненій формі суспільні підвалини життя, соціальний устрій, спілкування. Вони претендують на абсолютність, не допускають винятків. Будучи узагальненими, моральні принципи відбивають соціально-історичні умови буття людини, її сутнісні потреби.

Поряд з іншими сферами життєдіяльності людини моральні принципи та норми регулюють процес спілкування людей, бо саме під час спілкування люди погоджують власні та суспільні інтереси. Більше того, спілкування людей має відбуватися за цими моральними принципами та нормами. Проте для індивідуального життя та поведінки людини вони є лише передумовою формування гуманістичних установок спілкування.

Гуманізація спілкування — це насамперед розвиток і зростання потреби людини в такому спілкуванні. Воно передбачає здатність людини відчувати та співчувати, переживати і співпереживати, вміння розрізняти добро та зло, справедливість і несправедливість, вияв таких її якостей, як милосердя, порядність, добродійність і совість, а також морально-естетичні потреби,

оцінки, смаки, ідеали, мотиви, вчинки. Тому не менше значення у процесі спілкування людей відіграють також моральні знання, здатність до раціонального осмислення моральних ситуацій та дій.

Відомо, що зовні добродійні вчинки можуть спиратися на мотиви, які явно суперечать принципам і нормам моралі: користолюбство, нажива, властолюбство та ін. І, навпаки, вчинок, який зашкодив іншим, може мати в основі добродійні наміри. Наприклад, людина, яка лише прагне до влади, у спілкуванні з іншими демонструє свою “демократичність”, гуманність. Досягши жаданої влади, вона швидко забуває про свої обіцянки і часто не виявляє доброти, чесності, відповідальності тощо. Таку поведінку в етиці називають легальною, а тип поведінки — легалізмом.

Відомий китайський філософ Конфуцій показав, що різні люди у своїй поведінці та спілкуванні дотримуються різних моральних норм і правил. На його думку, розумна людина: “коли дивиться, то думає, чи добре вона роздивилася, а слухає — думає, чи вірно вона почула; думає, чи ласкавий у неї вираз обличчя, чи шанобливі її манери, чи щире мовлення, чи пристойне ставлення до справи; при сумнівах думає про те, щоб порадитися; коли ж у гніві, то думає про наслідки; і перед тим як щось придбати, думає про справедливість”. Нерозумна людина робить три помилки: говорить, коли не час говорити (це нерозважливість), не говорить, коли настає час говорити (це потайливість), і говорить, не помічаючи міміки (це сліпота).

Нині у складних умовах ринкових відносин людям доводиться робити вибір щодо орієнтації на справедливе ставлення до інших і врахування їхніх інтересів чи на егоїзм; на активність чи пасивність; на агресію чи альтруїзм; на любов до людей чи байдужість до них і т. ін. Цей вибір проявляється в поведінці людини та в її спілкуванні з іншими. Під час такого вибору людина звертається або до прийнятих суспільством, або до особистих моральних норм і принципів. В умовах жорсткої конкуренції та зниження життєвого рівня людей зростає значення таких рис характеру людини, як стійкість, лояльність, вірність, милосердя та ін. Ідеться про мораль співвіднесення, дилема якої ґрунтується на тому, що не варто слухати ані друзів, ані ворогів, коли совість

підказує “вчини так”. Під час спілкування — це вміння говорити так, щоб не принижувати гідності людей, вступати з ними в переговори, йти на компроміси, витрачаючи миттєву власну вигоду, але зберігаючи доброзичливі стосунки.

Кожен, хто знайомий з історією створення та розвитку відомої американської компанії “IBM”, погодиться з тим, що своїм успіхом вона значною мірою зобов’язана морально-етичним ідеям її засновника Томаса Дж. Уотсона-старшого (1914 р.), аніж технічним нововведенням або фінансовим ресурсам. Він як честолюбивий підприємець, безумовно, хотів бачити свою компанію такою, що досягла успіху. Але маючи власні моральні цінності, він не хотів це робити в будь-який спосіб.

На шляху до успіху Т. Уотсон хотів об’єднати людей єдиною метою. Тому він розробив кодекс поведінки працівників компанії, принципи якого дуже прості:

- 1) кожна людина заслуговує на повагу;
- 2) кожний клієнт фірми має право на особливу увагу та найкраще обслуговування;
- 3) усе, що робиться у фірмі, має постійно вдосконалюватися.

Цих принципів дотримуються й зараз всі працівники фірми — від адміністраторів найвищого рангу до підсобників. Зазначені принципи становлять стрижень усієї діяльності компанії, до якої всі ставляться з повагою і довірою, що безпосередньо впливає на кожний крок і всю політику “IBM”. Мабуть, тому за 34 роки нікого не звільнили через скорочення програм, штатів, асортименту продукції чи бюджету. Але незалежно від посади розлучалися з тією людиною, яка порушувала моральні норми компанії або припускалася помилок у роботі і не бажала співпрацювати з іншими [9, с. 60-61,66-67].

За правилами ділового спілкування, прийнятими в “IBM”, усі її працівники у своїх діях мають керуватися високими нормами ділового спілкування. “Кожний, з ким ви маєте справу, повинен розраховувати на справедливе і неупереджене ставлення до себе з вашого боку. Чесність є невід’ємною частиною моральної поведінки, а довіра необхідна для встановлення добрих та міцних стосунків”.

Основні поняття гуманістичної етики

Щоб зрозуміти моральність спілкування, потрібно знати основні поняття етики, об'єднані в цілісну систему з єдиним принципом її побудови. Конкретний зміст цих понять, їх логічна форма й місце кожного з них у загальній системі змінювались в історії етичної думки залежно від розуміння природи моральності. Однак у всі часи в історії етики основними категоріями вважалися насамперед добро та обов'язок, а також добродійність, совість та ін. Розглядаючи етику спілкування, крім зазначених понять треба враховувати й поняття етики соціального характеру, підвалини якої були закладені Е. Фроммом. Він детально описав етичні зміни, що відбуваються в соціальному характері людей на різних етапах розвитку капіталізму. Ці зміни яскраво проявляються в поведінці людей, насамперед у їхній моральності.

Людина народжується доброю, як стверджує більшість представників гуманістичної етики. Усе, що в неї є доброго, слугує збереженню й розвитку життя, саморозвитку та використанню творчого потенціалу, а зло призводить до її руйнації. Отже, якщо людина у спілкуванні відстоює свої позиції, впевнена в собі, виявляє наполегливість у досягненні мети, не принижуючи іншого, визнаючи його право на власну думку, то вона не чинить зла. Для неї добро — це йти шляхом, який вона обрала, але не жертвуючи собою, щоб догодити іншому.

Сьогодні такі вміння, що називаються асертивними, формують у людей за допомогою різних підходів. У людини є лише один спосіб бути в єдності зі світом і водночас у злагоді із собою — реалізувати свої здібності. Це буде добром і для неї, і для суспільства, тобто для інших. У протилежному разі перед людиною постають моральні проблеми, а неможливість їх розв'язання часто призводить до неврозу. Щоб цих проблем не виникало, зокрема під час спілкування, слід дотримуватись основних принципів етики: “не роби іншому того, чого б ти не хотів, щоб він робив тобі”; “що ти робиш іншим, те робиш і собі”. Іншими словами, якщо людина в діловому спілкуванні, маніпулюючи іншим, хоче досягти вигоди лише собі, особливо через хитрощі, махінації, нечесну гру, то порушується перший із зазначених принципів етики. Якщо ж

під час розв'язання конфлікту перемога досягається за рахунок поразки опонентів, можна придбати ворогів. При цьому порушується другий із названих принципів етики. Відбитком нашого “я” є совість. Вона уособлює суть власного морального досвіду. Це наш вплив на себе самого.

Гуманістична совість протестує проти утиску, приниження себе, проти загрози стати інструментом у руках тих, хто прагне свідомо чи несвідомо занизити нашу самоцінність і обмежити самостійність. Поряд з гуманістичною співіснує і совість авторитарна. У них однаковий зміст етичних норм, але мотиви їх використання різні. Авторитарна совість вимагає від людини підкорятися авторитетам, які виробили, скажімо, певні етичні норми, догоджати їм. Якщо вона цього не чинить і проявляє самостійність, у неї пробуджується “нечиста” совість, вона відчуватиме безсилля, дискомфорт, провину.

Кожна людина, як стверджує Е. Фромм, має ці два різновиди совісті. Проблема в тому, яке співвідношення між ними. Існує чимало етичних критеріїв цивілізованого спілкування, зокрема чесність, порядність, справедливість. У розвинених країнах, наприклад, без цих критеріїв у діловому спілкуванні між фірмами, банками й окремими людьми сучасне підприємництво було б неможливим. Нафта та нафтопродукти, акції та інші цінні папери на мільйони доларів щодня продаються на основі усних переговорів без свідків. Так само на великі суми щороку продаються товари солідними торговими фірмами без попереднього оформлення контрактів. Така практика сучасного підприємництва є наслідком довготривалого процесу розвитку бізнесу, під час якого сформувалися найоптимальніші моральні принципи та правила, яких ці підприємці дотримуються. Для досягнення ефективності в діловому спілкуванні необхідно також керуватися такими етичними поняттями, як повага, співчуття, справедливість та ін.

5. Прояв гуманістичних комунікативних установок у спілкуванні.

Основою гуманістичних комунікативних установок є повага. Це таке ставлення до людини, коли враховується людська гідність. Повага доповнюється пошаною, тобто визнанням особистих чеснот індивіда та його приналежності до певної спільності. Якщо ми ставимося шанобливо до іншої країни або до якоїсь фірми, то поважатимемо також їхніх представників і виявимо це у своєму ставленні до них, що сприятиме встановленню контакту, взаємодії. Спілкування буде відкритим і націленим на продуктивний діалог, на співробітництво і злагоду, ґрунтуватиметься на врахуванні моральних норм і принципів справедливості, рівноправності, доброзичливості, ввічливості та ін. Повага до співрозмовників, опонентів по спілкуванню, толерантність тісно пов'язані із самоповагою. Як би не ставилися до нас інші люди під час спілкування, у ділових взаєминах, самоповага буде тим моральним механізмом, який допоможе нам не допустити приниження, глузування тощо. Людина з розвиненою самоповагою чинитиме опір цьому, виявить волю, відстоюючи свою гідність, честь.

Християнська мораль вчить бути терплячим, але це не означає, що слід миритися зі злом, агресією, брутальністю, безчестям. Кожен із нас має робити все, що може, в межах норм моралі, щоб не допускати цього, щоб попереджати такі прояви у процесі спілкування з іншими людьми. Людям, які чинять зло, ображають інших, можна часом поспівчувати, бо вони не розуміють, що роблять, і як це може негативно вплинути на них. Поспівчувати, а можливо, і допомогти. Замість того, що б "схрещувати мечі", можна спробувати доброзичливо запропонувати інший вихід із ситуації, що склалася. Повага та увага до клієнтів є безперечно основою довготривалих відносин. Компанія, яка підходить до ділових відносин лише з позицій власної користі, не може розраховувати на лояльність іншої сторони. А будь-яке зроблене клієнтові добро потім, як правило, повертається назад. Коли виникають нові ринки збуту продукції, до них швидко лнуть різні корпорації, компанії, фірми з інших країн. Багато компаній намагаються будь-що збути свою продукцію, навіть низької якості. Відчувається це зараз і в Україні. Але якщо такі компанії зорієнтовані тільки на отримання тимчасової користі, то зв'язки не будуть

тривалими. Вони завжди відчуватимуть опір з боку тих, кого принижують. І, навпаки, компанії, які в таких умовах встановлюють ділові контакти, поважаючи слабких сьогодні партнерів, допомагають їм, створюють основу для співробітництва в майбутньому. Егоїзму, самолюбству протистоїть любов до себе. Вона не ототожнює егоїзм, не виключає любові до інших. Якщо людина піклується про себе, відповідальна, цінує і поважає себе, прагне до розвитку, самореалізації, врешті-решт, до свободи, то вона любить себе. Якщо людина себе любить, то вона спокійна, доброзичлива, впевнена в собі, совісна, а тому іншим людям добре з нею спілкуватися й співпрацювати.

Любов до людей є найкращим порадиником для розв'язання більшості складних проблем, у тому числі проблем спілкування. Вона включає в себе і повагу, і співчуття, і готовність допомогти. Саме вона підкаже у складних ситуаціях, коли і як розпочати спілкування, як вступити в контакт і як з нього вийти, які аргументи навести, яке рішення прийняти та ін. Коли любиш людей, з якими спілкуєшся, то докладеш зусиль, щоб їх зрозуміти, щоб не зачепити їхню честь, гідність, не примусити їх зайве страждати, допоможеш їм зберегти та поповнити свою самоцінність. Апостол Павло у першому посланні до коринтян сказав: “Якби я говорив мовами людськими і ангельськими, але не мав любові, я був би немов мідь брєнєча або кимвал звучний. Якби я мав дар пророцтва і відав усі тайни і усе знання, і якби я мав усю віру, щоб і гори переставляти, але не мав любові, я був би — ніщо. І якби я роздав бідним усе, що маю, та якби віддав моє тіло на спалення, але не мав любові, то я не мав би жадної користі. Любов — довготерпелива, любов — лагідна, вона не заздрить, любов не чваниться, не надимається, не бешкетує, не шукає свого, не поривається до гніву, не задумує зла; не тішиться, коли хтось чинить кривду, радіє правдою; все зносить, в усе вірить, усього надіється, все перетерпить”.

Спілкування — це форма творчості, яка допомагає виявити та розкрити найкращі сторони особистості. Водночас це процес виховання і самовиховання, коли люди впливають одне на одного. Тому таким необхідним для досягнення успішної взаємодії у спілкуванні є знання ролі моральних цінностей, розумне використання моральних принципів і норм.

Висновки

Мораль — це форма громадської свідомості та вид громадських відносин, спрямованих на утвердження самоцінності особистості, рівноправності всіх людей в їхньому прагненні до щасливого та гідного життя.

Однією з форм прояву моральних відносин у суспільстві є моральні цінності. Вони становлять основу гуманістичного спілкування.

Моральні норми й принципи — це певні вимоги та заборони, що регулюють діяльність, поведінку людей, їхню взаємодію та спілкування. Ті норми та принципи, що встановлені людьми в суспільстві на якомусь етапі його розвитку, є певним взірцем поведінки та обов'язкові для виконання.

Гуманістична етика, якої треба дотримуватися під час спілкування, передбачає добротність, совісність, справедливість, повагу, співчуття, любов до людей.