

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

**О. П. Проценко**

**ПРАКТИЧНА ФІЛОСОФІЯ: ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА  
ТА КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА**

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2021

УДК [174 + 177] (075.8)  
П84

Рецензенти: канд. філос. наук, доц. Я. М. Кунденко,  
канд. філос. наук, доц. Н. В. Северин

**Проценко, О. П.**

П84 Практична філософія: професійна етика та комунікативна культура [Текст] : навч. посіб. / О. П. Проценко. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2021. – 80 с.

ISBN 978-966-662-843-8

Запропоновано філософський аналіз таких соціальних феноменів, як професійна етика, етос, мораль та етикет. Звернено увагу на їх значення у житті суспільства та професійній діяльності людини. Висвітлено морально-етичну спрямованість соціальних і службових відносин і формування комунікативної культури сучасного фахівця.

Для студентів, магістрів та аспірантів усіх спеціальностей вищих навчальних закладів.

Бібліогр.: 5 назв

**УДК [174 + 177] (075.8)**

ISBN 978-966-662-843-8

© Проценко О. П., 2021  
© Національний аерокосмічний  
університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут», 2021

## ВСТУП

У наш час соціальні зміни потребують від фахівця самостійної практичної діяльності, поєднаної з творчою активністю, пошуком можливостей реалізації її результатів, здатністю прогнозувати соціальні процеси та приймати рішення в нестандартних ситуаціях. У зв'язку з цим значною мірою зростає актуальність етичного знання.

Перед етичною освітою постають завдання виходячи з того, що кожна професія ґрунтується на тих моральних компонентах, завдяки яким вона виникає та функціонує. Зумовлений історичним розвитком процес професійного розподілу праці привів до створення особливих моральних нормативів, що містять такі вимоги до поведінки людей, які сприяли підтримці авторитету та престижу представників тих чи інших професійних груп у суспільстві. Це спричинило виникнення так званої практичної етики, яка являє собою систему моральних вимог до будь-якої конкретної соціальної діяльності, а саме інженерної, педагогічної, фінансової, управлінської тощо. До числа цих вимог належать і правила етикету, що регулюють манери поведінки і також впливають на атмосферу ділових відносин.

Слід зазначити, що етикет значно впливає на формування поведінки з метою створення сприятливого та конструктивного морально-психологічного клімату в міжособистісних стосунках, а також разом з іншими культурними формами колективної поведінки людей (обрядом, звичаєм, церемоніалом, процедурою) належить до регулятивного потенціалу соціуму.

Етикет забезпечує моральну наявність комунікативних дій із позицій організації оптимальних форм життєдіяльності для збереження особистості як цілісності. Він має здатність трансформувати в моральну практику принципи толерантної поведінки та справедливості.

# 1. ЕТИКА, ЇЇ ПРЕДМЕТ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

## 1.1. Змістовні межі понять «етос», «етика» і «мораль»

Виникнення терміна «етика» і окремої дисципліни щодо самостійної системи знань пов'язано з ім'ям Арістотеля, старогрецького філософа, що жив у V ст. до н. е. Термін «етика» походить від давньогрецького слова «етос», яке спочатку розуміли як загальне, притаманне всім й призначене для всіх. У подальшому він став позначати стійку природу якого-небудь явища, події, вдачі, характеру. За думкою Арістотеля, з двох видів активності – розумової та моральної – розумова розвивається завдяки навчанню і для неї є необхідними довгострокові вправи, моральна ж активність народжується звичкою, звідси й отримала свою назву від етосу при незначній зміні цього терміну (2, с. 78).

Від слова «етос» Арістотель утворив прикметник «етичний». Терміном «етичний» Арістотель позначав таку сферу людської реальності, яка подана особливостями індивідуальної й суспільної поведінки.

За аналогією з терміном «етичний» з латинської мови Цицероном було утворено слово «моральний», від якого згодом з'явився термін «мораль». За своїм походженням він є латинським еквівалентом старогрецького терміна «етика». У деяких європейських мовах уже набагато пізніше (XVI–XVIII ст.) виникли терміни, синонімічні визначенням «етика» та «мораль». Так, у німецькій та російській мовах поширилося слово «моральність». У загальнокультурній лексиці слова «етика», «мораль» і «моральність» вживають як взаємозамінні, а в навчально-академічній – етикою називають науку про мораль і моральність.

Потенціал етичного знання містить ідеї й концепції про те, що є мораллю. Сюди відносять і напрями в дослідженні індивідуальної моралі, принципи побудови етичної поведінки, моральної мотивації й результативності вчинків, морально-психологічний потенціал особи. Систему етичного знання закріплено в понятійно-категоріальному апараті. До основних категорій етики як науки належать благо, добро, зло, честь, совість, справедливість, відповідальність та інші, які вказують на моральний потенціал людини будь-якої соціальної зайнятості та професії.

Безпосередній взаємозв'язок теоретичних досліджень із реально-практичною діяльністю став підставою віднести етику до практичної філософії. Акцентуючи увагу на цьому, вже Арістотель зазначав, що етика

має справу не з благом самим собою, а здійсненням благом, з конкретними шляхами його досягнення. Мораль як ціннісно-оцінна соціальна активність виходить зі встановлень «практичного розуму». За думкою І. Канта, в моралі людина підкорюється не тільки власному почуттю, але й загальному законодавству.

Поняття «етос» стало широко використовуватися в сфері соціально-гуманітарного знання і визначає в широкому розумінні все те, що стосується вдачі, характеру, звичаю. Етос розглядають як стиль життя соціальної групи або спільноти, ієрархію цінностей. Етос об'єднує такі моральні явища, які не спостерігаються в повсякденному житті людей [1], свідчить про суто людську потребу упорядкування світу завдяки різноманітним регуляторам поведінки людей. Тому в деяких випадках етос відповідає особливостям конкретної упорядкованої діяльності, наприклад, підприємницької або професійної [10].

## **1.2. Нормативна етика та її проблеми**

Етичне знання містить нормативний аспект, відображаючи гуманістичний потенціал моралі. Обґрунтування норм, з одного боку, пов'язано з виявленням особливостей моральних розпоряджень, їх класифікацією, а з іншого – з розкриттям їх конкретного змісту, поданням в конкретних формах поведінки. За допомогою етичних норм визначають характеристики допустимої поведінки, встановлюють межі вільної активності й творчої діяльності. Нормативна етика містить знання про дозволену (схвалювану) поведінку і недозволену (негожу), декларує належне, моделює зразки поведінки, конструює етичний ідеал особи. До найвідоміших досконалих осіб, вироблених етичною думкою, можна віднести «абсолютно мудру» особу у Конфуція, «прекрасну» – у Арістотеля. Ідеальну нормативну модель підприємця створив Б. Франклін, сучасний тип «самоактуалізованої особистості» – А. Маслоу.

Початок ХХ ст. відзначено появою різних систем нормативної етики. Основна мета цих досліджень полягає у виявленні «дійсних регуляторів», що оптимізують етичні відносини людей у суспільстві. Широкої популярності й дискусійного характеру набули дослідження Б. Скіннера – провідного представника необіхевіоризму в США. На його думку, активність людини обумовлена системою стимулів, які здатні контролювати, коректувати, програмувати поведінку людей. «Технологія

поведінки», на думку Б. Скіннера, не зменшує відчуття власної гідності особи, і поведінка розцінюється як етична в тому випадку, якщо вона схвалюється іншими і відповідає контрольним механізмам навколишнього середовища. В жорсткій нормативній поведінці Б. Скіннер бачить не тільки відображення часу і умов, в яких живе сучасна людина, але й запит цивілізації.

### **1.3. Призначення прикладної етики**

Безпосереднє перенесення знань про мораль у практичну діяльність привело до появи так званої прикладної етики, призначення якої полягає в типізації етичної поведінки та створенні стереотипів дій і вчинків стосовно певного роду соціальної активності. Етико-прикладні дослідження стали особливо актуальними у зв'язку з появою новоутворень у виробничій сфері, службово-професійній діяльності, а також організаційно-управлінській, торгово-комерційній, фінансовій тощо. Крім цього, в наш час спостерігається поява нової соціальної реальності, де етичні принципи та норми перестають бути лише суб'єктивними особистісними мотивами індивідуальної поведінки, вчинків і дій людини, а також рис її характеру. Етичні принципи стають важливими регуляторами, об'єктивними критеріями в діяльності соціальних інститутів і суспільства в цілому. Таким чином визначається новий статус соціальної етики як «експертно-консультативного органу суспільства, що оцінює нові форми взаємодії соціальних інститутів: політики, права, освіти, ЗМІ, тощо».

Виникла об'єктивна необхідність регулювати етичні процеси в їх найбільш масових виявленнях, до яких безпосередньо належить професійна діяльність, оскільки загальне в моралі здійснюється і фіксується тільки за допомогою окремих випадків та індивідуальних форм поведінки. Тут йдеться про координування колективних дій, їх упорядкування, вплив чинників моралі на ефективність діяльності як спільноти, так і окремих людей, їх емоційний настрій (оптимізм, віру в успіх, довіру, відданість та інше, що в результаті сприяє результативності будь-якого значущого заходу. На думку сучасного фахівця з проблем етики В. Назарова, сьогодні можна констатувати існування етики в двох статусах: предметно-автономному – як філософську концепцію моралі і в соціально-інституціональному – як перенесення загальної етичної основи в сферу конкретної соціальної взаємодії.

Перед такою етикою постає завдання «моделювати» і «проекувати» різні морально-ділові якості людей, кожен раз актуалізуючи з них ті, які безпосередньо пов'язані з конкретним видом діяльності, і одночасно враховуючи волевиявлення, бажання і схильності зайнятих у ній людей. Етика також пов'язана з проблемами вдосконалення відносин в таких сферах життя суспільства, як побут, сім'я, дозвілля. Тому вона орієнтована на дослідження, яке спрямоване на вироблення практичних рекомендацій для етичного вдосконалення в цілому.

Партикулярна етика орієнтується на ситуацію, подію й відповідну «технічну», «інструментальну» сторону поведінки, при цьому вона зберігає своє основне призначення – впливати на духовний світ людини, збагачуючи його. В цьому розумінні етика є знанням про систему управлінської взаємодії етичної теорії, моралі й процесу виховання і освіти. Тому прикладна етика діє в безпосередньому зв'язку з моральною практикою незалежно від того, в яку конкретну сферу таку практику вводять як обов'язковий компонент: політику, економіку, професійну діяльність, побут.

У сучасному філософському знанні прикладний аспект етики знаходить оригінальну інтерпретацію. Особливий інтерес становить дискурсивна теорія моралі Ю. Габермаса, де етика виведена як своєрідний метод, за допомогою якого люди можуть прийти до згоди і єднання. Етичні постулати в процесі дискурсивних практик переходять у ранг конкретних рекомендацій, що позитивно впливають на результати сумісних дій людей. Ті етичні норми, які визнають всі, хто має до них відношення, можуть стати загальним керівництвом до дії. Етичний дискурс сприяє відмові від застарілих догм, отриманню консенсусу.

Відповідь на запитання про те, чи можуть поєднуватися і доповнювати один одного моральні та позаморальні мотиви й наміри, зокрема утилітарно-прагматичні, дає так звана комплементарна етика. Коли йдеться про конкретну ситуацію і активну діяльність суб'єкта в ній, тоді моральні цінності поєднують з іншими цінностями на основі принципу доповнювальності. Комплексність мотивації вчинків людини обумовлена складністю і багатовимірністю її соціальної діяльності.

#### **1.4. Етика в діловому спілкуванні та корпоративній культурі**

Етика ділового спілкування – відносно самостійна галузь знання про моральні норми та принципи економічної, політичної та культурної

активності людей, яка пов'язана з професійною діяльністю. Етика ділового спілкування – це медіатор у професійних відносинах людей на макро- і мікрорівні. Вона призначена не тільки відобразити етичний потенціал взаємодії людей у межах конкретної професії в процесі вирішення соціально значущих завдань, але й реалізовувати професійні інтереси в системі конкретних дій і вчинків, формулюючи нормативний «кодекс», конкретизуючи межі не просто дозволеної, але й необхідної поведінки.

За допомогою спеціально розроблених вимог, що ставлять до поведінки як обов'язкові, виявляється можливим відділяти прийнятні (моральні) вчинки від неприйнятних (неморальних) стосовно певної професійної діяльності. Так, наприклад, у межах будь-якої організації професійної діяльності державного або комерційного характеру, бізнесу як форми індивідуальної підприємницької діяльності до варіантів поведінки, звичайно заборонених етичними нормами, слід віднести хабарі, здирство, подарунки, виплату співучаснику частини незаконно отриманих грошей, конфлікт на основі зіткнення інтересів, порушення законів у цілому, шахрайство, розкриття секретів компанії, використання інформації, отриманої в довірчій бесіді від членів «своєї групи», незаконні виплати політичним організаціям, протиправну поведінку ради інтересів фірми.

Етикет ділового спілкування виходить за межі морального регулювання і перетинається із системою адміністративних розпоряджень і правового законодавства. Саме тому у сфері ділового спілкування етичні вимоги вирізняються не тільки рекомендаційним, але й примусовим характером. Етикетна нормативність реалізується через систему правил, звернених до зовнішнього боку поведінки, створює певну тональність спілкування, утворює особливий тип взаємозв'язку. Правила етикету належать до похідних соціальних потреб і в межах соціального продукування можуть бути як конвенціональними, так і інституціональними.

Етична спрямованість іноді стає важливим елементом планування діяльності фірми або корпорації. Правила етикету звернені до технічної, оперантної сторони поведінки, вони в сукупності з моральними вимогами здатні втілювати в життя систему духовних цінностей. У процесі соціального регулювання моральна норма апелює до загального і цілого, а правило етикету – до приватного, одиничного. Етикетні вимоги фіксують явища вчинку і дій, коректуючи форму, моральні – звернені до їх



суті й змісту. Правила етикету в сукупності з моральними нормами орієнтують на погодженість людей в їх діях і вчинках, сприяють порядку та дисципліні у відносинах і діяльності (регламент, канон), реалізують принцип доброзичливості. Моральні норми звернені до відповідальності, введені в стратегію поведінки, наділяючи її змістовним конструктом.

Прикладне призначення етики ділового спілкування сприяє створенню системи вимог як особливого регламенту, а іноді і канону, на основі яких слід будувати свою поведінку партнерам і співробітникам. У соціальних організаціях можна вживати різних заходів з метою поліпшення етичної поведінки керівників і рядових працівників, а саме: розроблення етичних нормативів, створення комітетів з етики, проведення соціальних ревізій, навчання етичній поведінці.

Етика ділового спілкування спрямована на гуманізацію і оптимізацію всієї системи комунікативних відносин при вирішенні соціальних задач, а також на знаходження засобів їх досягнення. Будучи пов'язаною з тією чи іншою конкретною діяльністю, етика ділового спілкування актуалізує межі належної для неї поведінки.

Мораль у діловому спілкуванні (політиці, державному департаменті, культурних зв'язках, освітніх установах, економіці, включаючи бізнес, приватному підприємстві тощо) дозволяє коректувати засоби і прийоми організації та використовувати необхідні заходи під час вирішення соціальних задач. Вона складається з раніше встановленого набору вчинків, установлених ціннісних орієнтирів, де критеріями є ефективність, надійність, результативність. Мораль у такому призначенні «працює на стереотип», матрицю дій, що сприяють досягненню конкретної мети. Доцільність, оптимальність поведінкової активності сприяють успіху в просуванні справи. Мораль застосовано при вирішенні таких проблем, як співвідношення приватного та суспільного інтересу, мети і засобів, орієнтовано на менше зло, щоб уникнути великого. Для того, щоб підкреслити соціально-комунікативне та суспільне значення моралі використовують такі поняття, як «інституціональна та представницька поведінка».

Моральна діяльність у діловому спілкуванні пов'язана з установленням нормативних розпоряджень – толерантності, компромісу, уваги та пошани до оточуючих, відчуття власної гідності, вірності даному слову, відповідальності за доручену справу. Такі розпорядження та відповідні їм форми поведінки регулюють конкретні ситуації,

типові для вказаної сфери діяльності. Так, «ділову мораль» характеризує довіра («кредит довіри»), дотримання взаємних зобов'язань («банк» взаємних зобов'язань), згуртованість (корпоративний дух), зацікавленість і навіть відданість фірмам, організаціям, установам. Разом із тим призначення моралі – попереджати типові негативні ситуації, що спостерігаються в діловому спілкуванні: обман, шахрайство, комерційне шпигунство, кадрове піратство, здирство, скарги, доноси тощо.

У діловому спілкуванні моральна норма відтворюється майже в усіх комунікативних актах без акценту на неї саму: керівництві, підпорядковуванні, співпраці, партнерстві, конфліктних ситуаціях, а також таких, що пов'язані з ризиком, зустрічах, переговорах, презентаціях. Ділове спілкування пронизує всі комунікативні стосунки зі співробітниками, партнерами, колегами і поступово сприяє формуванню стійкої системи моральних норм відносно вчинків і дій представників окремих професій, трудових колективів та корпорацій.

Корпоративна етика має відношення до корпоративної культури, як єдності таких духовно-практичних способів життя в межах організацій, установ, компаній, які мобілізують ресурси та підвищують ефективність праці робітників, оптимізують відносини, виховують вірність і відданість справі корпорації, яка базується на тій чи іншій професійній діяльності в цілому. У практиці корпоративного управління приділяють значну увагу традиціям, обрядам і ритуалам організацій, тобто етичним стандартам і вірі в її перспективу та успіх.

Становлення корпоративної етики пов'язано з бурхливим розвитком ринкової економіки та підприємницької діяльності і розповсюдженням негативних форм поведінки її працівників, які можна розглядати як моральне зло (оману, пропозицію та продаж неякісних товарів або послуг, підкуп і хабар).

Моральні відносини мають деякі особливості. Вони входять як складові в будь-яке інше спілкування. Людина, яка вступає в моральні відносини, випробовує себе – чи здатна вона спілкуватися з іншими людьми. Мораль характеризує власне людське в людському гуртожитку.

Мораль введена у філософію й ідеологію організацій, фірм, закладів і підприємств. Тому відносно самостійно існує так звана корпоративна етика. У масштабі ділового спілкування мораль корпорацій існує не як проблема, що потребує дозволу, який супроводжується тривалими рефлексіями, пов'язаними з муками совісті, виною, розкаянням,

а як даність – вона є те, що і як має бути. «Інструментально-технічна спрямованість» моралі відображається в діяльності корпорацій, сприяє дисципліні, впорядкованості і координованості дій, формуванню таких моральних цінностей, без яких не може існувати будь-яка професійна спільнота: справедливість, відповідальність, довіра.

Фахівці в сфері етичного знання пов'язують корпоративну етику з реалізацією професійних інтересів, усвідомленням мотивів поведінки представників професії в межах трудових відносин серед керівників, менеджерів безпосередніх виконавців, наголошують спеціальні шляхи або практики, які спрямовані на формування моральних основ конкретної професійної діяльності. До них належать: корпоративні кодекси (як сукупність правил спілкування); «карти етики» (набір етичних рекомендацій, які конкретизують етичні кодекси для кожного співробітника організації); комітети або певні спеціалісти, які визначають етичну політику та вирішують негайно етичні проблеми, які виникають у професійній практиці [7, с. 92–120].

Для кожної професії, як і для життя конкретної організації, існують свої прийоми або практики відокремлення моральних цінностей та проголошення їх як головних, але можна зазначити й такі, які мають міжнародне поширення. Це створення комітетів з етики, проведення соціальних ревізій, тобто готування звітів про етичність ведення професійної діяльності, навчання співробітників етичній поведінці на спеціальних курсах, що підвищують професійну культуру, а також особистий внесок керівника [11].

Моральні відносини є важливими не самі собою, а в контексті конкретних соціальних завдань, що стоять перед людьми. Тут моральна сторона будується на передбаченні і прогнозуванні того, як впишуться конкретні вчинки конкретних людей в значущі події і як відобразяться на них.

Слід особливо зазначити, що в кодексах корпоративної етики позначені ті принципи та цінності, які відображають регулятивну основу в професійних або взагалі трудових відносинах. У публічному просторі суспільства особливої значущості набуває принцип відкритості, тобто розуміння та демонстрації основних цілей організації. В діяльності організацій та міжособистісних контактах домінує принцип гідності, який виключає будь-які виявлення приниженості людини. У відносинах організаційних структур головна увага спрямована на реалізацію

принципів співучасті, тобто втілення ідей «спільної справи» та принципу доповнюваності (розмежування вирішення будь-якої проблеми, «невтручання» керівних структур і їх функціонування не за принципом всесилля, а за принципом доповнення)».

Дотримання співробітниками основних моральних принципів та правил поведінки впливають на репутацію їх професії і організації. Привертає увагу, що саме сьогодні отримують нове наповнення такі поняття, як «авторитет», «репутація» та «імідж».

Термін «авторитет» (з лат. – гідність, сила, влада) почав використовуватися для зазначення влади сенату в Давньому Римі на відміну від влади інших органів управління. Існують різновиди авторитетів залежно від суб'єкта і окремих соціальних структур, а саме: демократичний, харизматичний, кримінальний, професійний, службовий, родинний тощо. В такому контексті поняття «авторитет» збігається з поняттям «репутація», яке вказує на громадську думку про кого завгодно або про що завгодно. Репутація як суспільне явище функціонально пов'язана з довірою до людини, професіонала, організації або компанії. Цим явищем виражають довіру та надійність, тому що за ними стоїть запорука минулого. У демократичних умовах репутація соціальних суб'єктів залежить уже не стільки від їх особистих рис, скільки від ступеня компетентності, професіоналізму, ділової активності і тих моральних якостей, які необхідні для виконання безпосередніх обов'язків.

Слід охарактеризувати ще один засіб або інструмент комунікації, який спрямовано на місце у публічному просторі та «життя в помислах інших», за словами А. Шопенгауера, це – імідж. Імідж являє собою стійкий образ дійсності, який виникає в індивідуальній та масовій свідомості, як копія, символ, зразок. Головна функція іміджу – цілеспрямовано впливати на людей і таким чином прогнозувати їх емоційний стан, можливі дії та вчинки.

У цей час моральна культура, яка зараз поширюється та актуалізується, знаходиться під помітним впливом існуючих засобів масової інформації та публічності. Такі виявлення соціальної комунікативності мають неперевершену здатність не тільки зберігати, але й трансформувати інформацію про моральне належне у професійній діяльності. Засоби масової інформації введено в загальний процес виховної й освітньої стратегії щодо залучення до моралі через ознайомлення, наочність, навіювання. Разом із тим мас-медіа здатні і до протилежного – завдати шкоди культурі поведінки та спілкування,

потаючи спрощенню звичаїв, а інколи сприяти їх руйнуванню. Цілий ряд сучасних програм віддають перевагу особистому життю над суспільно значущим. Приватне життя може бути об'єктом уваги мас-медіа, де результати професійної діяльності фармацевта, будівельника, лікаря, психолога та інших, їх поради набувають особливого значення, мотивують поведінку людини і наповнюють її інформаційний потенціал і таким чином мотивують дії та вчинки. Засоби масової інформації і перш за все реклама та зв'язок із громадськістю зосереджують увагу на професійній діяльності і таким чином підвищують її авторитет або, навпаки, руйнують його. Так, у гонитві за стійким інтересом споживача на огляд та обговорення публіки виносять продукцію мас-медіа, що не ствердилася як істинна, необхідна, значуща. Інтимне, особистісне і сакраментальне стають предметом уваги широких прошарків населення без урахування віку, статі і всього того, що належить до вульгарного, низького. При цьому відсутні моральні судження і оцінки. Частіше за все мова моралі в сучасній продукції мас-медіа не завжди присутня. Факти й готові стереотипи вчинків і дій, укладені в короткий проміжок часу, змінюючи один одного, не викликають почуття причетності, обґрунтованого принципу, моральної оцінки. Продукція ЗМІ має можливість спотворювати інформацію та руйнувати відносини взаємності співрозмовників, залишає суб'єкта сам на сам із поставленою проблемою, перед якою буває важко встояти поодиноці. Все це може позитивно і негативно впливати не тільки на авторитет професії в цілому, але і на репутацію її представників.

Калейдоскоп подій, який присутній в продукції мас-медіа, може завдавати шкоди як морально-раціональному, так і морально-емоційному. Сфера морально-психологічних прагнень і переживань припускає тривалість, розмірність відносно того, що відбувається. Це визначає їх стійкість і продуктивність, дозволяючи стати змістом душевного складу людини. Факти, готові стереотипи, укладені в короткий проміжок часу, не встигають стати предметом осмислення, не викликають почуття причетності й обґрунтованих оцінних суджень. Спілкування через мас-медіа, підміняючи живе спілкування, обертається моральним відчуженням та індиферентизмом.

Звільняючись від моралі, ЗМІ у своїх окремих програмах звільняються і від етикету. Стійкі вербальні та візуальні втілення добра і зла, честі й позитивної якості, обов'язку і совісті та їхнє перетворення на

чемність, делікатність, увічливість не відображуються ні в головних акцентах продукції, ні в концептуальних обґрунтуваннях. Приватні проблеми зводяться до публічного проголошення, набуваючи статусу загального, загальноприйнятого, незаперечного.

Через те, що декларується й демонструється, мас-медіа відіграє роль диктатора у проблемах моральної культури, наділяючи значущістю те, що таким не є. Саме тому особливою популярністю користуються передачі або статті, наповнені непристойними анекдотами, чутками, плітками. Суєтність життя, марність стають предметом уваги, обговорювання, зведення в сенс існування без орієнтації на стать, вік, смак, пріоритет. Мас-медіа в погоні за залученням уваги і успіхом негласно звертаються до вседозволеності, в той час як етикетна нормативність з моменту свого виникнення була орієнтована на обмеження, регламентацію всього різновиду соціальної активності. Стирання меж між пристойними та непристойними ЗМІ має цілий ряд передумов, починаючи від запитів часу, політичних прагнень, економічних інтересів і закінчуючи відсутністю моральних принципів і професійної етики представників ЗМІ.

### **1.5. Професійна етика в моральній спрямованості людини та суспільства**

Професійна етика досліджує специфіку моралі в межах професійної діяльності. Слово «професія» – латинського походження, означає «оповіщаю своїм ділом». При цьому діло не аби яка активність, це – священнодійство. Професійна етика характеризується як прикладна. Вона є системою моральних вимог, норм і принципів, які регулюють поведінку фахівця в його спеціальній роботі відносно колег і широкого кола людей, з якими він спілкується як професіонал, та й суспільства в цілому.

Під професійною етикою прийнято розуміти історично сформульовану сукупність моральних приписів, норм, кодексів, оцінок, наукових теорій про обов'язкову поведінку представника певної професії, його моральні якості, що виходять із соціальних функцій і обумовлені специфікою трудової діяльності.

Професійна етика є конкретизацією загальних етичних норм, викликаних до життя не тільки специфікою існування загальних моральних принципів, але й їх упровадженням у життя професійних колективів. Наявність специфічних відносин між людьми в професійних групах формує змістовні межі понять моральної свідомості професіонала та мотиви його

вчинків. За своєрідністю цілей і завдань тієї чи іншої професії, які породжуються різними соціальними умовами, в них є сталі елементи, що виходять із самої природи професійної діяльності. Моральні якості професіонала, які формуються або закріплюються умовами праці та особливістю спілкування між співробітниками, стають, у свою чергу, показниками професійної придатності. Види професійної моралі і відповідно професійної етики значно розрізняються, тому відносно самостійно існують політична етика, дипломатична, педагогічна, а також етика лікарів, учених, журналістів і т. д.

До представників людиновимірних професій етика, як і суспільство в цілому, ставлять особливо підвищені моральні вимоги. Таким чином, професійна етика показує потреби суспільства в гуманістичних орієнтирах фахівців, які спрямовані на об'єднання інтересів у діях і вчинках окремих робітників з інтересами суспільства та являють собою поступовий розвиток культури.

Професіонал сьогодні – це людина, яка має глибокі знання стосовно конкретної історично визначеної діяльності, високі кваліфікаційні показники, спеціальну освіту, яка підтверджена дипломом фахівця, працюючого за спеціальністю. В буденній свідомості поняття «професіонал» асоціюється з майстерністю та високою якістю діяльності, має позитивну моральну оцінку і досвід роботи.

У моральному оцінюванні професіонала існує погляд на професійну діяльність як на покликання. Професія як покликання виявляється в абсолютній відданості її представників справі, якій вони присвятили своє життя, свої здібності й талант, які ототожнюють професійну діяльність зі змістом життя і особистим щастям. З поняттям покликання в професійній діяльності пов'язано поняття подвигу. Здійснити подвиг означає виконувати професійний обов'язок на межі особистих можливостей, незважаючи на ризик втрати здоров'я, а мабуть, і життя. Суспільство прославляє таких представників професії, увічнює пам'ять про їх трудові подвиги в назвах вулиць, кораблів, в присвоєнні їх імен соціальним інститутам, вузам і закладам. Значну роль в отриманні особливого авторитету професії відіграє мистецтво. Воно не тільки прославляє своїх представників як видатних діячів (скульпторів, композиторів, режисерів, акторів), героями художніх творів стають видатні представники й інших професій: інженери, лікарі, педагоги, архітектори.

У наш час професійна спільнота консолідується, створює кодекси, хартії, декларації, організує проведення засідань, конференцій, де розглядають проблеми етики фахівці різних професійних напрямів.

Виникнення професіоналізму пов'язано з розподілом праці. В давній період історії розвиток ремесел, наук, мистецтв був пов'язаний із сакралізацією у формі міфів про богів, які навчили людей певним видам діяльності, наприклад, Діоніс – виноробству, Артеміда – полюванню, Аполлон – мистецтвам і т. д. Місце і роль богів на Олімпі допомагали зрозуміти значущість та цінність кожного виду діяльності. В стародавньому світі попередниками ремісничих цехів були громади, союзи. Так, представники піфагорійського союзу мали уявлення про значення колегіальності та взаємної допомоги, професійної тайни, піклування стосовно престижу і обов'язку. Тоді виникла думка про те, що професіоналізм передбачає глибокі знання та широкий кругозір. Так, Арістотель в своїй праці «Політика» звернув увагу на те, що серед людей, які мають відношення до медицини, є три типи: практикуючий лікар, творчий дослідник, який знайомить практика зі своїми висновками, та будь-яка освічена в медицині людина. І додає, що такий розподіл існує і для інших спеціальностей. Слід зазначити, що саме в медицині вперше виникли уявлення про несумісність лікування зі зловмисним використанням довіри хворого, маніпулюванням його волею; необхідність турботи про недопущення болю, якого можна уникнути. Такі вимоги склалися в кодекси, устави професіональних союзів та об'єднань.

В епоху Середньовіччя професіоналізм отримав нові моральні вимоги завдяки виникненню християнства та необхідності «працювати для Бога», і в цьому була причина одержання високої якості результатів праці і розповсюдження професійних технологій в просторі культури. В зв'язку з будівництвом храмів з'явилась потреба в діяльності зодчих, каменярів, ковалів, столярів і представників інших ремесел і мистецтв. Наслідкування встановленого зразка «дому Бога» та «писання Лику» обумовили приклад, а потім і канонічність не тільки в ремеслах, але й культурі в цілому. Поступово зростає авторитет майстра не тільки як створювача речі або продукту, але перш за все і гаранта їх якості. Майстер мав право мати учнів і таким чином передавати не тільки свою майстерність, але й її моральні складові, що впливали на його репутацію.

Середньовічні традиції піднесеного відношення до праці отримали подальший розвиток в епоху Відродження у формі викриття моральних пороків і схвалювання моральної доброчесності. Поширення норм



релігійного життя на труд і побут впливало на формування гуманізму як морального принципу. Крім того, на думку М. Вебера, протестантська етика не тільки позитивно вплинула на становлення «духу капіталізму», але й на переосмислення терміна «професія», який до Реформації використовувався тільки для визначення діяльності священників. Після Реформації «професією» стали називати усякий вид спеціальної діяльності.

У Новий час (XVII – XVIII ст.) професіоналізм отримав статус морального принципу як основного принципу етики бізнесу (ділової етики) і став означати розуміння роботи як обов'язок, повагу і довіру до інших професій, енергійність, творчість, прагнення до нового, постійне підвищення кваліфікації, повагу до колег, співробітництво і взаємодопомогу в межах професійного цеху, працелюбність і здоровий образ життя.

В індустріальному та постіндустріальному суспільстві розвиток техніки, ЗМІ, поглиблення процесу розподілу праці веде до ускладнення багатьох традиційних професій, появи нових. У наш час усі професії розподіляють за головним предметом праці та її особливостями (класифікація Є. Клімова): жива природа (ветлікар, біолог та ін.); техніка (нежива природа та її системи (інженер, пілот та ін.); знаки та символи (програміст, бухгалтер, перекладач та ін.); художні образи (митці, актори, дизайнери та ін.), люди (вчитель, лікар, менеджер). Разом із цим існує шість професійних типів особистостей (за Дж. Голландом): реалістичний (практичний), тобто працює руками та має намір отримувати швидкий результат; інтелектуальний, який передбачає розумову діяльність, творчість, ерудицію; соціальний тип, який виявляє себе в умінні спілкуватися, підтримувати контакти між людьми; конвенціональний, або стандартний, який демонструє себе як дисциплінованого, старанного працівника; підприємницький тип характеризується як енергійний, ініціативний, той, хто прагне до лідерства; артистичний тип – це емоційний, фантазерський, маючий яскраве уявлення.

Належність до багатьох професій передбачається суворим відбором претендентів. Це такі професії, які потребують абсолютної професійної придатності.

### **Контрольні запитання**

1. Який зміст мають поняття «етика» і «мораль»?
2. Чи існують відмінності етики теоретичної від практичної й нормативної?

3. У чому полягає моральна спрямованість професії?
4. Розкрийте етичний потенціал професійної діяльності.
5. Зазначте головні риси етики у діловому спілкуванні та корпоративній культурі.
6. Яка роль належить авторитету, репутації та іміджу в професійній діяльності?

### **Рекомендована література**

1. Анчел, Е. Этнос и история / Е. Анчел. – М.: Прогресс, 1988. – 126 с.
2. Аристотель. Никомахова етика / Сочинения . В 4 т. Т. 4.– М.: Мысль, 1984. – С. 53–205.
3. Гусейнов, А. А. Этика: учебник / А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян. – М.: Гардарики, 1998. – 472 с.
4. Дружилов, С. А. Психология профессионализма. Инженерно-психологический подход / С. А. Дружилов. – Харьков : Гуманитарный центр, 2011. – 296 с.
5. Йонас, Г. Принцип ответственности. Опыт этики для технологической цивилизации / Г. Йонас. – М.: Айрис-пресс, 2004. – 480 с.
6. Малахов, В. Этика : курс лекцій / В. Малахов. – 2-е вид., перероб. і доп. – Київ : Либідь, 2000. – 384 с.
7. Этика ділового спілкування: курс лекцій / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осечинська. – Київ : МАУП, 1999. – 203 с.
8. Герет, Т. М. Этика бізнесу: пер. з англ. / Т. М. Герет, Р. Д. Клонські. – Київ, 1999. – 214 с.
9. Петрунин, Ю. Ю. Этика бизнеса / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. – М.: Дело, 2000. – 120 с.
10. Назаров, В. Н. Прикладная этика: учебник / В. Н. Назаров. – М.: Гардарики, 2005. – 302 с.
11. Оссовская, М. Рыцарь и буржуа. Исследования по истории морали / М. Оссовская. – М.: Прогресс, 1987. – 528 с.
12. Проценко, О. П. Деловое общение как предмет философско-этического знания / О. П. Проценко // Гуманітарний часопис: зб. наук. пр. – Харків : ХАІ, 2016. – № 2. – С. 21–26.
13. Протанская, Е. С. Профессиональная этика. Моральная пропедевтика делового поведения: учеб. пособие / Е. С. Протанская. – СПб.: Алетейя, 2003. – 288 с.

14. Рихліцька, О. Д. До питання корпоративної етики в сучасній організації / О. Д. Рихліцька // Гуманітарний часопис: зб. наук. пр. – Харків : ХАІ, 2011. – № 1. – С. 89–97.

15. Руда, Н. Г. Інституалізація моралі в контексті прикладної етики / Н. Г. Руда // Гуманітарний часопис: зб. наук. пр. – Харків : ХАІ, 2008. – № 1. – С. 118–124.

16. Сальникова, Л. С. Имидж и репутация: символы или реальность? / Л. С. Сальникова // Философские науки. – № 3. – 2007. – С. 130–141.

17. Эмос / Этика: Энциклопедический словарь. – М.: Гардарики, 2001. – С. 600–601.

## **2. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЕТИЧНОЇ ДУМКИ**

### **2.1. Становлення етичного знання. Етика античності**

На початковому етапі розвитку філософської думки вчення про мораль є невід'ємним від гносеології й онтології. Сферу соціально-етичного життя розглядають залежно від загального космічного порядку. Разом із цим вона поступово визначається як самостійна проблематика, пов'язана з виявленням духовних якостей особи, її нормативним зразком (ідеалом) і питаннями співвідношення фактичної життєдіяльності індивіда, його способу життя.

В історії європейської філософії ця стадія подана Анаксимандром, Гераклітом, піфагорійцями та іншими мислителями античного суспільства.

У своїх етичних поглядах мислителі швидше фіксували факти морального життя і обґрунтовували необхідність і розумність деяких із них. Свої дослідження вони втілювали не в абстрактно-теоретичну форму, а в приписи, вислови, афоризми. Наведена таким чином філософська думка мала не тільки значення, але й емоційне навантаження, завдяки чому ставала більш доступною для розуміння та запам'ятовування. Згодом до таких варіантів викладення етичного знання будуть постійно звертатися мислителі всіх часів і народів.

Антична етика, починаючи з Демокріта, переважно є вченням про чесноти. Головна увага мислителів звернена до феномена моральної особи, до виявлення тих якостей, які вона повинна мати, стаючи суб'єктом моральної діяльності. Особа, що має певний моральний потенціал і етичну обізнаність, на думку мислителів, має відчувати

задоволення від свого способу життя (відчувати себе щасливою – Демокрит, Епікур), бути активною і відповідальною як за окремий свій вчинок, так і за життєву стратегію в цілому (Арістотель). Мислителі обґрунтовували необхідність формувати такі якості, як мужність, помірність, справедливість та інші, управляти емоціями і пристрастями, виходити з єдності власних прагнень з інтересами сім'ї та держави.

У процесі свого розвитку стародавня етика досягла рівня створення етичного образу, що втілюється в ідеї мудреців.

Концептуальний аналіз зовнішньої форми моральної діяльності вперше здійснив давньогрецький філософ Арістотель, засновник етики як самостійної області філософського знання. На його думку, досягненню життєвих інтересів особистості – успіху, визнанню, щастю – у більшій мірі сприяють правильні вчинки, які залежать від добродетності, особливого стану душі людини, її здібності вибирати найкращий спосіб дій та володіти практичними навичками поведінки. Добродетель виявляється в різних рисах характеру чи схильностях, які Арістотель визначає як чесноти. Саме вони в сукупності й визначають лінію поведінки людини. Чесноти не є однаковими за своїм значенням та функціонуванням. Вони складають моральну визначеність людини, впливають на формування її ціннісних орієнтацій. Це сталі якості особистості, які іманентно присутні в кожній здійсненій нею дії. З десяти виділених Арістотелем чеснот одні (мужність, розсудливість, пишнота, величність, честолюбство, щедрість) виявляють тенденцію життєдіяльності, інші (рівність, правдивість, дружелюбність, люб'язність) належать до поведінкової сторони моральної практики і визначають манери людини та спосіб її дій. Тут є наявна спроба мислителя зрівняти та розмежувати у моральних процесах змістовне та формотворне, приховане та явне, загальне і часткове.

Арістотель справедливо зауважує, що моральна діяльність є неоднозначною, вона зазнає коливань і змін. Форми її виявлення різноманітні. Філософ указує принципи, дотримуючись яких, можна уникнути відхилення від належної поведінки. Це перш за все знання міри добродетності, яка завжди і в будь-якому випадку є серединою між наміром і неспроможністю. Крім того, необхідною передумовою правильних вчинків є найважливіша схильність душі – розсудливість. Досконала поведінка, на думку мислителя, формується тоді, коли не пристрасть, не афект, не прагнення до втіхи, а розум стає її стимулом. Спираючись на це, Арістотель робить висновок, що вся

відповідальність за здійснені вчинки покладається на конкретного носія чеснот. У результаті моральність особистості є гарантією довершеної діяльності.

Вихованню такту, доброго тону чи формуванню чеснот, які сприяють спілкуванню людей, Арістотель надає особливого значення. Філософ переконаний, що чесноти, які визначають зовнішню форму поведінки, закріплюються не завдяки знанням, а через звичку. Гарні манери є результатом досвіду спілкування. Постійною практикою людина виробляє в собі усталену потребу бути правдивою, ввічливою, люб'язною.

## **2.2. Середньовічна етика та релігійна мораль**

Етична думка Середньовіччя в своєму розвитку неоднорідна, проте завжди вона пов'язана з релігією, в європейській традиції – з християнством.

Основною проблемою, з якою пов'язана філософська думка Середньовіччя, була проблема зв'язку людини і Бога, яка знайшла втілення в осмисленні співвідношення людського розуму і віри, а в етичній інтерпретації – співвідношення визначення і свободи волі.

У ранній період Середньовіччя завдання етики полягало в проникненні в духовне єство біблійного навчання і виведення моралі з її основних постулатів. Для представників етичної думки цього періоду Орігена і Тертулліана найактуальнішою була проблема морального зла, пов'язаного із здатністю людини як розумної істоти до «споглядання доброго і ганебного» (Оріген).

Принципи гріхопадіння людини укладені в свободі його духу. На думку Тертулліана, свавілля є причиною зла. Позбавлення від гріха і подолання морального зла пов'язано, з одного боку, з аскетичним способом життя, а з іншого – з упокорюванням перед Богом. Згідно з Тертулліаном, до упокорювання як основної чесноти входять й інші: вірність, справедливість, терпіння в стражданні, помірність, цнотливість, лякливість.

В етиці Августина буття являє собою синтез духовних цінностей. Поведінка є добродійною тоді, коли вона відображає порядок буття. Причина морального зла полягає в тому, що людина порушує добродійний порядок благ, плутає вищі та низькі, абсолютні й відносні цінності. За допомогою етичної думки періоду патристики біблійний міф зрештою пристосовують до реальної практичної активності

людей. Внутрішній ентузіазм віри і любові до Бога перетворюється на зовнішню благопристойність, регламент повсякденного життя. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває ідея Благодаті, яка відображала особливість нового варіанта етичної теорії, обумовленої схоластиком. Ідея Божої благодаті як достатньої підстави для дотримання заповідей і повчань займає значне місце в міркуваннях Хоми Аквінського. Благодать, на думку філософа, – це дар Божий, який наділяє людину інтуїтивною схильністю до добра. Зрозуміло, що дотримання законів Божих – справа складна і не для всіх є досяжною. Благодать же – це допомога людині, якій не вистачає розуму або волі для точного дотримання Божих заповідей як персоніфікованого втілення етичного ідеалу. Тим самим етика задовольняла соціальне замовлення суспільства, яке полягало в тому, щоб примирити Бога з гріховним світом, а віру – з розумом, щоб наповнити надією мирську діяльність.

У пізньому Середньовіччі єдність інтелектуального пізнання і практичної життєдіяльності конкретизувалася в співвідношенні внутрішнього і зовнішнього в людині (Мейстор, Екхарт), розуму і волі у вчинках (Дунс Скотт).

### **2.3. Етичні погляди епохи Відродження і Нового часу**

В етиці Відродження і Нового часу знайшли відображення ідеї про активність індивіда у виборі своєї життєвої стратегії, організації та будові свого земного, повсякденного існування. Гуманізм і секуляризація дозволили не тільки «заспівати гімн людині» (Піко Мірандола), оголосити її автономною відносно Бога, але й наділити таким моральним потенціалом, який гарантував би їй індивідуальну неповторність, гармонійність, інтелектуальну енергію і заповзятливість. Філософи Відродження виступали за відповідність вчинків особам, часу і обставинам (М. Монтень). Етичний ідеал, або гармонійність природи надається через єдність поглядів із діями (К. Ландіно), насолоди з користю (Л. Валла), краси з чеснотою (М. Фічино), а також надається прагнення до того, щоб володіти тим, чого побажаєш, бути тим, ким хочеться (Піко Мірандола).

У зв'язку з розвитком капіталістичного способу господарювання в епоху Відродження у висловленнях етичних поглядів мислителів з'являються моральні обґрунтування підприємництва і збагачення. Так, наприклад, передумовами досягнення успіху вважалися уміння володіти

пристрастями, позбавлятися заздрості, жадібності, надмірності, що порушують душевний спокій (П. Б. Браччоліні, Л. Б. Альберті).

Новий час і Просвітництво з кінця XVII – початку XVIII ст. ґрунтуються, принаймні, на проблемі обґрунтування суб'єкта як активного і морально діючого, який співвідносить свої дії з інтересами інших і суспільства в цілому. У зв'язку з цим формулюються моральні стратегії, завдяки яким індивіду вдається благополучно об'єднати свої зусилля із зусиллями інших, уникнути «війни всіх проти всіх» (Т. Гоббс), прийти до розумної угоди (конформізму) завдяки терпимості (толерантності).

Представники етичної думки XVII ст. розходяться в трактуванні суті моралі. Т. Гоббс, Р. Декарт, Б. Спіноза обґрунтовують ідею про те, що тільки розум може бути основою моралі. Розум являє собою спосіб упорядкування всього життєвого процесу і, перш за все, моральної діяльності. Розум є головним регулятором поведінки людей, він врівноважує їх пристрасті, гармонізує вчинки. Розумність поведінки одержує схвалення і розглядається як втілення моральних цінностей. Д. Локк, Д. Юм, А. Сміт виводили мораль із природної сутності людини (інстинктів, відчуттів та іншого) і стверджували, що людська поведінка не може визначатися тільки діяльністю розуму, оскільки, здійснюючи вчинки, люди спираються на відчуття і емоції (симпатії й антипатії).

#### **2.4. Етичні погляди представників епохи просвітництва та німецької «класичної філософії»**

У період XVII – XVIII ст. в європейській етичній теорії поширились ідеї освіти. Просвітителі, мислителі, а в їх числі Гельвецій, Гольбах, Мандевіль та інші, стверджували пізнавальну діяльність людини головною умовою її моральності.

Особливе значення в європейській етичній думці XVIII ст. мають дослідження представників німецької класичної філософії І. Канта, Г. Гегеля, Л. Фейєрбаха та інших.

І. Кант розрізняв в етиці теоретичну і практичну спрямованість. Він сформулював основну проблему етичної теорії – необхідність пошуку загального морального принципу, прихованого за різноманітним вдач. Поняття є моральними. За І. Кантом, це означає вийти за межі індивідуально особистісних уявлень про добро і зло, які скуті приватним інтересом окремої свідомості, і виявляються в різноманітті соціальних дій і

вчинків. Вищим принципом у вченні І. Канта є категоричний імператив як предмет узагальнення. Абсолютна вимога ставиться окремому індивіду для реалізації свого і разом з тим загального інтересу.

І. Кант увійшов в історію етичної думки як послідовник раціоналізму та деонтології. Це означає, що принципам розуму та обов'язку він підпорядкував процеси морального життя людини та суспільства. Ця спрямованість його етичних досліджень не могла не виявитися у трактовці зовнішньої форми поведінки: деякі тенденції образу дій І. Кант підносить до статусу загального людського обов'язку. В спілкуванні люди дотримуються різних правил та настанов. Серед них, на думку філософа, принаймні два правила набувають абсолютного значення – необхідність і терпимість. Останнє, в свою чергу, обумовлює всю різноманітність зовнішніх форм поведінки, які найбільш необхідні в людському спілкуванні. До них належать: привітність, дружелюбність, прислужливість, люб'язність та ввічливість.

Характеризуючи правила гарного тону, І. Кант підкреслює їхню принципіальну відміну від моральних норм. Це полягає перш за все в тому, що дотримування правил етикету не потребує жертвування та необхідності кожного разу переборювати себе, це не сприяє благополуччю та не ввергає в нужду. Дотримування правил добропристойності передбачає лише зручність і комфорт у стосунках між людьми.

Добропорядність, на думку І. Канта, – якість суцільно соціальна. Справляючись з певними формами поведінки, людина тим самим стримує в собі інстинктивні дії, приводить їх у відповідність до морального закону. Більше того, вона стає більш цивілізованою та досконалою.

У своїх міркуваннях І. Кант виходить за межі інтересів окремого індивіда. Він показує вселюдське значення правил гарного тону. Дотримання цих правил сприяє авторитетності окремої особи та гармонізує відносини між людьми.

Порівняно з І. Кантом Г. Гегель здійснив перехід від етики доброї волі до етики соціально-змістовної діяльності історично вагомих вчинків. У філософії Гегеля істотне значення має розмежування понять моралі й моральності, що приводить до виявлення двох сфер – індивідуальної волі, моральної рефлексії актуалізованих індивідів і звичаїв як прийнятих норм справедливості. Таким



чином, мораль отримує свідому моральність продовження в інших суспільних сферах – родині, громадянському суспільстві, державі. Етика Л. Фейєрбаха на відміну від етики І. Канта і Г. Гегеля – етика щастя. Умовою його досягнення є спілкування як єдність людини з людиною, в якому й виявляється прагнення до щастя, тобто до задоволення. Чуттєвість людини в тлумаченні Л. Фейєрбаха – суспільна, оскільки вона можлива тільки через відчуття іншої людини, через любов людини до людини, яка зумовлює солідарність й рівність людей.

## **2.5. Філософія моралі в XIX – XX століттях**

Етику XIX ст., як і філософію цього періоду в цілому, прийнято називати неокласицизмом. На перший план виходять антропологічні й культурологічні проблеми, які оригінально вплинули на тлумачення моралі. В етиці XIX ст. можна визначити декілька підходів до вирішення моральних проблем: оновлення ортодоксальних вірувань у контексті соціальних змін, обумовлених наукою і технікою (Ф. Достоєвський, Л. Толстой, Л. Шестов, М. Бердяєв та ін.), створення нових систем, які відображають єдність творчого потенціалу людини, зв'язку раціоналізму з духовними та соціокультурними трансформаціями (К. Маркс, О. Конт, І. Бентам, А. Шопенгауер, Ф. Ніцше та ін.).

Тенденції, що склалися в етиці XIX ст., розвиваються і в XX ст. Триває розвиток науково-раціоналістичних напрямів в етиці (позитивізму, прагматизму), які виходять з німецької класичної філософії і зосереджуються на питаннях, безпосередньо пов'язаних із науково-технічним прогресом та методологією природознавства. Це вплинуло на те, що етика начебто вийшла за межі власне науки.

Виникають нові системи ірраціоналістичної етики: психоаналіз, персоналізм, екзистенціалізм та ін. Удосконалюються з урахуванням прогресу в науці й техніці вже існуючі релігійно-етичні течії – неопротестантизм, неотомізм. Філософія моралі XX ст. – це не тільки сфера роздумів, предметом яких стають її теоретичне тлумачення та нормативність, опис конкретних форм виразу й існування. Філософія моралі зосереджує увагу на певних сферах людського життя. Етика як теоретичне визначення моралі набуває нормативного характеру та

методологічної спрямованості (емотивізм, аналітична й гуманістична етика, прагматизм, психоаналіз та інше).

В етиці ХХ ст. філософи спрямовують свої зусилля не стільки на те, щоб побудувати рай на землі, скільки на те, щоб не ускладнити соціальні, економічні, екологічні умови суспільного існування на землі. Філософсько-методологічна теорія моралі, яку в ХХ ст. називають метаетикою, стосується проблем, пов'язаних з аналізом мови моралі, дослідженням значення моральних термінів і суджень. Головне завдання аналітичної філософії позитивізму полягає в розробленні строгих критеріїв науковості, розмежуванні насправді наукових розробок і псевдонаукових релігійно-міфологічних будов.

Для дискредитації релігійно-міфологічних тлумачень моралі філософи-емотивісти використовують принцип верифікованості, відповідно до якого будь-яку істину, наукову теорію завжди можна емпірично (дослідно) перевірити, що є одним із найважливіших критеріїв оцінювання її науковості (Б. Рассел, А. Айер, Р. Карнап, Ч. Стівенсон). Нормативні ж судження на зразок «це – добре, а це – зле», з яких переважно складається етика, не верифікуються. Вони відображають не реальний стан речей, як, наприклад, закони фізики, а лише емоційні уподобання звичайної людини чи релігійного проповідника.

Ще один різновид позитивної інтерпретації проблем моралі в межах раціоналістичного підходу – етика прагматизму, яка виникла в США наприкінці ХІХ ст. Її засновник Ч. Пірс – американський філософ, логік і математик – виступив з критикою ірраціоналізму, який абсолютизував моральні цінності як довічні й незмінні. У сфері етичних основ прагматизм заперечує наявність моральних абсолютів і орієнтує людину на доцільність або практичну користь як головний критерій моральності. Зокрема, для прагматистів на перший план виходили пошуки шляхів зменшення людських страждань і поширення соціальної рівності. Ця мета, на їх думку, є надбанням суто людської еволюції. Вона також заперечує наявність чи втручання трансцендентних сил. Американський філософ, засновник філософії «інструменталізму» Д. Дьюї зазначає, що людина постійно виконує конкретні завдання з досягнення цілей, які відповідають її вольовим імпульсам. Роль розуму при цьому полягає у виборі адекватних засобів, що приводять до досягнення мети (інструменталізм), у знаходженні правильного типу дій, які гарантують благо. Ці засоби та дії є моральними.

Німецький філософ М. Шелер розробляв феноменологічну теорію цінностей та феноменологічну етику. Прагнучи подолати суб'єктивно-релятивістський та формалістський підходи до цінностей, М. Шелер наголошував на їхній об'єктивній природі: подібно до математичних істин і реальних речей цінності є цілковито незалежними від суб'єкта.

У відбудованій ним ієрархії цінностей (природа якої також об'єктивна) вирізняються чотири головних підрозділи цінностей: гедоністичні, вітальні, духовні (естетичні, етичні, епістемологічні) та релігійні. Осягнення їх, на думку філософа, відбувається не раціональним шляхом, а інтуїтивно. Об'єктивна ієрархія цінностей була для М. Шелера основою етики. Якщо знаємо, що є добрим і що кращим, то знаємо також, як слід діяти, – одне впливає з іншого. Етика у такому розумінні стає об'єктивною та загальнообов'язковою на протигагу релятивістській етиці, що визнавала в цінностях тільки суб'єктивні реакції людських індивідів.

До ірраціоналістичної групи етико-філософських учень належить психоаналітична етика. Засновник психоаналізу З. Фрейд людину трактував переважно як біологічну істоту з притаманними їй потягами до задоволення й агресії, а культуру – як чинник, що блокує ці біологічні поривання людини. З. Фрейд розкрив механізм взаємодії несвідомого і свідомого. Людську психіку він розглядав як динамічну систему, що складається з «Воно», «Я» і «Над-Я». «Воно» – біологічні поривання людини, націлені на задоволення, з нехтуванням нормами культури. Будучи блокованими ними, «Воно» виявляється у снах, неконтрольованій фантазії. «Над-Я» – засвоєні людиною ще з дитячого віку моральні норми, культурні цінності, які стали регулятивними чинниками її свідомості (совість як громадський контролер у людині). «Я» знаходиться мовби затисненим між цими крайніми полюсами – біологічним і культурним. Його функція полягає в усуненні протиріччя, пошуку шляхів цивілізованого задоволення біологічних потреб.

Культуру З. Фрейд інтерпретує як репресивну силу. Людині, на його думку, від природи притаманні потяги до інцесту (кровозмішення), канібалізму (людожерства) та кровожерності (прагнення вбивства). Культура наклала табу (заборону) на ці потяги. Еволюція людини полягає

в тому, що зовнішні заборони поступово засвоюються і стають внутрішніми нормами.

Наступним етапом фрейдизму став неофрейдизм, засновником якого став психолог Е. Фромм. Проблеми свого існування, на думку Е. Фромма, людина вирішує шляхом або деструктивізму, або конформізму. У першому випадку людина знищує, руйнує все те, що поза нею, як зовнішню причину свого внутрішнього стану; у другому – людина відмовляється від свого внутрішнього стану «Я» через «розчинення» себе у масі, юрбі. Проте, на думку Е. Фромма, любов має вирішувати ці проблеми, оскільки любов є критерієм буття як способу життєдіяльності. В процесі оволодіння мистецтвом любові відбувається зміна характеру людини, в результаті чого повага до життя, почуття ідентичності, зацікавленість в єднанні зі світом сприяють переходу до гуманістичного духу. Позитивним типом особистості є такий, для якого характерні продуктивна орієнтація й творча діяльність. Любов, творчість, відповідальність – необхідна моральна позиція людини в цьому світі, якщо вона прагне зберегти світ для себе й для майбутніх поколінь. Перспективу людського розвитку філософ вбачає у перетворенні сучасного «хворого суспільства» шляхом створення умов для самовдосконалення і реалізації творчого потенціалу людини на основі домінування любові до життя.

Філософія «існування», що виникла в 20-ті роки ХХ ст., набула особливої популярності після Другої світової війни, залучаючи до кола своїх прихильників широкі прошарки населення західноєвропейського суспільства. Втрачене, розчароване західне суспільство шукало духовної опори. На цій основі й сформувався самостійний напрям – екзистенціалізм (М. Гайдегер, К. Ясперс, Ж.-П. Сартр, А. Камю, Г. Марсель, С. К'єркегор, М. Бердяєв, Л. Шестов).

Слід відзначити тематичну обумовленість, яка зосереджується на сенсі життя (долі людини, смерті, втраті сенсу, виборі, провині тощо). Філософування з приводу цих проблем устанавлюється всупереч академічним канонам, набуваючи незвичної для класичного мислення рухливості, художності. Крім того, істинність у цьому процесі філософської творчості пов'язується не з наслідками науково-теоретичного пізнання, а із суб'єктивними станами

свідомості, відображення в почуттях, емоційних переживаннях переважно негативного спектра – відчаю, страху, тривоги, смутку, нудьги, відрази. Лише в такому випадку «переживання» перетвориться на можливість побачити або відчутти світ, яким він є, яким він існує для смертної людини.

Серед релігійних напрямів в етиці слід виділити неотомізм і неопротестантизм. Неотомізм – офіційне вчення католицької церкви. Серед найвідоміших представників неотомізму слід назвати Ю. Бохенського, Ж. Марітена, Е.- А. Жільсона, К. Войтилу (Іоанна Павла II). Етика неотомізму виходить з того, що джерелом моралі є Божий розум, який визначає моральні вимоги до людини. Головною причиною морального зла є відступ від норм релігійної моралі. Моральність людини пов'язана із безумовним виконанням «Божого закону», який є єдиним дороговказом до «вічного блаженства на тому світі», морального самовдосконалення. Так, у розумінні Ж. Марітена, людина як індивід підпорядковується суспільству, в якому вона живе, в той час як особистість, що має безсмертну душу, наділена здатністю трансцендентувати суспільні стосунки. Згідно з Ж. Марітенем, суспільство має усвідомлювати високе призначення людини на персональному рівні й створювати для цього належні умови. Концепція людини Ж. Марітена є різновидом християнського персоналізму.

Сучасна етика розширює межі аналізу креативно-продуктивних сфер діяльності, є соціально-комунікативним підходом до моралі та культурних форм поведінки взагалі. Комунікативна практична філософія К.- О. Апеля, Ю. Хабермаса, Ф. Фукуями, М. Фуко та інших ставить і вирішує етичні проблеми, пов'язані з виявленням нового змісту, щодо незмінних за значенням категорій – «справедливість», «відповідальність», «довіра», «підприємство».

Представники цього напряму характеризують моральну нормативність як універсальний спосіб спрямовувати дії людей на вирішення глобальних проблем сучасності. В контексті комунікативної філософії звертає на себе увагу етичний дискурс як прикладний метод раціоналізації та формалізації вчинків і дій.

Для дослідження культурних форм поведінки особливої актуальності в наш час набуває комплементарна етика. Як вихідний метод

дослідження запропоновано принцип додатковості. Цей принцип узгоджується з умовою, що природу моралі можна зрозуміти, не відокремлюючи її від інших феноменів соціального життя, а, навпаки, поєднуючи з ними.

### Контрольні запитання

1. Назвіть головні етичні проблеми античності.
2. Розкрийте основні положення середньовічної етики.
3. Укажіть особливості морально-етичних учень епохи Відродження.
4. Назвіть представників й основні положення етичної думки Нового часу і Просвітництва.
5. Які основні тенденції існували в етичній думці німецької класичної філософії?
6. Які концепції в розвитку етичної думки були поширені у ХХ–ХХІ століттях?

### Рекомендована література

1. Апель, К.-О. Этноэтика и универсалистская макроэтика: противоречие и дополнительность / К.-О. Апель // Політична думка. – 1994. – С. 85–92.
2. История этических учений: учебник / под ред. А. А. Гусейнова. – М.: Гардарики, 2003. – 911 с.
3. Гусейнов, А. А. Краткая история этики / А. А. Гусейнов, П. Ирлитц. – М.: Мысль, 1987. – 589 с.
4. Иванов, В. Г. История этики Древнего мира / В. Г. Иванов. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1980. – 222 с.
5. Майоров, Г. Г. Этика в средние века / Г. Г. Майоров. – М.: Знание, 1986. – 34 с.
6. Ларіонова, В. К. Історія етичних учень: навч. посіб. / В. К. Ларіонова. – Івано-Франківськ : Гостинець, 2004. – 192 с.
7. Лаэртский, Д. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов / Д. Лаэртский. – М.: Мысль, 1986. – 574 с.
8. Мур, Дж. Э. Принципы этики / Дж. Э. Мур. – М.: Прогресс, 1984. – 267 с.

9. Фуко, М. История сексуальности: забота о себе / М. Фуко. – Киев : Дух и літера, 1998. – 288 с.

10. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2000. – 379 с.

11. Эко, У. Пять эссе на тему этики / У. Эко. – М.: Астрель, 2012. – 102 с.

### **3. ЕТИЧНІ КАТЕГОРІЇ ТА МОРАЛЬНА СВІДОМІСТЬ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДЕЙ**

#### **3.1. Загальна характеристика категорій і понять в етичному знанні**

Основні поняття моральної свідомості й категорій відображають найістотніші сторони і елементи моралі, теоретичний апарат етичної науки. Відмінність понять моральної свідомості й етичних категорій полягає в тому, що поняття «моральна свідомість» характеризує життя в його безпосередній різноманітності, а в категоріях етики – в абстрактно-теоретичних узагальненнях в універсальному становищі. Категорії етики відображають еволюцію моралі, фіксують різні рівні, сфери, узагальнюють практику моральних відносин і стану моральної свідомості. Категорії етики об'єднують у певну цілісну систему з єдиним принципом побудови.

Конкретний зміст категорій етики, їх логічна форма та місце кожної з них у загальній системі абстракцій змінювалися в історії етичної думки залежно від розуміння природи моральності. В історії етики основними категоріями звичайно вважали поняття блага і добра, а також поняття честі, совісті й деякі інші. Прихильники раціоналізму в етиці прагнули побудувати строго впорядковану систему, в якій кожна категорія етики визначалася б через інші, більш загальні. При цьому одні філософи вважали основоположним благом (Платон) і виводили з нього всі інші категорії, а деякі – поняття обов'язку (Кант). Автори таких систем дійшли висновку, що між категоріями етики не існує взаємозумовленості. Прихильники деонтологічного інтуїтивізму, наприклад, стверджують, що між поняттями добра і обов'язку не може бути логічного зв'язку. Проте система категорій цілісно відображає структуру функції самої моралі.

У процесі вивчення специфіки етичних категорій треба окреслити нормативно-оцінний та ціннісно-орієнтовний аспект їх змісту. Традиційні етичні категорії (благо, добро й зло, обов'язок і совість та інші) містять ідеально привабливі елементи, тлумачення того, якими мають бути уявлення людини про добро та зло, обов'язок, совість, гідність та які засоби їх досягнення існують в поведінці. Основні форми моральності відображаються в категоріях моральної діяльності, моральних відносин і моральної свідомості, кожна з яких, у свою чергу, охоплює безліч інших понять. Причому, оскільки ці три форми моральності знаходяться між собою в тісній єдності, деякі етичні поняття належать одночасно до всіх цих категорій, тобто відображають усі форми моральності. Наприклад, поняття моральної норми відображає одночасно один із видів моральних уявлень суспільства, особливий спосіб етичної діяльності й форму моральних відносин між людьми. Сама моральна свідомість у своїх основних поняттях відображає деякі вузлові елементи моральної діяльності й відносин. Тому іноді одне і те ж поняття може існувати і в моральній свідомості людей, і серед категорій естетики, наприклад, поняття добра, обов'язку, совісті, достоїнства, честі та інше. Це не означає, що ці поняття однакові за змістом і в етичній теорії, і у буттєвій свідомості. Наприклад, поняття обов'язку в першому випадку є науковою категорією, що характеризує певний вид відношення людини до суспільства, а в іншому – уявленням про те, що конкретно має робити людина як носій моралі.

### **3.2. Добро і зло в моральних стосунках професіоналів**

Головна категорія етики – благо – конкретизується в інших категоріях і поняттях.

Категорія блага в етиці фіксує таку систему духовних цінностей, яка потрібна та бажана для підтримання існування людини й суспільства в цілому та забезпечення їхнього розвитку. Благо – це позитивний зміст буття людини в її спілкуванні з іншими та ставленні до іншого. Благо в цілому слід розглядати як світоглядну позицію, яка характеризує гармонійне ставлення людини до дійсності. Отже, благо – це категорія або поняття, яке вживається для позначення етичних цінностей спілкування та особливостей соціокультурної комунікації взагалі. Інші категорії етики конкретизують ідею блага стосовно конкретно-історичних умов існування людства.



Добро і зло мають інтегральний зміст стосовно блага. Добро – все те, що сприяє благу, а зло – все те, що його руйнує, заважає його реалізації. Отже, добро пов'язано з турботою про ближніх, поважним ставленням до національних традицій та ментальності, захистом природних ресурсів, звільненням від експлуатації та страждань на всіх рівнях. У професійній діяльності добро поширюється через поведінку її представників, які демонструють такі риси, як справедливість, відповідальність, добросовісність, творчу ініціативу та здатність до нестандартних вчинків, таких, як ініціатива, творчість, героїзм і відвага. Будь-яка професійна діяльність має такі відмітні риси культури спілкування, як ввічливість, делікатність, доброзичливість. Саме вони продукують взаєморозуміння, взаємодопомогу та солідарність у стосунках людей. Сприяє одержанню позитивної моральної оцінки відношення до професії як до сенсу життя, що приводить до успіху, задоволенню собою та щастю.

Зло – категорія етики, яка за своїм змістом є протилежністю добра, і поняття моральної свідомості, що є узагальненим уявленням про аморальне, суперечить вимогам моралі, заслуговує на засудження, а також є загальною абстрактною характеристикою негативних моральних якостей.

Зло постає як антиблаго, яке підриває гуманістичний потенціал суспільного буття, заважає реалізації людяності в процесі духовного розвитку особистості та суспільства. Слід зазначити, що моральне зло виникає тоді, коли негативні явища постають як наслідок свідомого волевиявлення суб'єкта, його вибір з огляду на обставини і різні причини. Можна охарактеризувати деякі загальні риси того, що створює узагальнений образ морального зла: порушення порядку і міри, зосередженість на собі та своїх преференціях (егоїзмі або егоцентризмі), самоствердження не тільки всупереч інтересам інших, але й користуючись іншими тощо.

Слід зазначити, що існують різні види зла та його наслідки в професійній діяльності та діловому спілкуванні взагалі. Деякі наслідки зла негативно впливають на гідність людини або на засоби, необхідні для вдосконалення особистості та її праці. Буває зло, яке не завдає серйозної шкоди, а буває таке, яке просто знищує корисні блага. Що стосується виявлення зла у професійній моралі, то фахівці з етики сформулювали такі принципи. Так, насамперед кожен несе відповідальність за вибрані мету і засоби своїх дій. Якщо мета і засоби її досягнення є добрими самі собою, буде етичним допускати появу чи ризик появи передбачуваних, але

небажаних побічних наслідків тоді і тільки тоді, коли для цього існують достатні підстави. Підстави є достатніми, якщо передбачуване добро не менше або переважає зло, появу якого допускають. Таким чином, людина не є відповідальною за ненавмисні побічні наслідки, якщо у неї були достатні підстави допустити їх появу чи ризик появи за незмінними умовами, за якими вибрана тема, і засоби її досягнення є добрими [2, с. 16].

Та чи інша професія не існує самостійно, незалежно від інших соціальних інститутів і взаємодії з ними. Для багатьох випадків при реалізації професійних інтересів як окремої людини, так і співтовариства або тієї чи іншої соціальної організації, що маніфестує професію, характерними є стійкі соціальні події, які кваліфікуються як моральне зло: хабарництво, здирство, а також шахрайство, брехня і введення в оману. До подій морального зла в професійній діяльності можна віднести і співучасть у крадіжці, кадрове піратство, порушення таємниці та багато інших. Вивчення етики та дотримання її вимог у професійній діяльності і взагалі в соціальній взаємодії сприяють удосконаленню людей і суспільства в цілому як сприятливого середовища для сумісного існування.

### **3.3. Совість, обов'язок і відповідальність як провідні моральні чесноти представника професії**

Моральні категорії складають систему ціннісних орієнтирів. Совість та обов'язок характеризують таку ціннісну складову професійної моралі, як єдність емоціонального та раціонального в механізмі регулювання дій і вчинків.

Совість – категорія етики, що характеризує здатність особи здійснювати моральний самоконтроль, самостійно формулювати для себе етичні вимоги. Совість як виявлення самосвідомості людини реалізує функцію контролю та критичного осмислення її моральних настанов. Чуттєво-емоційна енергія совісті виявляється у такій духовній активності, яка є моральним уявленням людини про саму себе, справедливим та критичним оцінюванням своїх думок і вчинків. Совість існує в таких станах духовного самовідчуття людини, як розкаяння, визначення помислів і дій, за які людина є відповідальною, засудження їх як негативних, готовність зазнати за них покарання, удосконалити своє внутрішнє буття через подолання негативних моральних цінностей.

Поряд із совістю та розкаянням важливим механізмом моральної свідомості є сором, який допомагає людині уникати тих вчинків, які засуджує суспільна мораль.

Совість функціонує через незалежну систему обов'язків людини перед іншими, перед суспільством у цілому.

Представники етичної думки прагнули відшукати систему універсальних моральних обов'язків. Серед них «золоте правило» Конфуція («(Не) чини стосовно інших так, як ти (не) хотів би, щоб інші вчиняли стосовно тебе»), принцип «золотої середини» Арістотеля, який зобов'язує уникати крайнощів у поведінці, а також категоричний імператив І. Канта. На формування моральних обов'язків впливали як релігійні вчення (заповіді Мойсея), так і практичні системи норм поведінки відомих діячів (поради, кодекси, настанови), таких, як Б. Франклін.

Сучасна теорія моралі пропонує оновлений категоричний імператив, який запропонував відомий представник сучасної етики Г. Йонас відносно збереження життя на Землі. Головна ідея загальнолюдського обов'язку – чинити так, щоб результати вчинку не були руйнівними для можливості життя у майбутньому.

Єдність переконань і дій, взаємна допомога і підтримка, основані на спільності інтересів і необхідності здійснення загальної мети, визначаються як солідарність. Справедливість сприяє розумінню єства людини і його прав, а також явищ щодо розподілу блага і зла. Відповідальність визначається як поняття, що характеризує особу з точки зору виконання нею вимог, які ставить суспільство, і задовільного завершення одержаних завдань. Поняття «честь» розкриває ставлення людини до самої себе і ставлення до неї суспільства. Людина має підтримувати свою репутацію і репутацію колективу, до якого вона належить. Категорія гідності відображає уявлення про цінність всякої людини як моральної особистості, а також визначає особливе моральне ставлення людини до самої себе й ставлення до неї суспільства, яке визнає цінність особистості.

Совість та обов'язок у професійній діяльності можна визначати як суспільну необхідність, що виявляється в моральних вимогах до особистісних якостей спеціалістів і фахівців.

Поведінка людини в межах кожної професії безпосередньо пов'язана з моральною відповідальністю. Вибираючи професію,

людина водночас бере на себе систему обов'язків перед людьми та суспільством взагалі і має відповідати за результати, наслідки та способи своїх дій та вчинків в межах тієї чи іншої професійної діяльності. Вона щоденно виконує своєрідний звіт і таким чином демонструє свій кваліфікаційний рівень, особливо, коли це стосується складних та екстремальних ситуацій.

Відповідальність – це універсальна культурна цінність, яка об'єднує людей і гарантує безпеку і надійність у спільній життєдіяльності. Моральна відповідальність, яка наповнює атмосферу професійної належності, має свої відмітні риси: професіонал може відповідати за свої дії та вчинки, якщо він діяв вільно і міг передбачити можливість вчинити вільну дію по-іншому. Таким чином, суб'єкт дії знаходиться в ситуації вибору і має емоційну, когнітивну і комунікативну здатність робити цей вибір. Крім того, в професійній діяльності людина постійно опиняється в ситуації, коли доводиться приймати те чи інше рішення, визначати, що робити в конкретній, а частіше в невизначеній ситуації відповідно до норм і принципів моралі, якому із варіантів поведінки віддати перевагу, спираючись на особисті або громадські етичні настанови. Моральна відповідальність особистості характеризується усвідомленням не тільки духовної і практичної значущості моральних орієнтирів поведінки в межах конкретної професійної діяльності, які вироблені соціальною спільнотою, але й переведенням їх в ефективність і результативність праці. До того ж моральна відповідальність професіонала містить механізм оцінювання його поведінки, і він має передбачати наслідки своїх дій, які викликають схвалення або осудження. Для поведінки людини в межах професійної діяльності велике значення мають явища колегіальної та персональної відповідальності. Там, де результат праці є колективним, то і відповідальність існує «рівною мірою» на кожного члена команди, в той час, коли праця є суцільно індивідуальною (хірург, пілот), то і відповідальність стає персональною.

### **Контрольні запитання**

1. Охарактеризуйте етичні категорії та поняття.
2. У чому полягають змістовні вимоги добра і зла в професійній діяльності і їх моральні значення?

3. Як можна позначити межі обов'язків і схильностей у вигляді найважчої задачі совісті професіонала?

4. Чи пов'язана така категорія етики, як відповідальність, із способом життя та духовним світом людини?

5. Чи має відповідати людина за досягнення необхідного результату і за ті наслідки своїх професійних дій, на які впливають зовнішні обставини? Чи може вона передбачати ці обставини?

### Рекомендована література

1. Гусейнов, А. А. Этика: учебник / А. А. Гусейнов, Р. Г. Апресян. – М.: Гардарики, 1998. – 470 с.

2. Герет, Т. М. Етика бізнесу / Т. М. Герет, Р. Дж. Клонскі. – Київ : Основа, 1999. – 214 с.

3. Євченко, О. С. Проблема моральної відповідальності корпорацій / О. С. Євченко // Вісн. Гуманіт. ін.-ту ТГУ. – 2015. – № 4 (20). – С. 27–30.

4. Этика. Энциклопедический словарь / под ред. Р. Г. Апресяна, А. А. Гусейнова. – М.: Гайдарики, 2001. – 671 с.

5. Рохман, Б. М. Онтологічний статус моральної свободи / Б. М. Рохман // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності : зб. наук. пр. – Київ : Віпол, 2005. – Вип. 15. – С. 174–179.

6. Скрипник, А. П. Моральное зло в истории этики и культуры / А. П. Скрипник. – М.: Политиздат, 1992. – 351 с.

7. Скрипник, А. П. Проблема морального зла в истории домарксистской этики / А. П. Скрипник // Этическая мысль: научно-публицистические чтения. – М.: Политиздат, 1998. – С. 98–115.

8. Ермоленко, А. Н. Этика ответственности и социальное бытие человека / А. Н. Ермоленко. – Киев : Наук. думка, 1994. – 200 с.

9. Имамичи, Т. Моральный кризис и метатехническая проблема / Т. Имамичи // Вопросы философии. – 1995. – № 3. – С. 73–82.

10. Качоха, В. Проблемы общего блага в современной демократии / В. Качоха // Вопросы философии. – 2000. – № 9. – С. 57–64.

11. Ленк, Г. Проблемы ответственности в жизни, экономике и технологии / Г. Ленк // Вопросы философии. – 1998. – № 11. – С. 30–41.

12. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла / Ж. Бодрийяр. – М.: Добросвет, 2000. – 258 с.

13. Макинтайр, А. После добродетели: исследования теории морали / А. Макинтайр. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. – 383 с.

14. Шердаков, В. Н. Иллюзия добра: моральные ценности и религиозная вера / В. Н. Шердаков. – М.: Политиздат, 1982. – 290 с.

## **4. ЦІННІСНІ ВИМІРИ ПРОФЕСІЙНИХ ВИДНОСИН ТА ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ПРОФЕСІОНАЛІВ**

### **4.1. Довіра як моральна спрямованість професійних стосунків**

Мораль – складне і своєрідне соціальне явище, для якого не існує єдиного безперечного визначення. Уявити суть моралі можна, розглянувши сукупність характерних для неї якостей (щедрості, мужності, доброти) як типів відносин між людьми, що складаються на основі особливих нормативних вимог або правил (поважай старших, не кривдь слабких), а також цінностей, які передаються і закріплюються у відносинах між людьми (поваги, співчуття, допомоги, ввічливості).

Моральний потенціал особи дозволяє володіти своїми пристрастями і розумно будувати свою поведінку, спрямовувати її на благо. До моральності слід віднести також здатність до безкорисливої діяльності, яка не обіцяє жодної вигоди і може призвести до втрат.

Риси вдачі, що характеризують особу як моральну, прийнято називати чеснотами. Арістотель дав розгорнену класифікацію чеснот, визначивши їх як середину між вадами. Так, правдивість – середина між хвастощами і приниженістю, дружелюбність – між підлабузництвом і погодженням та інше. У трактуванні моральних якостей особи були спроби виділити як головні ті, які визначають природу моралі, її сутнісний потенціал. В. С. Соловйов, російський релігійний філософ, вважав, що такими чеснотами є сором, жалість, благоговіння, а Б. Франклін, американський політичний діяч і економіст, свою класифікацію чеснот подав як міру їх впливу на успіх. До них він відніс справедливість, помірність, скромність,

чесність та інше. У наш час інтерес становить спроба знайти морально-психологічний тип особи, здатної вирішувати соціальні задачі високої складності. Прикладом цього може бути ідея американського психолога А. Маслоу про особу, яка не дозволяє примусити себе зробити те, що самоактуалізується, що не вважає важливим, має автономний, відмінний від прийнятого, етичний хід. У людей із самоактуалізацією відсутні маски і пози, вони швидше будуть боротися зі злом, ніж його терпіти.

Професійна етика залежить від морального потенціалу людини, від її практичної та професійної діяльності, вона актуалізує ті чесноти і вимоги до поведінки, а також ті стереотипи дій та вчинків, які позитивно впливають на результативність праці і на підтримання доброзичливої атмосфери спілкування в процесі праці. Це вказує на феномен довіри, який підтримує професійні відносини і міжособистісне спілкування, особливо в складних і невизначених ситуаціях.

Довіра – складне явище духовної культури, де домінує моральна складова. Її потенціал пропонує діалог двох агентів: того або тих, хто довіряє, і тих або того, хто викликає довіру. Довіра характеризує й особливе ставлення, яке базується на впевненості в очікуванні від відносин із професіоналом позитивного результату, що продиктовано специфікою праці, вирішенням складної проблеми, перспективою отримання високих результатів діяльності та професійного успіху в цілому. Щоб довіра була гарантованою (тобто правдоподібною) у відносинах, необхідно ґрунтуватися в професійній діяльності перш за все на високому кваліфікаційному рівні, досвіді сумісної праці, особистих якостях, що обумовлені значним потенціалом моральної культури. Все це становить таку відмітну рису характеру людини у професії, яка визначається як надійність. Тому довіра – це механізм передбачення головних напрямів поведінки професіонала і його стереотипних вчинків. Слід зазначити, що довіра існує не тільки в суб'єкт-суб'єктних відносинах, але і в суб'єкт-об'єктних. У такому випадку здійснюється перенесення довіри професіонала або колективу професіоналів на результат праці і професію взагалі, або організацію, яка демонструє професію. Не випадково показниками високого професіоналізму, а відповідно і якості продукції стає

бренд або марка, що і фіксують її надійність і довіру до неї в процесі використання і експлуатації.

У професійній діяльності слід мати на увазі, що довіра як моральна компонента стосунків є виявленням як добра, так і зла одночасно: той, хто довірився комусь або чомусь, бере на себе певний рівень ризику чи вразливості. Крім цього, процес виявлення довіри супроводжується спокусою для деяких осіб маніпулювати нею. Тому супутньою умовою довіри є можливість появи зради або омани. Це знижує рівень довіри, а інколи зовсім робить довіру неможливою. Незважаючи на це, довіра оптимізує професійні відносини, в які вносяться елементи солідарності, доброзичливості, впевненості в моральній надійності колег. В екстремальних ситуаціях, які часто супроводжують професійну діяльність, це вкрай необхідно.

Найбільш глибокий аналіз феномену довіри у соціальній сфері здійснив американський філософ Ф. Фукуяма у роботі «Довіра: соціальні добродеті і шлях до процвітання». І це є важливою інформацією для розуміння довіри як феномену професійної етики. Ф. Фукуяма вважає довіру саме тим чинником, який зумовлює економічний та політичний розвиток суспільства. Для нього «довіра – ключова характеристика розвинутого людського суспільства, яка виявляється як на індивідуальному рівні, так і на соціальному (довіра до суспільних інститутів і держави загалом)». Ф. Фукуяма прирівнює довіру до соціального капіталу, який відрізняється від інших форм людського капіталу тим, що зазвичай створюється і передається за допомогою таких культурних механізмів, як релігія, мораль, традиція, звичай. Довіра актуалізує і більш конкретні сфери соціального життя, прикладом яких може бути професія і люди, які її дотримуються.

#### **4.2. Ризик і волевиявлення особи в межах професійного обов'язку**

Моральні відносини втілюють у собі одночасно вільне волевиявлення особи і разом із тим дотримання сталих у професійній діяльності вимог, які обумовлені суспільними інтересами та потребами. Принцип взаємовідносин людей відображено в так званому «золотому» правилі моральності: «(Не)



чини стосовно інших так, як ти (не) хотів би, щоб інші чинили відносно тебе».

У житті суспільства мораль введена в регулювання поведінки, впорядкування зв'язків і відносин. Завдяки дотриманню людьми головних моральних вимог (ненасильства, толерантності тощо) створюється особлива етично-психологічна атмосфера, моральний клімат, пов'язаний із взаєморозумінням і взаємодопомогою. В своєму високому призначенні мораль виявляється в таких досконалих формах, як братерство, подвижництво, героїзм, самопожертвування. Мораль існує в практичній реалізації її принципів. Це завжди комплекс вчинків, різноманітних дій, що мають особливе значення і незаперечну цінність.

Мораль у професійній діяльності стверджується в спрямованості на обов'язок, що виявляється в системі категоричних вимог до поведінки, які є системою кількісно невизначених, варіативних, історично мінливих вчинків. Разом із тим спрямованість на обов'язок у моралі завжди націлена на реалізацію, входження в конкретну ситуацію (професійний обов'язок, батьківський, цивільний або всі разом). Особливість моральної спрямованості на професійний обов'язок сприяє утвердженню соціально-етичних механізмів об'єктивного характеру, коли сама професія накладає обов'язки і особа автоматично їх виконує, не дуже розмірковуючи над ними, та суб'єктивного характеру, коли особа сама бере на себе обов'язки і несе за їх виконання подвійну відповідальність (даєш слово – тримай його). Це так званий «банк взаємних обов'язків», що викликає глибинні почуття і переживання (совість, справедливість, відповідальність, милосердя та інше).

Людина є істинно моральною, коли вона дотримується моральних вимог не зі страху перед покаранням або зі сподіванням на винагороду за добрий вчинок, а добровільно, свідомо та безкорисно. В моральному оцінюванні вчинків важливим є не тільки результат, але і мотив дії і його оцінка. Морально добрими або морально позитивними вважають такі вчинки, де поведінка або ставлення до когось (чогось), яке виникає на основі гуманних мотивів, має позитивний результат, сприяє спільному благу.

Професійна діяльність продукує різні вчинки: стандартні, коли особа чітко виконує вимоги етики і адміністративного права, які є основою будь-якої професії, і вчинки, що демонструють рівень їх відхилення від вимог у бік позитива (еталона) або негатива (порушення). Дії та вчинки

професіонала зумовлені наявністю екстремальних ситуацій, пов'язаних із ризиком. Звісно, що є професії з високим ступенем ризику і є з незначним і символічним. Однак ризик є ризик, і він потребує неординарних дій і вчинків. Саме з ним пов'язана героїка професіоналів.

Особливого статусу професійний ризик набуває в суспільстві, коли, на думку У. Бека, констатація ризиків є тією формою, в якій етика, а з нею і філософія, культура, політика знову займають своє місце в центрах модернізації – економіці, природничих науках, технічних дисциплінах [2, с. 33].

Термін «ризик» (від італ. *risicare* – зважувати) використовують для характеристики стратегії поведінки людини, а також він може мати додаткове значення, а саме: коливатися у виборі образу дій або форми поведінки. Дослідник проблем ризику Г. Бехман так характеризує цей вибір: «можна було б зважити і одночасно щось розпочати проти можливих втрат, захиститися від них, щоб при появі збитків вони залишалися в певних межах» [3, с. 29]. Для розуміння специфіки професійного ризику слід зазначити, що взагалі існує три підходи до його інтерпретації: при першому ризик ототожнюється із загрозою, небезпекою і зазначається як їх міра; при другому стає формою ненадійності або невизначеності; третій підхід пропонує розмежовувати поняття небезпеки та ризику.

Головне в професійному ризику – це його неминучість, що зумовлює принципіальне положення: професіонал має визначати домінанту мінімізації ризику, але не уникати його. Крім цього, слід зазначити і те, що професіонал не іде на ризики, які себе не оправдовують. З поняттям професійного ризику пов'язані такі дії, як героїзм подолання та героїзм досягнення. Героїзм подолання – це найвище виявлення мужності та стійкості в умовах небезпеки, які потребують максимальної віддачі сил; а героїзм досягнення – це досить високий результат у діях, досягнутий індивідом всупереч перешкодам. Важливим чинником героїзму є здатність індивіда стримувати негативні емоції, які об'єктивно обумовлені ситуацією. Для того, щоб уміти оволодівати ризиком, професіоналу мають бути притаманні як головні такі риси, як здатність до швидкого прийняття рішення, сміливість брати на себе відповідальність, обачність, ощадливість; як виявлення кваліфікації – критичність, готовність до певних втрат і подолання боязні та страху взагалі.

Слід зазначити, що в сучасному суспільстві ризики не мають форм, які сприймаються чуттєво, а тому небезпека від них не є

очевидною з першого погляду (радіоактивність, ядовиті речовини, будь-які інфекції тощо). Крім того, сучасні ризики є масштабними за розповсюдженням будь-якої складної техніки і загроза від них є повсюдною. В таких умовах професійний ризик розширює сферу своєї присутності і з чинника професійної діяльності стає явищем соціокультурного порядку і, більш того, рецидивом цивілізаційних трансформацій.

### **4.3. Культура спілкування професіоналів як передумова їх особистого успіху**

Разом із вимогами моралі комунікативна культура спілкування в сфері професійної діяльності орієнтує на правила етикету. Ці правила не можна ототожнювати з етичними нормами, оскільки останні виступають як розпорядження загального порядку, задають тон і напрям усього життя і формування моральних якостей людини. Отже, ні етичні норми, ні моральні вимоги не містять конкретних рекомендацій на всі випадки життя, вони призначені для формування внутрішнього, духовного світу людини і мають стратегічне значення. Етикетні правила, навпаки, впливають на манери поведінки і створюють феномен гарного тону. Правила етикету дуже конкретні і спрямовані більше на регулювання зовнішніх форм спілкування, манер поведінки перш за все, а саме тактичних рекомендацій поведінки в наперед обумовлених конкретних ситуаціях. Етикет може навіть знаходитися у невідповідності з мораллю, коли людина з показною ввічливістю маскує своє егоїстичне єство. Ідеальним і найбажанішим є поєднання правил гарного тону, такту, порядних манер, що свідчить про вміння правильно поводитися в суспільстві, з високою моральністю людини в будь-якій сфері її життя.

Існують такі професії, де успіх їх представників повною мірою залежить від володіння діловим етикетом, тобто етикетом у службових відносинах, взаєминах колег та людей, які користуються послугами професійної діяльності. Це перш за все лікарі, педагоги, юристи, провізори, бібліотекарі, консультанти і не тільки. Під діловим етикетом слід розуміти правила поведінки, які сприяють трудовій і професійній активності людей. Це можуть бути корпорації, компанії, фірми, які продукують так звані ділові відносини. З розширенням

невиробничої сфери значно зростають такі види комунікативних зв'язків, які «обслуговують» різного роду соціальні об'єднання та соціальні інститути. Вони здатні «просувати» професійні навички людини та її професію в цілому, посилювати її престижність. Поступово виникають і стверджують себе в межах професійної діяльності фахівці з боку реклами, PR, публічного адміністрування і т. д. До таких важливих комунікативних зв'язків належать переговори, консультації, презентації, конференції, наради тощо.

Етикет ділових стосунків надає професійній діяльності процедурно-процесуального характеру. Правила гарного тону спрямовані на прийоми культури спілкування між професіоналами як по вертикалі (дотримування субординації), так і по горизонталі, між окремими представниками професії, колегами і людьми, з якими пов'язана їх діяльність, а саме клієнтами, пацієнтами, учнями та їх батьками, замовниками, покупцями і багато іншими. В цілому етикет у межах професійно-ділового спілкування попереджує конфліктні ситуації, закріплює взаєморозуміння, довірливість і приязність.

У наш час регулювання зовнішньої сторони поведінки людей як представників професії завдяки конкретно сформульованим і доведеним до відома правилам етикету сприяє ефективності діяльності, без чого не може обійтись ні одна професія. Це, наприклад, проведення фінансових операцій, маркетингових і рекламних програм, надання послуг обслуговування та багатьох інших.

Сьогодні етикет стає важливим чинником, що визначає успіх чи, навпаки, провал діяльності не тільки окремої людини, але й цілого закладу. Відповідні дії та вчинки є провідниками не тільки вузько професійних, але і гуманістичних цінностей взагалі, що втілилися у ввічливість, люб'язність, доброзичливість і делікатність.

Успіх – це такий чинник комунікативної культури соціуму, який оптимізує продуктивну практичну діяльність соціального суб'єкта, і це такий спосіб соціальної взаємодії людей, який закріплює цивілізаційні форми партнерства і співробітництва. Саме він у сфері професійної діяльності впливає на позитивний потенціал конвенцій і компромісів, інтенсифікує контакти, які обумовлюють конструкти перспективного мислення до виживання людства в умовах глобалізаційних викликів. «Успіх» етимологічно пов'язаний зі словами «піший», «піхотний», тобто успіх пропонує хід, рух кого-небудь у будь-якому напрямку. Дух успіху

систематизує раціоналізм, волю, вказує на майстерність, а також якості характеру людини та її особистий потенціал.

Проблематика успіху та її теоретичне осмислення увійшли в дослідження філософів, соціологів, психологів, фахівців з боку організації та управління. До них належать праці таких відомих учених, як Е. Фром, Б. Франклін, Н. Хіл, К. Ясперс. Вони визначають показники успіху в сучасних соціальних відносинах, професійних включно. Це – публічне визнання, значущість висловлень, привілейований статус, наявність грошей та інше. Функціонування грошей в системі соціальних та особистісних орієнтирів розглядають сучасні українські філософи В. Ільїн і З. Скринник. Вони підкреслюють, що гроші є цінність, яка пов'язана з їх роллю універсального еквівалента того чи іншого блага, а також регулятора поведінки людей з точки зору формування стереотипного мислення і стереотипної поведінки. Відношення до грошей зростає в суспільстві постмодерна, де споживання стає однією з головних рис поведінки людей. Моральною домінантою в інтерпретації успіху є антитеза «гроші для людини» або «людина для грошей». Полюси цієї антитези мають етичну інтерпретацію специфічних психологічних типів особистості та її вчинків незалежно від положення та професійної належності. Успіх у сучасному суспільстві має ще й інші вагомні показники: авторитет, репутацію, владу. В професійній діяльності новації та інновації значно стимулюють успіх фахівця.

У досягненні успіху значну роль відіграють моральні якості, що свідчать про особистий потенціал професіонала, людини, яка бажає бути успішною і стає нею. Перш за все це – наполеглива праця, послідовність, методичність, впевненість в своїх силах, чесність, правдивість і, безумовно, мистецтво спілкування, що забезпечується правилами етикету.

У діяльності корпорацій, комітетів та інших соціальних інститутів моральні цінності людей позначені цілком виразно. Так, наприклад, в американській корпорації ІБМ вони подані так: повага до людини, прагнення до її удосконалення, надання покупцю найкращого обслуговування. Ці три базові настанови набувають більш конкретних вимог, що необхідні для розуміння ідеології корпорації. Бездоганна чистота і люб'язність мають пронизувати всі, навіть здавалося б незначні дії, незважаючи на пунктуальність, готовність виявити увагу, взяти на себе відповідальність [7, с. 18-19].

## Контрольні запитання

1. Дайте характеристику вчинку як вихідному феномену моральних відносин.
2. У результаті яких зв'язків і процесів виникають у людей моральні відносини?
3. Охарактеризуйте моральну свідомість з боку структури, функціонування і формування.
4. У чому полягає специфіка раціонального вирішення моральних проблем на відміну від емоційного ставлення до них?

## Рекомендована література

1. Бахтин, М. М. Философия поступка / М. М. Бахтин // Философия, социология науки и техники. Ежегодник, 1984–1985. – М.: Наука, 1986. – С. 80–160.
2. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
3. Бехман, Г. Современное общество как общество риска / Г. Бехман // Вопросы философии. – 2007. – № 1. – С. 28–46.
4. Карпенко, К. І. Партнерська етика та екологічна політика / К. І. Карпенко // Гуманітарний часопис: зб. наук. праць. – Харків : ХАІ, 2005. – № 3. – С. 79–85.
5. Пуджмус, М. Б. Етика та економіка пошуку взаємозв'язку / М. Б. Пуджмус // Актуальні філософські та культурологічні проблеми сучасності: зб. наук. пр. – Київ : КНЛУ, 2005. – Вип. 15. – С. 169–174.
6. Ренд, А. Добродетель эгоизма / А. Ренд. – М.: Альпина Пабlishер, 2012. – 186 с.
7. Уколова, У. С. Категорії «віра» і «довіра» – семантика відмінностей / У. С. Уколова // Наука. Релігія. Суспільство. – Київ : ІПШ"Наука і освіта", 2008. – № 2. – С. 192–200.
8. Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма. – М.: АСТ; ЕРМАК, 2004. – 730 с.
9. Роджерс, Фр. Дж. ИБМ. Взгляд изнутри. Человек. Фирма. Маркетинг / Фр. Дж. Роджерс. – М.: Прогресс, 1990. – 280 с.

10. Фишер, Р. Тайна успеха. Путь к согласию или переговоры без поражений / Р. Фишер, У. Юри. – Мн. : Парадокс, 1995. – 447 с.

## **5. ЕТИКЕТ ТА ЙОГО МІСЦЕ В КУЛЬТУРІ СПІЛКУВАННЯ ТА ПРОФЕСІЙНИХ СТОСУНКАХ**

### **5.1. Понятійна система «етикет», «ритуал» і «церемоніал» у культурі поведінки та динаміці професійних стосунків**

Для того, щоб одержати цілісне уявлення про етикет та проаналізувати його місце в професійній діяльності і комунікативній культурі взагалі, необхідно розглянути деякі поняття і проблеми, з якими він безпосередньо пов'язаний.

Етикет – універсальний феномен культури, багатофункціональний і неоднозначний як за своєю суттю, так і за функціонуванням. Однак традиційно спеціалісти гуманітарного циклу відносять його до моральної сфери.

Як було зазначено раніше, загальноєвропейська традиція тлумачення слова «мораль» походить від ранньої античності. Термін «мораль» (від лат. *moralis*, у множині – *mores*) означає «звичаї». Отже, «мораль» – це широке коло явищ, які запропоновані сукупністю нормативів, вимог до поведінки людини. Мораль – предмет вивчення науки етики, до якого знову звертаємося для того, щоб розглянути етикет. Отже, поняття «етика», яке має древнегрецьке походження, слід відрізнити від поняття «етикет», хоч вони й близькі за звучанням. Слово «етикет» запозичене з французької мови і має два значення: перше – ярлик, напис, етикетка, а друге – церемоніал установлення послідовності дій, манер і вчинків.

В основі етикету, як і моралі, лежать вимоги до поведінки людей. Однак ці вимоги порівняно з моральними є конкретними, певними, ситуаційними, через що їх частіше називають просто правилами. З одного боку, етикет пов'язаний з моральними нормами і цінностями. Правила етикету сприяють поширенню ввічливості, чемності, терпимості, поваги до оточуючих. А з іншого боку, етикет виявляється у фактах реальної дійсності, формах поведінки, що спостерігаються емпірично, головним чином у манерах і вчинках. У цьому своєму призначенні етикет є

своєрідною технікою дій і вчинків, що виявляються через уміння та навички.

Належність етикету до моральної сфери простежується і у тому, що він є регулятором поведінки людей. Однак на відміну від моралі правила етикету спрямовані не на поведінку в цілому, а, як було зазначено вище, лише на його зовнішню сторону – манери.

Для того, щоб зрозуміти функціонування етикету як регулятора, слід порівняти його з іншими регуляторами, що визначилися в ході ускладнення соціальних зв'язків. До таких регуляторів належить перш за все право. Основу права також становить сукупність норм, але вони принципово відрізняються від моральних і тим більше етикетних норм. Тут важливо підкреслити, що правові норми формально визначені і являють собою звід або кодекс. Крім того, правові норми мають інституційний характер, тобто формулюються і закріплюються громадськими організаціями. У своїй сукупності такі норми виражають інтерес і волю держави і тому мають статус закону.

Що стосується моральних норм і етикетних правил зокрема, то вони є результатом діяльності колективного розуму. Будучи вільними від будь-якої формалізації та схематизації, ці норми і правила підтримуються громадською думкою або окремим авторитетом і служать конкретній меті (досягненню визнання, закріпленню соціального статусу, підтримці субординації у відносинах та ін.).

Особливе місце серед регуляторів поведінки займають так звані організаційні чи адміністративні норми. Ці норми опрацьовуються в спеціальних закладах або офіційними особами для керівництва соціальними процесами, мають обмежене поле діяльності і є обов'язковими для виконання тією групою людей, на поведінку яких вони розраховані. Організаційні норми завжди наводяться у вигляді однозначно поданих вербальних формул, найчастіше документально оформлених. Вони «диктують» соціальну процедуру, іноді канон або церемоніальне дійство. Слід зазначити, що деякі етикетні правила можуть входити до складу організаційних норм, коли та чи інша соціальна зайнятість людей пов'язана з технологією поведінки (використання форменого одягу, орієнтація на обов'язкову систему жестів, поз, міміки тощо).

Необхідно звернути увагу на те, що за своїми функціональними характеристиками етикет дещо схожий зі звичаєм, який також можна



розглянути як регулятор соціальних відносин. Тут важливо зазначити, що норми, як і правила етикету, мають неінституційний характер. Вони виникають і закріплюються у процесі спільної життєдіяльності людей. За своїми кількісними і якісними характеристиками вимоги, що ставляться до поведінки людей звичаями, є продуктом колективного роздуму, але й мають на собі великий вплив об'єкта і суб'єкта нормотворчості (етносу, національності, класу, стану та окремої особистості).

У цьому відношенні правила етикету вирізняються тим, що мають універсальний характер. Вони більш вільні від конкретно історичних умов. Прикладом цього можуть бути правила етикету, пов'язані з гостинністю, шануванням старших, вітанням і прощанням. Правила етикету повторюються через деякий час у культурних традиціях різних народів.

Таким чином, етикет – це сукупність елементарних правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей, а також регламентують їх манери, дії, вчинки. Етикет разом із мораллю, правом, звичаєм виконує регулятивну функцію. При цьому особливу увагу треба звернути на те, що етикет сприяє встановленню контактів між людьми та зміцненню їх зв'язків і взаєморозуміння, тому що, з одного боку, він є засобом виявлення й поширення морально цінного, а з іншого – засобом досягнення цілей і реалізації інтересів. Сукупність етикетних правил – це об'єктивна складова культури, що постає перед людиною як необхідність, що врешті детермінує стратегію її поведінки.

Структурним елементом моральних відносин є вчинок. Розглядаючи суб'єктивні і об'єктивні складові вчинку, слід перш за все зазначити, що вчинок є елементом особисто людської діяльності. Будь-яке дійство стає вчинком, коли воно мотивоване, має для будь-кого позитивне або негативне значення і оцінено історично конкретними моральними цінностями.

Найзагальніший підхід до вчинку – це углядіти в ньому наявність внутрішньої і зовнішньої сторін. До об'єктивного змісту вчинків можна віднести багатогранні процеси в житті суспільства, під впливом яких ці вчинки формуються. Вони залежать від сукупності домінуючих норм і принципів реальних звичаїв, системи усталених оцінок, санкцій, настанов. Однак при цьому необхідно враховувати, що вчинок, по-перше, є завжди чийось вчинком, а по-друге, – знаходиться

поряд з іншими і є елементом поведінки в цілому. Внутрішню сторону вчинку становлять духовні процеси, характерні для певної особи: роздуми, переживання тощо, а зовнішню – все, що пов'язане з поданням, матеріальним оформленням внутрішнього. Складне сплетіння об'єктивного і суб'єктивного, зовнішнього і внутрішнього закладено в структурі вчинку. Спеціалісти в області етики виділяють найголовнішими такі складові: мотив як суб'єктивно-індивідуальну характеристику і результат як об'єктивно важливий висновок, зафіксований в моральному оцінюванні вчинку.

Отже, вчинок можна розуміти двояко: як суб'єктивно мотивований результат, так і як об'єктивно реалізований мотив. Для аналізу феномена вчинку необхідно згадати про відмінність у діях-вчинках і операціях-вчинках. Тут мається на увазі широке трактування дій у вигляді форм матеріального буття людини. Виходячи з цього варіанта бездіяльність відповідно до моральних цінностей може вважатися вчинком. Дія є операцією (фізичною, інструментальною, технологічною та іншою) тоді, коли вона не має значення для когось. Оцінювання такої дії не базується на матеріальній цінності. Ця дія може бути визнана доцільною чи недоцільною, корисною чи безкорисною, корисною чи потворною.

Навпаки, дія характеризується як вчинок, коли беруться до уваги моральні цінності його суб'єктивних мотивів, його значення для когось. Така дія викликає схвалення або засудження. При цьому слід зазначити, що поведінка рідко буває однозначною, одноплановою. У поведінці, як правило, є присутніми і дії-операції, і дії-вчинки. При цьому поведінка може нести на собі відбиток тієї соціальної діяльності, до якої вона належить (політичної, естетичної, релігійної, правової, професійної тощо).

Уточнюючи місце і роль етикету в стратегії поведінки, слід зазначити, що етикет керує зовнішньою поведінкою людей, її манерами, вчинками і діями. Він впливає на вибір форми вчинку. При цьому ті чи інші варіанти етикетної поведінки є вираженням комплексу духовних цінностей і цільових настанов. Крім того, етикет є регламентуючим чинником у соціальних зв'язках і відносинах. Звідси можна зробити висновок: етикет пов'язано не тільки з діями-вчинками, але й з діями-операціями, включаючи їх у спільну стилістику поведінки. Ця особливість етикету найбільше виявляється в таких соціальних процедурах, як обряд, ритуал, церемоніал. В них завдяки правилам етикету оформлюється соціальний

факт, подія, процес, створюється еталон необхідного в конкретних ситуаціях, формується модель поведінки, організованої з певною метою, завданням, задумом. Стандартизовані дії, скеровані згідно з правилами етикету, розглядаються як обов'язкові в конкретних ситуаціях.

Поняття «ритуал» (з лат. – обряд, урочиста церемонія, складна форма поведінки, кодифікована символізована система дій для відображення певних соціокультурних взаємин (визнання певних цінностей чи авторитетів, підтримання соціально-нормативної системи взагалі) означає те, що підпорядковується порядку. Ритуал відіграє важливу роль у комунікативній культурі суспільства. Він є традиційно створеним методом удосконалення соціальної взаємодії залучення індивідів до суспільного життя. Він оснований на канонізованих принципах, що становлять регламент, процедуру, порядок дій. Істотною рисою ритуалу є церемоніальність, тобто чітка демонстративна послідовність дій його учасників, що веде до створення урочисто-піднесеної обстановки. У комунікативній культурі ритуал є провідником ідей, цінностей, надаючи поведінці людей змісту, який виявляється в упорядкованості та консолідації.

У професійній діяльності існує безліч ритуалізованих колективних дій, які не тільки упорядковують відносини, але і надають їм певного значення. Вони можуть набувати форм свята, урочистих церемоній священнодійства, якими є клятва, присяга, публічно оголошені обов'язки. Так, наприклад, професійне просування пов'язано з урочистим врученням дипломів, сертифікатів, премій, присудженням кваліфікаційних показників, а також проведенням посвят, які формують почуття причетності до професії та її ціннісних вимірів, які свідчать про її історію та найбільш відомих і талановитих працівників, ветеранів праці. В сучасній комунікативній і організаційній культурі, спрямованій на підвищення авторитету професії і професійної зайнятості, успішно використовуються так звані «іміджеві» церемонії. Це – урочисті збори різного масштабу, конференції, засідання, переговори та інші форми організованих колективних дій із залученням преси, телебачення та інших засобів масової інформації.

Ритуали, якими наповнюються організаційні дії професії, мають кооперативний ефект і впливають на виникнення загального настрою, комплекс відчуттів, що викликають інтерес до професій, гордість за результати спільної праці і таким чином сприяють досягненню компромісів, демократизації статусних відмінностей, що знижує напруженість у колективі.

## 5.2. Дипломатичний протокол у міжнародних відносинах і реалізації професійних інтересів

Культура комунікативного простору сучасного інформаційного суспільства, етикетно-ритуальна поведінка вводяться в інституціональну систему соціуму, стають елементами корпоративної культури, набувають форм ділового етикету та бізнес-ритуалу. Важливого значення в комунікативній культурі по праву набуває дипломатія як професія у вузькому значенні і як соціальна діяльність – у широкому.

Дипломатія – це мистецтво вирішення міжнародних розбіжностей мирними засобами. Вона є технікою та майстерністю, що гармонійно впливають на міжнародні відносини і підпорядковуються певним правилам.

Міжнародні відносини сьогодні стають самостійним видом практичного спілкування, оскільки виступають посередником у трудовій діяльності та професійних відносинах із зарубіжними партнерами. Його роль значно збільшується у зв'язку з розширенням невиробничої сфери, стає основною у всіх видах соціальної активності, пов'язаної з ринковою економікою, рекламою, менеджментом, PR-технологіями. У результаті цього утворилися нові терміни – «народна дипломатія», «публічна дипломатія», «економічна дипломатія» тощо. Для успішного ведення справ необхідно знати правила і норми так званого дипломатичного протоколу, який об'єднує правила етикету, ритуальні дії і вчинки та процес проведення міжнародних зустрічей.

За допомогою дипломатичного протоколу кодифікують і вводять у практику правила поведінки і таким чином ритуалізують і спостерігають за їх застосуванням. Етимологічно слово «протокол» у візантійській дипломатії означало першу частину складеного в урочистих виразах документа, в якому наводили склад учасників. Мовою Гомера «protos» означав «перший», а «kola» – «клеїти». Греки саме так позначали правила оформлення документів і ведення архівів, а дипломати розширили це поняття, додавши до нього особливі правила етикету та церемоніалу. У наш час значення терміна трактується як сукупність правил, відповідно до яких у кожній країні офіційні представники влади регулюють порядок різних дипломатичних церемоній. Саме такі протокольні правила етикету визначають численні деталі як надзвичайних

церемоній, так і церемоній, пов'язаних із роботою дипломатичних представництв.

Етикетній поведінці в міжнародних відносинах надається особливе значення, оскільки саме за її допомогою гармонізуються людські стосунки всередині країни.

У ряді країн загальноприйняті протокольні норми певною мірою коректують з урахуванням національно-державної специфіки. Хоча учасники міжнародного спілкування дотримуються єдиних норм і правил, проте культурні і національні питання можуть значно вплинути на хід ділових переговорів. Знання національних особливостей може бути своєрідним путівником, орієнтиром у виборі форми поведінки.

Одним із найважливіших моментів у ритуалізації міжнародних відносин є дотримання морально-психологічних прийомів ділового спілкування. Від уміння спілкуватися з діловими партнерами, розуміння їх інтересів, особливостей національного характеру залежить результат переговорів. Використання морально-психологічних принципів ділового спілкування образно та переконливо сформулював американський вчений Д. Карнегі. Саме володіння цією ритуалізованою технологією ведення переговорів, зустрічей, презентацій, офіційних прийомів дозволяє реалізовувати професійні інтереси.

У ділових відносинах особливе значення має вербальне спілкування, яке можна розділити на бесіди та переговори. Бесіди припускають тільки обмін поглядами, точками зору, думками. Так, під час бесіди сторони можуть домовитися про співробітництво й намітити подальші кроки. На переговорах вирішуються проблеми, які становлять взаємний інтерес.

Як бесіди, так і переговори припускають попередню підготовку: визначення етапів проведення і основних питань, вибір часу, місця та приміщення, а також одягу, який в сучасних умовах отримав статус дресс-коду. Невербальні способи організації ділового спілкування не слід принижувати.

Велике значення має психологічна сторона вибору місця проведення переговорів (у себе, у партнера, або на нейтральній території). Слід мати на увазі, що під час проведення зустрічі має велике значення ранг і посада учасників переговорів. Процедурам зустрічі та прощання також приділяється досить значуща увага.

Крім організації церемоній, дипломатичний протокол визначає стиль поведінки та етикет і встановлює суворі вимоги до манер поведінки під

час офіційного і особистого спілкування (застілля, обміну візитками та подарунками, листування тощо).

Дотримання дипломатичного протоколу забезпечує кожному місце та повагу відповідно до його офіційного статусу, визнаного іншою політичною і адміністративною владою, а також суспільством. Особам, які не обіймають офіційних постів, але є присутніми на церемонії, може бути надано місце з урахуванням їх віку, рангу та положення.

Таким чином, діловий протокол – особливий вид упорядкування стосунків, спрямований на регулювання між державами та діловими партнерами. Як елемент соціальних зв'язків він відповідає за регламентацію протокольних норм, які корегує з урахуванням національно-державної специфіки та професійного напрямку.

### **5.3. Історичні етапи розвитку етикетної поведінки та її професійні виміри**

Звертаючись до ретроспективного аналізу етикету, слід зазначити, що цей соціальний феномен виявив себе в ранні періоди культури. Необхідність передачі тієї чи іншої інформації в епоху пантомімічного спілкування привела до закріплення певних поз, жестів і міміки. Найвизначніші з них стають стереотипами. Вони передаються в процесі поступового нагромадження соціального досвіду і входять у систему засобів невербального спілкування, складаючи основу етикетних дій. Надалі, з ускладненням практичної діяльності, наочно-образні методи спілкування доповнюються звуковою мовою.

Перші етикетні вимоги, що набули мовного вираження, можна зустріти у найдавніших пам'ятниках писемності. Необхідно підкреслити, що правила етикету зароджуються в надрах буденної свідомості спонтанно завдяки здоровому глузду та колективному розуму і закріплюються спочатку в прислів'ях, прикметах і тільки потім стають результатом зусиль інтелекту.

Характеризуючи етикет найдавнішого періоду історії, слід зазначити, що, по-перше, цей феномен входив у цільний регулятор поведінки людей, а по-друге, – мав статус закону, бо його правила були кількісно визначені і мали бути обов'язковими. І, нарешті, по-третє, етикетні вимоги того часу мали загальнозначущі, але далеко не загальнолюдські правила. Вони поширювалися лише у межах окремого роду, племені, тому в них було присутнє значною мірою оригінальне, ніж універсальне.

Необхідно звернути увагу на те, що з виникненням класової нерівності зміст і функціонування етикету значно змінилися. Тепер правила етикету відображали новий соціальний порядок, пов'язаний з особистою залежністю людей одного від одного. Завдяки етикету походження статус-індивідуума починає виявлятися в певній системі дій, образів і якості життя.

Особлива конкретизація правил етикету спостерігається при феодалізмі в період абсолютної монархії. Це так званий придворний етикет, що виділився самостійно і володіння яким було необхідним для представників вищого суспільства. Від цього часу вихованість, культурність стали порівнюватися із знанням правил поведінки і вмінням поводитися відповідно до них. Треба підкреслити, що більшою мірою, ніж у попередню історичну епоху, виявляється моральне призначення етикету, його здатність підтримувати значущість і гідність вільної людини. Однак ця особливість існує переважно в контактах людей, що належать до одного соціального прошарку. Розглядаючи етикет у цей момент історії, слід звернути увагу на те, що нарівні з моральним завданням етикет виконує також і естетичну роль. Правила етикету не тільки закріплюють його моральну цінність, але й впливають на поведінку людини і організацію простору її діяльності виходячи з вимог краси. Отже, в період рабовласництва і феодалізму етикет виявив себе як самостійний соціальний феномен. Його якісна своєрідність виявилась у здатності впливати на поширення моральних і естетичних цінностей перш за все.

У буржуазній культурі спостерігається відносно спрощення етикету. Вишукані правила, розроблені в церемоніалах, що потребують певного тренування, поступалися елементарним вимогам і умовам, що застосовують у будь-якій життєвій ситуації. Це відбувається в зв'язку із загальною демократизацією соціальних процесів, коли оцінювання індивіда базується не на його походженні, а на його ділових якостях, практичності.

Аналізуючи феномен етикету в процесі становлення капіталістичного способу господарювання, слід зазначити, що етикет набуває прагматичної функції. Доцільно підкреслити, що в цьому процесі правила етикету стають необхідним елементом у відносинах вільних підприємців, означають дистанцію між партнерами, стандартизують такі види взаємозалежностей, як укладання договорів, угод, виконання взаємних обов'язків. Таким чином, етикет набуває статусу універсальної нормативної мови. До неї необхідно прилучитися кожному, хто претендує на успіх. Моральні норми ділової

людини і правила гарного тону можуть оформлюватися в оригінальні зводи, інструкції, поради. Творцями їх були як окремі люди, що на своєму досвіді переконалися в поширенні на ділові відносини моральних і особливо етикетних вимог (Б. Франклін), так і колективи організацій, фірм, закладів, що турбуються про стабільність та успіх своєї підприємницької діяльності. Зазначимо, що сьогодні в системі загальних вимог контрактної та ділової етики особливу увагу приділяють правилам гарного тону. Ввічливість, чемність і такт стають такими ж «моральними» абсолютами, як і вимоги справедливості та свободи, поваги до особистої власності.

Маючи довгий шлях розвитку, етикет стає невід'ємним елементом комунікативної культури. Правила етикету в своїй сукупності визначалися об'єктивними вимогами, головним чином соціально-економічними змінами, що відбувалися в суспільстві. У складному механізмі соціальної взаємодії людей етикет є оригінальним регулятором зовнішньої сторони поведінки людей. Етикет гармонізує, естетизує, сприяє досягненню успіху в практичній діяльності, є універсальним засобом виявлення і поширення духовних цінностей.

#### **5.4. Інформативна та цифрова етика як ціннісний вимір сучасної професійної діяльності**

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. відзначено появою різних систем прикладної етики. Основне їх призначення полягає у виявленні «дійсних регуляторів», які оптимізують моральну поведінку людей в ситуаціях, що продиктовані новими інформативно-комунікативними процесами глобалізуючого суспільства. Отже, мова йде про так звану інформативну етику, яка все більше маніфестується в сучасних соціальних відносинах. Слід погодитися з О. П. Дзьобанем, автором книги «Інформативна безпека у проблемному полі соціокультурної реальності», що «сьогодні надзвичайно актуальним є внесення термінологічної ясності в категоріальний апарат соціальної філософії, включаючи поняття інформаційного насильства й інформаційної безпеки, які виступають продуктом соціального конструювання, кодування в культурі, придбання власної семантики за рахунок взаємодій різноманітних культурних дискурсів». Це безпосередньо пов'язано з поняттям «інформативна етика», стисло «інфоетика».



Інформаційну етику слід розглядати як актуальний науковий напрям, який досліджує сучасні моральні проблеми суспільства глобальних комунікацій, які з'являються на основі високих міждисциплінарних технологій оброблення інформації. Інформативна етика – продукт суспільства, де принципово змінюється роль інформації та її місце в сфері не тільки матеріального життя, але і в області людських відносин і духовного життя взагалі.

Поступово оброблення і зберігання інформації привело до поширення поняття «цифрове суспільство», головною характеристикою якого стає не сама інформація, а електронно-цифровий спосіб її трансляції та опосередкування будь-яких соціальних відносин. У цьому сенсі приваблює полеміка дослідників цифрового суспільства відносно того, що цей процес поєднує дві діаметрально протилежні тенденції: позитивну, яка розширює можливості для вільної творчої діяльності людини, її самовизначеності, і негативну, яка пов'язана з наслідками дігіталізації світу, що впливають на його ієрархію цінностей. У широкому колі цих чинників звертається увага на суворий контроль інформації, обмеження свободи, прав власності, дотримання конфіденційності та багато іншого, що кінець кінцем пов'язано з можливістю руйнування гідності особистості та її цілісності, поширення проявів бездуховності. І, головне, це обумовлено не тільки технічними характеристиками цифрового суспільства, це є вибір соціальних суб'єктів, мотивованих політичними, правовими та етичними інструментами реалізації своїх інтересів.

У цифровому просторі сучасної культури моральна рефлексивність індивіда набуває особливого значення перш за все у виборі ціннісних орієнтирів, дотримування особистих пріоритетів. Слід враховувати, що серед ціннісних орієнтирів можуть бути як справжні, так і уявні, як реальні, так і ілюзорні. Саме вони мотивують поведінку, а також безпосередньо впливають на форми вчинків і дій, указуючи і на добродетель, і на порок. Цифровий простір може формувати і підтримувати моральну культуру, а може її знижувати і навіть руйнувати. Користуючись етичними принципами, можна прогнозувати і передбачати перспективні зміни у моральній атмосфері суспільства взагалі та їх роль у цифрових комунікаціях частково. Це вказує на захисну функцію етичної нормативності завдяки механізмам свідомого обмежування різного рівня суворості для того, щоб не допустити руйнації «цифрової особистості». Таким чином, етичні принципи трансформуються в моральні якості і діяльність користувачів з

позитивною результативністю, яка продукує блага в загальнолюдській формі добра, істини, краси.

Реалізація універсальних принципів етики пов'язана з персоналізацією та конкретизацією. Тут особливе значення має агент та образ його дій, численність різнорідних вчинків, які бувають вкрай протилежними. Наприклад, вимоги до конфіденційності можуть вступати, за словами М. Кастельса, в протиріччя із засобами «свободи в глобальній комунікації». Це дає можливість розглядати цифрову етику як відносно самостійну в межах інформативної етики.

Цифрова етика – це система нормативних принципів, які пов'язані з вимогами до моральної активності людей в межах інформативного простору і які створюються на базі нових комп'ютерних технологій та засобів міжкультурних комунікацій. Цифрова етика призначається для гармонізації та гуманізації міжособистісного спілкування на основі універсальних моральних цінностей в мережному просторі. В статті «Глибоке вивчення поняття цифрової етики» її автор П. Маджоліні стверджує необхідність нової етики с модусом цифрової тому, що в області інформативно-комп'ютерних технологій виник ряд моральних дилем, що потребують негайного осягнення і регулювання.

Роль нової етики пов'язана з технологіями, які постійно ускладнюються, а тому значно зростають и загострюються морально-правові протиріччя. Зазначимо найбільш очевидні. Потреба в інформації та її швидкому технологічному обробленні збільшується, а механізми управління і рівень контролю не завжди їй відповідають. Крім того, в процес управління інформаційними процесами вводяться агенти, на котрих накладається відповідальність за роботу зі складними системами і тим самим виявляється довіра до наявності їх професійної та морально-етичної компетентності, що не завжди буває дійсним. Тому слід постійно мати на увазі, що складні процеси ІКТ безпосередньо пов'язані з моральною надійністю суб'єкта та його вчинками.

Водночас у багатьох позиціях цифрова етика призначена для захисту прав людини і містить морально-правовий зміст. Захист приватних та особистих даних є основою для реалізації більшості прав і свобод громадян. Проте Інтернет сприяє збільшенню ризиків та порушень, пов'язаних с конфіденціальністю, розповсюдженням певних форм насильства, зокрема на основі статі, расової та релігійної ситуації, які залишаються рідко виправленими або переслідуваними. Крім того,

поширення Інтернету, використання технологічних розробок, що пов'язані з ним, спричиняють значні труднощі для підтримання громадського порядку та національної безпеки, попередження злочинності та різного роду правопорушень, а також для захисту прав та свобод інших осіб, включаючи інтелектуальну власність. Створюються самостійні компанії з метою нести дезінформацію в Інтернеті і спеціально сіяти недовіру та плутанину, загострювати існуючі в суспільстві розбіжності, які можуть мати дестабілізуючий вплив на порядок і дисципліну громадян в суспільстві.

На відміну від традиційних підходів до аналізу змісту та суті прав і свобод людини деякі дослідники пропонують розглядати ці феномени крізь призму понять «інформативна культура» та «цифрова культура», конкретизуючи роль інформативних та цифрових прав. Так, дослідник О. М. Головка зазначає, що інформативні та цифрові права співвідносяться як ціле і частина, і це зумовлює певну плутанину у цифровому полі. Зараз більшість цифрових прав є похідними від інформативних та відображають суть реалізації компетенцій, що має людина з високим рівнем інформативної культури. Однак в епоху цифрових трансформацій відбувається формування нового наукового дискурсу, який приводить до появи нових прав, таких, як право на використання віртуальної реальності, на доступ до Інтернету (право на цифровий доступ), на використання цифрових знань та цифрової освіти тощо. Проте права декларують обов'язки, які обмежують активність людей, і це – не пограння свободи, а міра примушення до культурних форм присутності в цифровому просторі. Проблема примусу маніфестує дилему справжньої та удаваної свободи. Е. Фромм зазначає розуміння позитивної свободи та негативної свободи, яка обертається кінець кінцем або вседозволеністю, або важким тягарем. Отже, проблема свободи та втеча від неї цілком базується на різноманітті правил, норм, установ, законів, що потребують наявності порядку і дисципліни. В сукупності вони мають конкретні культурно-історичні особливості в обмежуванні активності особистості в її різноманітних контактах та спілкуванні з іншими. Тому роздуми З. Фрейда про незадоволення культурою дуже актуальні в умовах цифровізації суспільних відносин. Порядок, за його думкою, є примус до повтору, який обумовлює своєрідну напругу, до чого у людини немає наміру. Крім цього, порядок потребує методичності, може руйнувати інтерес, викликати нудоту і відмову від нього. Такий негатив особливо простежується в сучасному суспільстві, де сфера дозвілля розгорнута і спрямована на отримання почуття задоволення та насолоди, чому

сучасний цифровий простір та створена на його базі віртуальна реальність надає безмежні можливості. Зазначені процеси знаходяться під впливом етичних принципів, завдяки яким підтримується та удосконалюється рівень моральної культури користувачів цифрових мереж. Слід особливо зазначити, що поряд з м'якою примусовістю моральних імперативів, необхідні й норми права, які встановлюють більш жорстку систему вимог до поведінки в цифровому просторі під впливом встановлених санкцій. Тут слід зазначити такі проблеми, як процес управління Інтернетом і кібертероризм, різноманіття видів активності, які слід оцінювати як «цифрові злочини».

### **5.5. Репрезентація особистостей професіоналів у цифрових мережах**

Морально-правові дилеми управління культурою цифрового простору, які активно обговорюють сучасні дослідники, безпосередньо пов'язані з особистими рисами користувача інформативного Інтернет-простору. В зв'язку з цим особової значущості набув феномен «електронної репутації» та «права на забуття». Так, П. Маджоліні вказав на їх значущу роль у репрезентації особистості. На його думку, це – суто делікатна проблема цифрової культури, тому що вона торкається внутрішнього світу людини та довготривалої її присутності в інформаційній пам'яті цифрових мереж. Погоджуючись в цілому з позицією дослідника, зазначимо й інші версії.

Електронна репутація – це різновид соціального феномена репутації взагалі, яка пов'язана з авторитетом та владою. Однак головний показник електронної репутації – це репрезентація особистого життя людини у формі цілеспрямованого показу, висування заяви, претензії, які стають предметом особливої уваги спільноти. Поступово електронна репутація стає елементом конsumerістської культури, яка орієнтована на безперервне споживання. Вона стає імперативом зростання використання самого процесу самодемонстрації особистого буття.

Виникнення конsumативної культури можна віднести до початку ХХ ст. в Америці, а вже в ХХІ ст. спостерігається перегляд інформації про інтимно-особисте існування людини (потреби, звички, емоційні та фізіологічні стани, біографічні факти, сторінки спілкування, слави, успіху), як чуже, так і своє стає домінантою в розумінні щастя та сенсу життя. Таке трапляється тому, що в сучасному суспільстві змінюється характер

споживання. На думку Ж. Бодрійяра, споживання – «це не пасивний стан поглинання та присвоєння». В сучасному вимірі споживання – «це активний модус відношення не тільки до речей, але й до колективу, і до всього світу, що в ньому здійснюється систематична діяльність та універсальний відгук на зовнішній вплив, що на ньому ледве тримається вся система нашої культури». На думку Ж. Бодрійяра, в сучасному суспільстві індивіди вже не змагаються у володінні благами один з одним, вони самореалізуються в своєму споживанні самі собою. Лейтмотивом стає тепер не конкурентний відбір, а персоналізація для всіх. Саме це і впливає на моральне виправдання будь-якого споживання і перш за все споживання інформації, яку пропонує Інтернет-комунікація про персональне буття людини, її інтимні та особисті задоволення та насолоди.

Продовжимо розгляд дилеми феномена «електронна репутація» у цифровому просторі. У загальному сенсі репутація є суспільною думкою про будь-кого або будь-що, про позитивні та негативні риси характеру окремих індивідів, колективу фірми, яка виробляє товари, думкою про якість товарів, яка проникає в інформативне поле і впливає на працю та дозвілля людей, їх корисну діяльність, ціннісний потенціал взагалі. Електронна репутація складається на основі оприлюдненою інформації, яку безмежно поширює та зберігає цифровий простір. Вона дуже часто залежить від користувача, який сам поставляє інформацію про себе або транслює її завдяки авторитетним джерелам. Тому електронна репутація викликає довіру користувача до поданої інформації і стає своєрідною формою поручительства минулого. Пролонгована інформація стає способом популяризації та поширення, тому з вигодою реалізується як комерційний продукт.

Однак набуття позитивної репутації в цифрових мережах – діло важке та не однозначне. Особливість Інтернет-комунікацій виявляється в неконтрольованому поширенні інформації і звернення уваги спільноти на життєві дрібниці, які бувають часто провокаційними. Крім того, трапляється, що інформація, яка декларується, отримується методами морально не виправданими, а тому вона може стати не очікуваною і не бажаною для суб'єкта репутації та його оточення. Взагалі наміри оприлюднювати події інтимно-особистого характеру без урахування майбутнього можна з упевненістю віднести до необачних дій, які можуть призвести до зіпсування електронної репутації або зовсім зруйнувати її. У цьому випадку спілкування у цифрових мережах має багато видів і форм,

які можна використовувати, щоб маніпулювати, припускати, спекулювати, критикувати, осуджувати і так далі, від чого дуже важко уникнути протягом довгого часу, а мабуть і всього життя. Взагалі цифровий простір таким чином чи іншим чином можна вважати зоною морального ризику для репрезентаційної активності особистості.

У соціогуманітарному знанні активно використовується поняття «ризик» (з італ. – зважувати) з широким спектром значень, які вказують на коливання у виборі образу дій або форми поведінки, коли, за думкою відомого дослідника суспільства ризику Г. Бехмана, необхідно зважити і в той же час щось розпочати діяти проти можливих втрат або частково від них захиститися. Таким чином, ризик безпосередньо пов'язаний з ситуацією вибору дії або вчинків та прийняття рішень, що споконвіку притаманне моральній діяльності людини і являє собою найскладніший екзистенціальний вид вибору, який впливає на виникнення глибокої та болісної рефлексії. Тому за нормами етики запропоновано процедуру морального передбачення. Користувач може очікувати непорозуміння з боку інших, однак це ще не запевняє на чієм боці правда. Крім того, похвала або осудження не є останньою інстанцією морального оцінювання його позиції. В ситуації моральної конфліктності, яка примушує вибрати ризикогенну поведінку, слід мати непохитність морального духу, впевненість, які допоможуть знайти правильне рішення. Стосовно цифрового простору, то такий вибір стає соціокультурним явищем сучасності, рецидивом цивілізаційних трансформацій. Саме до них звертають свої зусилля представники етичного знання, щоб озброїти користувачів цифрових мереж потенціалом норм і правил, які допомагають уникати моральних колізій.

Реалізуючи просвітницьку функцію, на основі цифрової етики продукують знання про належні дії в межах цифрового простору, наполягають на дотриманні загальнолюдських цінностей здійснення та збереження ознак моральної культури спілкування, що пов'язано з повагою, доброзичливістю, взаєморозумінням, толерантністю тощо.

Цифрова етика поряд із загальними принципами та нормами, які гармонізують моральні протистояння, зніжують імовірність моральних ризиків, містить у своєму регулятивному механізмі і правила етикету або гарного тону. Вони спрямовані на корегування манер поведінки в процесі спілкування і додають при перебуванні в цифровому просторі ввічливості, делікатності, доброзичливості.

## 5.6. Цифрова етика та правила гарного тону

Правила етикету, як встановленого порядку поведінки та системи вимог до манер поведінки, введено в загальну систему етичної нормативності. Вони виконують регулятивну функцію, упорядковують манери поведінки і звичаї, особливим чином окреслюючи межі активності людей в їх вчинках та діях. Правила етикету, або вимоги до пристойності, є наочним зразком культурної поведінки і їх роль є очевидною. Їх можна віднести до похідних соціальних потреб, що виникли в результаті ускладнення соціальних відношень і поширенні стереотипів поведінки, де манери та звичаї кодують моральні ознаки поведінки: ввічливість, люб'язність, прихильність, запобігливість. По суті поняття «етикет» є еквівалентом поняття «культура поведінки» і має відносно самостійні типологічні ряди спілкування. Зародившись в надрах повсякденної свідомості, вони здатні своїм змістом відбивати прикмети часу і подій. Так, в історії поведінкової культури можна зазначити: протоетикет ( тобто його становлення), придворний церемоніал, світські пристойності, дипломатичний протокол, бізнес-ритуал, або діловий етикет. Сьогодні мова йде про так званий цифровий етикет.

Своїм походженням правила етикету зобов'язані здоровому глузду і практичній мудрості колективного розуму. Викликавши один раз до життя реальну користь, вони мають тенденцію повторюватися і сприйматися як деяка заданість. Отже, цифровий етикет є системою правил щодо манер і звичаїв, що обумовлені, з одного боку, історичними культурними традиціями та загальнолюдськими цінностями, а з другого – народжені вимогами сучасної культури цифрового простору і відповідають діяльності людей в межах цифрових мереж.

В наш час цифровий етикет можна розглядати як новий вид етикетної регуляції у віртуальному середовищі. Його специфіка обумовлена тим, що світ Інтернета скасовує статусні характеристики людини, дозволяє анонімність, що знижує її відповідальність. Тому, на думку авторів, цифровий етикет, або мережний етикет, або неетикет (неологізм від слова network) має свої особливості. В широкому значенні етикет – це правила поведінки в мережах. Він утворився в зв'язку з розгортанням електронної переписки на початку розвитку всесвітньої глобальної павутини. Зараз цифровий етикет декларує

правила комунікативної культури в умовах нових інформативних реалій сучасного мережного суспільства.

Зазначимо, що головним чином правила цифрового етикету пов'язані з регулюванням та упорядкуванням манер та прийомів поведінки з усної та письмової вербальної комунікації, яка базується на культурі мови та мовному етикеті взагалі. Що стосується невербальної комунікації, то вона отримала свої етикетні виміри з появою блогосфери і кодексу поведінки блогерів. На нашу думку, з урахуванням специфіки цифрового простору доцільно використовувати термін візуальної комунікації як складової невербальної. Це можна пояснити тим, що невербальна форма комунікації окрім візуальних контактів містить ще і тактильні (доторкання, пригортання, поцілунки, обіймання), які є неможливими в умовах онлайн. У той же час у візуальному спілкуванні правила пристойності в мережному просторі безпосередньо обумовлені культурою «язика тіла», яка базується на положеннях кінесіки (міміки, жестів) та проксемики (розміщенні в просторі).

Правила цифрового етикету складаються довільно і не є документальними. Дотримувати їх залежить від культурного рівня користувача, його вихованості. В той же час розуміння культури поведінки в мережах змушують задумуватися над її надбанням кожному свідому людину. Тому етичне просвітництво сьогодні розширює свої межі, розкриваючи можливості здійснення позитивної репрезентації особистості в цифрових мережах. Особливо це стосується її активності при турботі за свою позитивну репутацію в цифрових мережах. В цьому напрямі залишаються значущими поради великих теоретиків етичного знання: «дивитися на людину завжди як на мету і ніколи як на засіб» (І. Кант), постійно здійснювати «турботу» про себе (М. Фуко). Слід зазначити, що попередження А. Шопенгауера про наявність у людини особливої сторони життя, це – «буття в думках інших». «Додавати надмірно велике значення думці інших – ця манія володіє усіма, чи корениться вона в самій нашій натурі, чи виникла в результаті громадського життя і цивілізації...», – міркує А. Шопенгауер. «Оскільки від думки інших важко абстрагуватися, – зазначає філософ, – необхідно виробити певну поведінкову стратегію для знаходження щиросердного спокою». Тому треба докладати зусиль до того, щоб впливати на формування думки людей про себе. Треба вміти бути ввічливим, а це – розуміння людей і ситуацій, що складаються.



Увага до цифрового етикету обумовлена значним збільшенням користувачів Інтернету, їх різним культурним рівнем вербального і невербального спілкування.

Правила цифрового етикету головним чином оптимізують відносини в мережі, сприяють порозумінню користувачів та оберігають їх честь та почуття власної гідності. Вони є оригінальними та випробуваними століттями засобами передавання моральних цінностей, які спрямовані на миролюбні відносини, де панує ввічливість та делікатність, повага до індивідуальних якостей людини, відмова від образи та приниження. Тому удосконаленню правил цифрового етикету присвячуються конкретні поради, рекомендації, побажання сучасних дослідників поведінкової культури мережного суспільства.

### **Контрольні запитання**

1. Як співвідносяться такі регулятори зовнішньої сторони поведінки, як мораль, етикет, ритуал і дипломатичний протокол?
2. Які існують історичні етапи становлення етикету?
3. Чи є відмінності між моральними нормами і етикетними правилами?
4. Назвіть головне призначення етикету в індивідуальній поведінці людини.
5. Яка роль належить ритуалу та дипломатичному протоколу в удосконаленні професійних зв'язків і моральної культури суспільства?
6. Що таке інформативна етика? В чому її суть та специфіка?
7. Обґрунтуйте головне призначення цифрового етикету.
8. У чому полягає роль інформативної етики і цифрового етикету у самопрезентації особистості?

### **Рекомендована література**

1. Бальтасар, Г. Карманный оракул. Критикон / Г. Бальтасар. – М.: Наука, 1984. – 631 с.
2. Бехман, Г. Современное общество как общество риска / Г. Бехман; пер. с нем. В. Г. Горохова // Вопросы философии. – М.: Наука, 2007. – № 1. – С. 26–46.

3. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. С. Зенкина. – М.: Рудомино, 1995. – 168 с.
4. Головки, О. М. Цифрова культура та інформаційна культура: права людини в епоху цифрових трансформацій / О. М. Головки // Інформація і право. – 2019. – № 4. – С. 37–44. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Infpr\\_2019](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Infpr_2019).
5. Дзьобань, О. П. Інформаційна безпека у проблемному полі соціокультурної реальності: монографія / О. П. Дзьобань. – Харків: Майдан, 2010. – 260 с.
6. Добродомов, И. Г. Этика и этикет / И. Г. Добродомов // Русская речь. – М.: Наука, 1988. – № 4. – С. 127–130.
7. Карнеги, Д. Как завоевать друзей и оказать влияние на людей / Д. Карнеги. – М.: Прогресс, 1990. – 672 с.
8. Maggiolini, P. A deep study on the concept of digital ethics / P. Maggiolini // Revista de Administração de Empresas, 2014 – 54(5). – P. 585–591. [https://doi.org/10.1590/S0034-759020140511\(2014\)](https://doi.org/10.1590/S0034-759020140511(2014)).
9. Мартен-Фюже, А. Элегантная жизнь, или как возник «весь Париж», 1815–1848 / А. Мартен-Фюже. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1998. – 480 с.
10. Проценко, О. П. Этикет в просторі практичної філософії / О. П. Проценко. – Харків : ХНУ, 2002. – 240 с.
11. Проценко, О. П. Бизнес-ритуал в социальном пространстве современного общества / О. П. Проценко, В. А. Копылов, А. Ф. Проценко // Гуманітарний часопис: зб. наук. пр. – Харків : ХАІ, 2006. – № 2. – С. 5–15.
12. Фельдхем, Р. Дж. Настольная книга дипломата / Р. Дж. Фельдхем. – Мн. : Новое знание, 2001. – 304 с.
13. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм. – М.: АСТ, 2009. – 288 с.
14. Фрейд, З. Недовольство культурой / З. Фрейд. – Харьков: Фолио, 2013. – 256 с.
15. Холопова, Т. И. Протокол и этикет для деловых людей / Т. И. Холопова, М. М. Лебедева. – М.: Инфра-М; Анкил, 1995. – 336 с.
16. Хороший тон: сборник правил и советов на все случаи жизни, общественной и семейной. – М.: Сов. писатель, 1991. – 544 с.
17. Честара, Д. Деловой этикет: Паблик рилейшнз / Д. Честара. – М.: Фаир, 1997. – 334 с.

18. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн. – СПб : Питер, 2002. – 336 с.

19. Шопенгауэр, А. Две основные проблемы этики. О свободе воли. Об основе морали. Афоризмы житейской мудрости / А. Шопенгауэр. – Мн.: Попурри, 1999. – 592 с.

## 6. ПІДСУМКОВІ ТЕСТИ

### **1. Які з наведених понять належать до етики:**

- а) буття і небуття;
- б) добро і зло;
- в) прекрасне і потворне?

### **2. Що таке етика:**

- а) художній прийом;
- б) наука про мораль;
- в) ідеологічна доктрина?

### **3. Що входить у завдання прикладної етики:**

- а) теоретичне обґрунтування моральних принципів;
- б) використання знань про мораль у службово-професійній діяльності;
- в) формування етичного ідеалу?

### **4. Хто є автором терміна «етика»:**

- а) Платон;
- б) Арістотель;
- в) Гегель?

### **5. Яку моральну якість повинна мати людина, щоб виконувати свій моральний обов'язок:**

- а) відповідальність;
- б) скромність;
- в) ввічливість?

### **6. Хто був автором терміна «мораль»:**

- а) Сенека;
- б) Цицерон;
- в) Кант?

**7. У чому полягає специфіка морального регулювання поведінки:**

- а) у вимогах до поведінки;
- б) релігійних заповідях;
- в) законах права?

**8. Що таке комунікація:**

- а) комплекс переживань;
- б) обмін інформацією;
- в) система знаків?

**9. Який принцип спілкування приховано у «золотому правилі» моральності: «(Не) чини стосовно інших так, як ти (не) хотів би, щоб інші вчиняли стосовно тебе»:**

- а) взаємозалежність;
- б) егоїзм;
- в) байдужість?

**10. Як називається безкорислива турбота про благо інших, готовність жертвувати для них своїми особистими інтересами:**

- а) авторитаризм;
- б) альтруїзм;
- в) аморальність?

**11. Що є головною моральною цінністю у сфері практичної життєдіяльності людини:**

- а) краса;
- б) добро;
- в) істина?

**12. Які моральні принципи перш за все здатні сформувані й підтримувати людську гідність:**

- а) свобода;
- б) корпоративний дух;
- в) ситуація морального вибору?

**13. Як називаються узгоджені правила й зразки поведінки, устрою, ладу, стилю життя людей:**

- а) етика;
- б) етикет;
- в) комунікація?

**14. Яке соціальне явище має відношення до етикету:**

- а) парад;
- б) церемоніал;
- в) збори?

**15. Яке із значень терміна «етикет» має безпосереднє відношення до культури спілкування:**

- а) пристойність;
- б) порядок;
- в) звичай?

**16. Яке поведження співвідноситься з правилами етикету:**

- а) манерне;
- б) фамільярне;
- в) делікатне?

**17. Якою є моральна спрямованість правил етикету:**

- а) повагою до почуття власної гідності;
- б) відповідальністю;
- в) патріотизмом?

**18. У чому виявляється естетична спрямованість правил етикету:**

- а) у дисциплінованості;
- б) упорядкованості;
- в) гармонізації дій та вчинків?

**19. На регулювання чого спрямовані правила етикету:**

- а) манер поведінки;
- б) мотивів учинків;
- в) ціннісних орієнтацій особистості?

**20. Які епітети належать до етикетного поведження:**

- а) повчальне й моралізуюче;
- б) грубе і зарозуміле;
- в) люб'язне й чемне?

**21. Яку санкцію застосовують за порушення правил етикету:**

- а) догану;
- б) штраф;
- в) громадський осуд або схвалення?

**22. Яку рису вважають основною рисою ділового спілкування:**

- а) показність;
- б) епізодичність;
- в) щоденність?

**23. Які заходи належать до бізнес-ритуалу:**

- а) ярмарок;
- б) презентація;
- в) карнавал?

**24. Яку основну функцію має бізнес-етикет:**

- а) упорядковуючу;
- б) інтегруючу;
- в) інформуючу?

**25. Яка риса особистості асоціюється з моральною вадою:**

- а) правдивість;
- б) погодження;
- в) пунктуальність?

## ГЛОСАРІЙ

**Альтруїзм** – моральний принцип, що приписує людині придушення власного егоїзму, безкорисливе служіння «ближньому», готовність пожертвувати своїм інтересом на користь інтересів інших.

**Аморалізм** – моральний принцип, що обґрунтовує нігілістичне відношення до суспільних і, в першу чергу, до загальнолюдських норм моралі і проголошує аморальність виправданим способом поведінки особи.

**Аскетизм** – моральний принцип, що приписує людям самозречення, відмову від мирських благ і насолоди, придушення чуттєвих прагнень заради досягнення якої-небудь соціальної мети або етичного самовдосконалення.

**Благо** – загальне поняття, що застосовується для позначення позитивної цінності предметів та явищ.

**Благодіяння** – дія, що має позитивне етичне значення і оцінюється як добро.

**Ввічливість** – моральна якість, що обумовлює поведінку людини, для якої пошана до людей стала повсякденною нормою поведінки і звичним способом поводження з оточуючими. Вона характеризується уважністю, зовнішнім проявом доброзичливості до всіх, готовністю надати послугу кожному, хто в цьому має потребу, делікатністю, тактом.

**Відносини** – це взаємний зв'язок, у якому знаходяться певні суб'єкти. Міжнародні відносини – система міжнародних взаємодій, суб'єктами яких є держави і міждержавні та неурядові організації, приватні особи.

**Вчинок** – практична дія, опосередкована процесом спілкування між людьми. Вчинок характеризують механізм вибору, оцінка ситуації і самооцінка, намір, мотиваційна сфера особистості, нормативне регулювання у конкретній групі індивідів і суспільства в цілому.

**Вдячність** – ставлення людини до певної людини, яка надала їй у минулому благодіяння, послугу, що виражається в особливому відчутті готовності відповісти взаємним благодіянням.

**Відповідальність** – поняття, що характеризує особу щодо виконання нею вимог, які ставляться суспільством; зобов'язання виконувати завдання і забезпечувати їх задовільне завершення.

**Вимога (моральна, правова, релігійна)** – найпростіший елемент соціальної регуляції, елемент підпорядкування, в якому знаходиться особистість, введена до системи соціальних відносин.

**Гармонія** – уявлення про цілісність і досконалу організацію естетичного об'єкта, що виникає на основі якісної та кількісної відмінності.

**Гедонізм** – спосіб обґрунтування моралі й тлумачення її природи, що широко застосовувався в історії етичної думки. Весь зміст різноманітних моральних вимог гедонізму зводиться до загальної мети – отримання насолоди і уникнення страждання.

**Гріх** – поняття, в якому виражається специфічне релігійне розуміння провини людини: це провинна не перед суспільством або людиною, а перед Богом.

**Гуманізм** – принцип світогляду, в основі якого лежить переконання в безмежності можливостей людини та її здатності до самовдосконалення, вимога свободи і захисту гідності особи, ідея про право людини на щастя і про те, що задоволення її потреб та інтересів має бути кінцевою метою суспільства.

**Делікатність** – чуйність, увічливість, спосіб виявлення ввічливості.

**Ділове спілкування** – це спілкування в межах соціальних інститутів. Воно складається із зв'язків з громадськістю, управління репутацією, міжособистісного спілкування із залученням співробітників і керування подіями, тісно пов'язане зі сферою професійної комунікації.

**Добро** – одне із загальних понять моральної свідомості й одна з найважливіших категорій етики. Разом зі своєю протилежністю – злом – добро є найузагальненішою формою розмежування і зіставлення етичного і аморального, має позитивне і негативне моральне значення того, що відповідає змісту вимог моральності, і того, що суперечить йому.

**Довіра** – явище духовної культури, яке означає особливе ставлення людей один до одного, що базується на впевненості в очікуванні від відносин позитивного результату.

**Егоїзм** – життєвий принцип і моральна якість, що характеризує людину з точки зору її ставлення до суспільства та інших людей; означає надання переваги під час вибору лінії поведінки власним інтересам перед інтересами суспільства і оточуючих і є найбільш відкритим виявленням індивідуалізму.



**Етика** – (грец. ethica) – філософська галузь знання, об'єктом вивчення якої є мораль. Етика як одна з найдавніших теоретичних дисциплін виникла як головна частина філософії в період становлення рабовласницького суспільства.

**Етикет** – сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього виявлення ставлення до людей, манер (поводження з оточуючими, форми поведження та вітань, поведінки в суспільних місцях).

**Етична норма** – система загальних цінностей і правил етики, яких мають дотримуватися всі люди.

**Заповідь** – етична норма, наведена в моральній свідомості у вигляді повчання.

**Звичай** – це основна форма регулювання поведження, правила поведінки, які склалися протягом тривалого часу серед людей і уособлювали собою підсумок історичного досвіду та зародки майбутнього.

**Зло** – категорія етики, що за своїм змістом є протилежністю добра, і поняття моральної свідомості, яка є найбільш узагальненим виразом уявлень про аморальне, що суперечить вимогам моралі, яка заслуговує засудження, а також загальною абстрактною характеристикою негативних моральних якостей.

**«Золоте правило»** – в етиці прийнято називати біблійну заповідь: «(Не) чини стосовно інших так, як ти (не) хотів би, щоб інші вчиняли стосовно тебе». Це було одне з перших в історії моральних уявлень людства щодо принципу рівності.

**Імператив** – вимога, закон, наказ, розпорядження. Згідно з І. Кантом, правило, що є об'єктивним примушенням щось здійснювати так, а не інакше.

**Калокагатія** – термін античної естетики, що позначає гармонію зовнішнього і внутрішнього, яка є умовою краси людини.

**Канон** – система правил, норм, що є пануючою в певний період в якому-небудь художньому напрямі або в моральній поведінці.

**Комунікація** – повідомлення, передача. Значеннєвий і змістовний аспект соціальної взаємодії. Основна функція комунікації – досягнення соціальної спільності при збереженні індивідуальності кожного його учасника.

**Контакт** – це дотик, поєднання. Морально-психологічний контакт – це духовний зв'язок між людьми, який забезпечує можливість взаєморозуміння і взаємовпливу. Буває емоційним та інтелектуальним,

епізодичним і постійним, усвідомленим і неусвідомленим, поверхневим і глибинно-особистим, вербальним і невербальним тощо. Контакт сприяє встановленню довіри між співрозмовниками.

**Менеджмент** – це процес планування, організації, приведення в дію та контроль з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для виконання завдань. Менеджмент пронизує організацію будь-якої професійної діяльності.

**Манера (поведінки)** – зовнішнє виявлення соціального буття людини, яке закладено в рухах, жестах, позах, поглядах, міміці, мові відповідно до осіб і обставин, закріплено у суспільстві як необхідне. Манери можна засвоїти тільки шляхом звичок і постійної практики.

**Мораль** – вид суспільних відносин і форма суспільної і індивідуальної свідомості, спосіб регуляції поведінки. Зміст моралі – сукупність особливих якостей соціального суб'єкта, які спонукають його слідувати добру і уникати зла, а також вимоги, зафіксовані в сукупності норм і принципів. Вони мають загальне значення і поширюються на всіх членів суспільства, складаючи культуру міжособистісних відносин.

**Норма** – правило, зразок, узаконене встановлення, визнане обов'язковим порядком.

**Норови** – звичаї, що мають етичне значення, підтримувані в суспільстві за допомогою моральних відносин, або, навпаки, відступаючі від вимог моральності.

**Обов'язок** – одна з основних категорій етики; суспільна необхідність, виражена в етичних вимогах у такій формі, в якій вони існують перед певною особою.

**Обряд** – традиційні символічні дії, що в образній формі виражають соціально визначені події в житті людини та соціумі, різновид погоджених дій людей, спрямованих на організацію і оформлення якогось значущого соціального факту або моральних вчинків.

**Поведінка** – це певним чином організована діяльність, яка здійснює зв'язок живого організму з навколишнім середовищем. Поведінка людини переважно є результатом низки усвідомлюваних дій.

**Правило** – точне визначення того, що варто чинити в конкретній унікальній ситуації.

**Принцип** – одна з форм етичної свідомості, в якій моральні вимоги виражаються найбільш узагальнено. Вони дають людині загальний напрям

діяльності і є підставою для конкретних вчинків і головного напрямку поведінки.

**Пристойність** – вихованість (обичайність), відповідність, ввічливість.

**Протокол** – це один із найпоширеніших документів колегіальних органів. У ньому фіксують хід і результати проведення зборів, конференцій, засідань, нарад. У протоколах відбиваються всі виступи з питань, що розглядаються, і рішення, ухвалені в результаті обговорення. Вони оформлюються на основі записів і стенограм, зроблених під час засідань.

**Професія** – історично обумовлений соціальний феномен, який пов'язаний з розподілом праці та конкретизацією трудової діяльності, яка потребує системи знань, досвіду та майстерності.

**Процедура** – офіційно встановлена послідовність виконання будь-чого, проходження, хід соціально значущої події.

**Регламент** – сукупність правил, що визначають порядок діяльності державного органу, установи, організації; порядок ведення засідань, конференцій; назва деяких актів міжнародних конгресів і конференцій.

**Реклама** – у традиційному розумінні один із маркетингових засобів, призначених стимулювати збут продукції, діяльність щодо передачі за допомогою ЗМІ інформаційних повідомлень, що мають характер переконань про будь-які товари, послуги тощо.

**Ригоризм** – різновид формалізму в моралі; моральний принцип, який характеризує спосіб виконання вимог моральності, що полягає в суворому і неухильному дотриманні певних етичних норм безвідносно до конкретних обставин і безумовній покірності обов'язку, навіть всупереч доцільності, інтересам людей і суспільства.

**Ризик** – характеризує стратегію поведінки, де існує коливання в виборі образу дій або форми поведінки.

**Ритуал** – різновид обряду, звичаю, традиції, історично сформована або спеціально встановлена дія, що відбувається внаслідок своєї символічної важливості та здатності викликати емоції у присутніх, норми складної символічної поведінки та форма її виконання, яка суворо канонізована.

**Скромність** – моральна якість, яка характеризує особу з точки зору її ставлення до оточуючих і самої себе і виявляється в тому, що людина не визнає за собою жодних виняткових достоїнств або особливих прав, добровільно підпорядковує себе вимогам суспільної дисципліни, обмежує

свої власні потреби відповідно до існуючих у даному суспільстві матеріальних умов життя народу.

**Солідарність** – єдність переконань і дій, взаємна допомога і підтримка, основана на спільності інтересів і необхідності здійснення загальної мети.

**Співчуття** – одна з форм виявлення людинолюбства, ставлення до іншої людини, основана на визнанні необхідності її потреб та інтересів; виражається в розумінні відчуттів і думок інших, надання їм моральної підтримки.

**Спілкування** – різновид взаємодії людей, що характеризує базову потребу людини бути введеною в соціум, в його культуру, духовні цінності.

**Справедливість** – поняття, яке сприяє розумінню прав людини, а також явищ з погляду розподілу соціальних і моральних благ.

**Стереотип** – система навичок поведінки, що передаються від покоління до покоління за допомогою сигнальної спадковості, специфічна для кожної етнічної системи та історично-конкретного етосу. Термін також часто вживається як визначення норм поведінки, сукупності моральних правил певної суспільної чи професійної групи.

**Стосунки** – сукупність конкретних зв'язків між окремими людьми або групами людей, які встановлюються в процесі їх практичної та духовної діяльності.

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

**Терпимість (толерантність)** – моральна якість, яка характеризує ставлення до інтересів, переконань, вірувань, звичок у поведінці інших людей. Виражається в прагненні досягти взаємного розуміння і узгодження різнорідних інтересів без застосування крайніх заходів тиску, переважно методами роз'яснення і виховання.

**Традиція** – це спосіб відтворення, збереження і трансляції елементів соціальної та культурної спадщини, що передаються від покоління до покоління. Традицією є також система норм поведінки, звичаїв і вірувань, світоглядних установлень. Традиція здійснюється завдяки багаторазовому повторюванню і поширенню сталих зв'язків і відносин моральних принципів і норм, символів і знаків.

**Церемонія** – благовоління, культовий обряд, урочистий офіційний акт, для проведення якого встановлено визначений порядок – церемоніал.

**Цифрова етика** – науковий напрям науки етики, який досліджує моральні проблеми, що пов’язані з глобальними комунікаціями сучасного інформативного суспільства.

**Цифровий етикет** – сукупність правил поведінки в умовах нових реалій сучасного мережного простору.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Воронкова, В. Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посіб. для вузів / В. Г. Воронкова, А. Г. Беличенко, О. М. Попов. – Київ: Професіонал, 2006. – 567 с.

2. Глущик, С. В. Сучасні ділові папери: навч. посіб. для вищ. та серед. спец. навч. закладів / С. В. Глущик, О. В. Дияк, С. В. Шевчук. – 3-тє вид., перероб. і допов. – Київ: А.С.К., 2001. – 400 с.

3. Етика: навч. посіб. / за ред. В. О. Лозового. – Київ: Юрінком Інтер, 2005. – 224 с.

4. Кубрак, О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: навч. посіб. з етикету для студентів. – 3-тє вид. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 222 с.

5. Культура спілкування та етикет керівника: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. В. Г. Рибалка. – Харків: Федорко, 2012. – 290 с.

6. Малахов, В. А. Етика спілкування: навч. посіб. / В. А. Малахов. – Київ: Либідь, 2006. – 400 с.

7. Проценко, О. П. Етикет в просторі практичної філософії / О. П. Проценко. – Харків: ХНУ, 2002. – 240 с.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
1. ЕТИКА, ЇЇ ПРЕДМЕТ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ .....	4
1.1. Змістовні межі понять «етос», «етика» і «мораль» .....	4
1.2. Нормативна етика та її проблеми .....	5
1.3. Призначення прикладної етики .....	6
1.4. Етика в діловому спілкуванні та корпоративній культурі .....	7
1.5. Професійна етика в моральній спрямованості людини та суспільства .....	14
Рекомендована література .....	18
2. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЕТИЧНОЇ ДУМКИ .....	19
2.1. Становлення етичного знання. Етика античності .....	19
2.2. Середньовічна етика та релігійна мораль .....	21
2.3. Етичні погляди епохи Відродження і Нового часу .....	22
2.4. Етичні погляди представників епохи просвітництва та німецької «класичної філософії» .....	23
2.5. Філософія моралі в ХІХ – ХХ століттях .....	25
Рекомендована література .....	30
3. ЕТИЧНІ КАТЕГОРІЇ ТА МОРАЛЬНА СВІДОМІСТЬ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЛЮДЕЙ .....	31
3.1. Загальна характеристика категорій і понять в етичному знанні .....	31
3.2. Добро і зло в моральних стосунках професіоналів .....	32
3.3. Совість, обов'язок і відповідальність як провідні моральні чесноти представника професії .....	34
Рекомендована література .....	37
4. ЦІННІСНІ ВИМІРИ ПРОФЕСІЙНИХ ВИДНОСИН ТА ІНДИВІДУАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ ПРОФЕСІОНАЛІВ .....	38
4.1. Довіра як моральна спрямованість професійних стосунків .....	38
4.2. Ризик і волевиявлення особи в межах професійного обов'язку .....	40

4.3. Культура спілкування професіоналів як передумова їх особистого успіху .....	43
Рекомендована література .....	46
5. ЕТИКЕТ ТА ЙОГО МІСЦЕ В КУЛЬТУРІ СПІЛКУВАННЯ ТА ПРОФЕСІЙНИХ СТОСУНКАХ .....	47
5.1. Понятійна система «етикет», «ритуал» і «церемоніал» у культурі поведінки та динаміці професійних стосунків .....	47
5.2. Дипломатичний протокол у міжнародних відносинах і реалізації професійних інтересів .....	52
5.3. Історичні етапи розвитку етикетної поведінки та її професійні виміри .....	54
5.4. Інформативна та цифрова етика як ціннісний вимір сучасної професійної діяльності .....	56
5.5. Репрезентація особистостей професіоналів у цифрових мережах .....	60
5.6. Цифрова етика та правила гарного тону .....	63
Рекомендована література .....	65
6. ПІДСУМКОВІ ТЕСТИ .....	67
ГЛОСАРІЙ .....	71
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК .....	77

Навчальне видання

**Проценко Ольга Петрівна**

**ПРАКТИЧНА ФІЛОСОФІЯ:  
ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА ТА КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА**

Редактори: Т. Г. Кардаш, В. М. Коваль

Зв. план, 2021

Підписано до друку 11.11.2021

Формат 60X84 1/16. Папір офс. Офс. друк

Ум. друк. арк. 4,4. Обл.-вид. арк. 5,0. Наклад 50 пр.

Замовлення 274. Ціна вільна

---

Видавець і виготовлювач

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

<http://www.khai.edu>

Видавничий центр «ХАІ»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

[izdat@khai.edu](mailto:izdat@khai.edu)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів  
видавничої продукції сер. ДК № 391 від 30.03.2001