

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ
Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін факультету №6**

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

з навчальної дисципліни «Культура професійного спілкування»
обов'язкових компонент
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

053 «Психологія»

За темою: «Професійне спілкування та його особливості».

м. Харків 2023 рік

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
30.08.2023 Протокол № 7
(дата, місяць, рік)

СХВАЛЕНО

Вченою радою факультету № 6
25.08.2023 Протокол № 7
(дата, місяць, рік)

ПОГОДЖЕНО

Секцією Науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
29.08.2023 Протокол № 7
(дата, місяць, рік)

Розглянуто на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін (протокол від
25.08.2023 р. № 9)

Розробник:

Доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, кандидат
філософських наук, доцент Могільова С.В.

Рецензенти:

Завідувач кафедри фундаментальних та юридичних дисциплін факультету
№6 Харківського національного університету внутрішніх справ, кандидат
юридичних наук, доцент Холод Ю.А.

Професор кафедри теоретичної і практичної філософії ім. Й.Б. Шада ХНУ
імені В.Н. Каразіна, доктор філософських наук, професор Прокопенко В.В.

Лекція № 6.

Тема: Професійне спілкування та його особливості.

План:

1. Спілкування як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії.
2. Професійне спілкування та його особливості.
3. Етика та культура професійного спілкування.

Література.

1. Ділове спілкування та культура мовлення. Пантелюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Видавництво: ЦУЛ, 2020. – 224 с.
2. Етика ділового спілкування. Тетяна Гриценко, С. Гриценко, Т. Іщенко, Т. Мельничук, Н. Чуприк, Л. Анохіна. Видавництво: Центр навчальної літератури, 2019. - 344 с.
3. Етика ділового спілкування: навч.посібник / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, В.В. Мельник. - Львів: Магнолія 2019. - 312 с.
4. Етика ділового та повсякденного спілкування. Кубрак О. В. Видавництво: Університетська книга, 2023. – 222 с.
5. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування. Джеймс Борг. Видавництво: Фабула, 2019. - 304 с.

1. Спілкування як основа життєдіяльності людей та їхньої взаємодії.

Щоб зрозуміти наукову природу спілкування, можна скористатися підходами, в основі яких лежить роль, яку відіграє для нас Інший, з яким ми вступаємо в контакт:

- моносуб'єктивний підхід,
- полііндивідний,
- інтеріндивідний та
- суб'єкт-суб'єктний.

Згідно з **моносуб'єктним підходом** людина в цьому світі майже самотня. Спілкування для неї – епізод з її життя, в якому інша людина не відіграє помітної ролі.

Полііндивідний підхід до спілкування ґрунтується на уявленні, що індивід не просто один, а один з-поміж інших. Особистостями стають лише окремі люди – «вожаки», «герої», «керівники». Тут вплив однієї людини передбачає врахування психіки інших. На визнанні цього чинника побудована, наприклад, прикладна дисципліна «іміджологія».

В основі **інтеріндивідного підходу** лежить згода, тобто однакове розуміння людьми ситуації. Під час такого спілкування люди поступаються одне одному, пристосовуються одне до одного. Проте якщо роль Іншого не відповідає сподіванням людини, то для неї основною буде власна позиція, а Інший стане об'єктом, а не суб'єктом спілкування.

Якщо ж Інший залишається для співрозмовника значущою, унікальною,

неповторною особистістю, то спілкування матиме характер **суб'єкт-суб'єктного**. Цей підхід можна визначити як діалогічний.

Жодний з описаних підходів не є «позитивним» або «негативним». Усі вони допомагають пізнати механізми спілкування, розширюють спектр наукових даних. Автори, використовуючи все цінне, що притаманне різним підходам, при розгляді того, що становить найвищий рівень спілкування, спираються насамперед на суб'єкт-суб'єктний підхід. Саме він є найближчим до гуманістичної орієнтації в етиці та психології, а отже, і у спілкуванні.

Спілкуючись, люди обмінюються інформацією, узагальненнями, думками, почуттями. Тому спілкування можна охарактеризувати так:

- комунікація, приймання і передання інформації (зрозуміло, що інформацію можна отримати також завдяки спостереженню);
- взаємодія, взаємовплив, обмін думками, цінностями, діями;
- сприймання та розуміння одне одного, тобто пізнання себе та іншого.

Отже, **спілкування** – це міжособистісна та міжгрупова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо). Іншими словами, **спілкування** – це взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження та об'єднання зусиль з метою налагодження взаємин і досягнення загального результату.

Без спілкування неможливе існування людського суспільства. Особливо це відчують ті, хто тривалий час живе один. Наприклад, дослідник Р. Бард, який протягом шести місяців перебував один серед снігів Антарктиди, писав, що людина не може обійтися без звуків, голосів, без спілкування з іншими, як не може жити без фосфору або кальцію. У самотності він шукав спокою та духовного збагачення, а знайшов лише розчарування й безвихідь. Відомо, що найтяжчим покаранням у Стародавній Греції був остракізм, тобто заборона спілкуватись із засудженим.

Звичайно, іноді людині треба побути наодинці. Таке перебування сам-на-сам зі своїми думками М. Монтень, наприклад, відносить до одного з видів спілкування. Цей погляд поділяють не всі вчені, однак і він має право на існування.

Ще одне, близьке до вже зазначених, визначення спілкування:

Спілкування – вид взаємодії людей, що полягає в обміні інформацією, думками, досвідом, знаннями, уміннями, навичками та результатами діяльності, ставленням до людини, предметно втіленими в матеріальній та духовній культурі.

У педагогіці спілкування є важливою частиною професійної діяльності, від його якості та культури залежать фахові досягнення того, хто навчає, академічні успіхи тих, хто навчається, і фізичне та моральне здоров'я тих і тих, швидкість і якість розвитку особистості.

Спілкування розглядається як:

- особливий вид діяльності, який відбувається за допомогою мови або сленгу, міміки, пози, рухів тіла, жестів, зображення, символів, звукових сигналів, умовних позначень (В. Давидов, Д. Ельконін);

- найважливіше середовище духовного, суспільного й особистісного прояву людини, становить живий безперервний процес взаємодії людей, людини з собою та світом, у цьому розумінні воно є чинником розвитку особистості (Н. Волкова);

- комунікативна взаємодія, спрямована на встановлення сприятливого психологічного клімату, психологічну оптимізацію діяльності і стосунків (В. Кан-Калик, І. Кон, К. Роджерс);

- самотійна і специфічна форма активності особистості, що є необхідною умовою об'єднання людей для будь-якої спільної діяльності. Його мета – взаємини з іншими людьми, досягнення певного взаєморозуміння, вирішення ділової справи (А. Мудрик);

- комунікативний процес, у якому беруть участь не менше двох суб'єктів: той, хто говорить (адресант), та той, хто слухає (адресат). Спілкування не може відбутися, якщо ті, хто беруть у ньому участь, не знають мови. При спілкуванні виникає висловлення – результат інформації адресанта з приводу предмета для адресата (Ф. Хміль);

У вивченні спілкування можна виокремити два напрями:

- теоретичні дослідження спілкування;
- практичне навчання форм і методів з метою підвищення рівня культури спілкування.

Таким чином, можна дати ще таке визначення: **спілкування** – це складний багатоплановий процес установаження й розвитку контактів між людьми, що породжується потребами в спільній діяльності і включає обмін інформацією, сприймання й розуміння між людьми, вироблення єдиної стратегії взаємодії.

У процесі спілкування знаходять свій вияв дві своєрідні суперечності:

- з одного боку, людина прилучається до життя суспільства, засвоює його досвід, наукові й культурні здобутки людства,
- а з другого, – відбувається її відособлення, формується індивідуальна неповторність, самобутність (Д. Аткинсон, Р. Бернс, Дж. Джанпольські, І. Риданова).

2. Професійне спілкування та його особливості.

Поняття професійного спілкування має широке і вузьке значення.

У першому значенні його можна визначити як комунікативні навички і якості, властиві професіоналу, на відміну від дилетанта. Професіонал розглядається в цьому випадку як людина, яка має значний досвід і високі професійні стандарти.

У вузькому розумінні професійне спілкування включає особливості, характерні для окремо взятої професії.

Професійне спілкування – це важливий засіб і умова розв'язання завдань певної професійної діяльності. Якщо поза діяльністю люди керуються особистими мотивами, то під час професійного спілкування мета визначається характером і потребами професійної діяльності.

У науковій літературі поряд із поняттям “професійне спілкування” часто

використовується термін “ділове спілкування” і ці терміни вживаються як синоніми. Крім того, у психологічній літературі досить часто виділяються два типи спілкування – **неформальне і формальне**.

Перше (неформальне) – суб’єктивне, нерегламентоване, його мета й характер багато в чому визначаються особистими стосунками людей (мати – дитина, чоловік – дружина).

Формальне спілкування обумовлене соціальними функціями людини, регламентоване за формою та за змістом (керівник – підлеглий).

Ділове спілкування - складний багатоплановий процес розвитку контактів між людьми в службовій сфері. Його учасники виступають в офіційних статусах і орієнтовані на досягнення певної мети, конкретних завдань.

Специфічною особливістю саме ділового спілкування є регламентованість, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, які визначаються національними і культурними традиціями, професійними етичними принципами. Етичні норми, в яких виражені уявлення людини про добро і зло, про справедливості і несправедливості, правильності або неправильності вчинків, виступають одним з головних регуляторів відносин між людьми. Для кожного суспільства існує система загальноприйнятих норм, правил, що визначають ступінь етичності поведінки людини в спілкуванні. Від знання цих норм, вміння і навичок їх застосування залежить успіх спілкування.

Оскільки ділове спілкування належить до формального, воно здійснюється у відповідності з деякими правилами і спрямоване на встановлення контактів і підтримку зв’язків між зацікавленими у спільній діяльності суб’єктами. Ділове спілкування, на думку С. І. Ожегова, – це „спілкування, що стосується суспільної, службової діяльності, роботи”. У діловій сфері людина проводить значну частину свого життя. Тут вона грає цілий ряд специфічних ролей: фахівця, керівника, підлеглого, колеги тощо. Кожна роль виконується у певній ситуації і регламентується певними соціальними нормами, правилами. Ділове спілкування характеризується тим, що його мета визначається завданнями того чи іншого виду предметної діяльності – виробничої, обслуговуючої, наукової тощо. Трудова діяльність містить у собі спілкування учасників взаємодії як необхідний засіб забезпечення її ефективності.

В яких би формах не здійснювалося спілкування, воно є діловим, якщо його визначальним змістом є соціально-значуща спільна діяльність.

Головним у діловому спілкуванні є предмет спілкування, тобто спільна справа і ставлення учасників до неї. Предметні позиції партнерів є визначальними у процесі спілкування, а здатність розуміти предметні позиції один одного складає необхідну умову успіху ділової комунікації.

Характерні особливості ділового спілкування:

- предметом ділового спілкування є спільна справа і ставлення учасників до неї;
- потреба в діловому спілкуванні визначається виробничою необхідністю у розв’язанні проблем і веденні переговорів;
- мотивами ділового спілкування є інтереси справи;

- мовні дії регламентуються встановленими правилами поведінки і мають формально-рольовий, не особистісний характер;
- метою ділового спілкування є розв'язання професійних і соціальних завдань.

Отже, **ділове спілкування** – це специфічна форма взаємодії людей, що здійснюється на основі встановлених норм і спрямовується на ефективне виконання спільної діяльності. Ділове спілкування властиве людям, які виконують певний вид професійної діяльності. Воно ґрунтується на загальних соціально-психологічних закономірностях і орієнтується на успішне й ефективне виконання професійних обов'язків, включає обмін пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивами з метою розв'язання конкретних проблем, підписання угод чи встановлення інших відносин між суб'єктами спільної діяльності

Оскільки професійне спілкування формується в умовах конкретної професійної діяльності, тому воно певною мірою вбирає в себе її особливості і є важливою частиною цієї діяльності.

У професійній діяльності люди намагаються досягти не лише загальних, а й особисто значущих цілей, завдяки знанням і вмінням, навичкам. Професійне спілкування є однією з універсальних реальностей буття людини, специфічним видом і необхідною умовою її діяльності.

Професійне спілкування – творчий, керований процес взаємообміну повідомленнями, організації взаєморозуміння, досягнення оптимальної взаємодії, взаємопізнання в різних видах діяльності учасників професійно спрямованої комунікації.

Творчість – психологічний процес створення нових цінностей; діяльність, результатом якої є створення нових матеріальних і духовних цінностей. Будучи по суті культурно-історичним явищем, творчість має психологічний аспект – особистісний і процесуальний. Припускає наявність у суб'єкта здібностей, мотивів, знань, умінь, завдяки яким створюється продукт, що відрізняється новизною, оригінальністю, унікальністю.

Творча діяльність надзвичайно складна, реалізується в розмаїтості форм. Кожна особа здатна до творчості, у ній вона розкривається з найбільшою повнотою.

У професійному спілкуванні спеціаліст стикається з безліччю непередбачених ситуацій, у яких по-новому треба розв'язувати завдання взаєморозуміння і взаємодії, вирішення яких не можна здійснити за відомим алгоритмом чи шаблоном, хоча знання загальних творчих підходів до розв'язання професійних завдань звичайно сприяють подоланню труднощів.

Творчий спеціаліст – це насамперед дослідник, якому притаманні такі особистісні якості:

- наукове мислення,
- певна дослідницька сміливість,
- критичний аналіз і підхід до розв'язання завдань,
- розвинена інтуїція,
- потреба в професійному самовдосконаленні, розумному використанні передового досвіду тощо.

Він уміє приймати оригінальні рішення, використовує новаторські методи роботи, ефективно виконуючи свої професійні функції.

3. Етика та культура професійного спілкування.

Етика ділового спілкування займається виявленням норм і правил спілкування, прийнятих в тих чи інших ситуаціях і умовах спілкування, а також прогнозуванням і визначенням лінії поведінки і вивченням факторів, що впливають на поведінку в діловій сфері.

Моральна сторона ділового спілкування відіграє велику роль. В практиці ділового життя люди прагнуть до досягнення не тільки загальних, але і деяких значущих особистих цілей. Звідси важливо не забувати в ділових **відносинах золоте правило моралі**: не роби іншому того, чого не хочеш собі.

Незважаючи на всю проблематичність і труднощі вибору моральної позиції, в спілкуванні є ряд таких положень, слідуючи яким можна в значній мірі полегшити ділове спілкування, підвищити його ефективність і уникнути невдач в процесі спілкування:

- слід хвалити інших, а висувати претензії до себе;
- моральне ставлення оточуючих до нас залежить, в кінцевому рахунку, тільки від нас самих;
- коли мова йде про практичне затвердження норм моралі, основний імператив - почни з себе.

Специфіка ділового спілкування обумовлена тим, що воно виникає на основі і з приводу певного виду діяльності, пов'язаної з виробництвом якого-небудь продукту або ділового ефекту. При цьому сторони спілкування виступають у формальних (офіційних) статусах, які визначають необхідні норми і стандарти поведінки людей.

Відмінною рисою ділового спілкування є те, що воно не має самодостатнього значення, не є самоціллю, а служить засобом для досягнення будь-яких інших цілей. В умовах ринкових відносин - це, перш за все, отримання максимального прибутку.

Етику ділового спілкування можна визначити як сукупність моральних норм, правил і уявлень, що регулюють поведінку і відносини людей в процесі їх виробничої діяльності. Вона являє собою окремий випадок етики взагалі і містить в собі її основні характеристики.

Ділова етика базується на повазі до інтересів не тільки своєї установи (фірми), але і партнерів, клієнтів і суспільства в цілому. Дане правило поширюється також на конкурентів - забороняється наносити їм шкоду прийомами, що виходять за рамки конкурентної боротьби. Етика виступає за отримання благ максимальним числом учасників ринку і рівні можливості доступу до них. Основа сучасної ділової етики – соціальний контракт і соціальна відповідальність фірми.

Протиріччя між етикою і бізнесом, між належним і суцям дуже гостро проявляється в діловому спілкуванні, причому на самих різних рівнях: як між організацією і середовищем, так і всередині самої організації. В середовищі

керуючих, підприємців і взагалі ділових людей по відношенню до зазначеного протиріччя існують **дві основні позиції**.

Прихильники першої, які вважають себе прагматиками, вважають, що в діловому спілкуванні і взагалі в бізнесі етика сама по собі не потрібна. Єдиний обов'язок і керуючого корпорацією, і працюючого по найму у власника бізнесу - досягнення будь-якими доступними засобами максимального прибутку (результату). З цієї позиції етичні норми і сама мова етики розглядається як перешкода в діловому спілкуванні. В ньому (діловому спілкуванні) намагаються уникнути розмов про мораль, етичні ідеали, борг, соціальні обов'язки, тому що в результаті з'являються «зайві» проблеми, такі, що «не відносяться до справи», ті, що стосуються моральної та соціальної відповідальності.

Крайнім випадком неетичної поведінки керівників підприємства, людей бізнесу є порушення закону. Представники ділового прагматизму іноді використовують для досягнення своїх цілей далекі від норм моралі засоби: хабарі, підкупи т. п. Але крім цього і самі цілі ділового спілкування можуть носити неетичний характер. При цьому спілкування може розглядатися як неетичне не тому, що воно протизаконно, а внаслідок несумісності цілей ділового спілкування з моральними принципами (цінностями). Прикладом може служити укладання угод, контрактів на будівництво екологічно шкідливих підприємств.

У поняття етики ділового спілкування входить турбота керівників підприємств про якість виробленої продукції, відповідальність за ту шкоду, яку вона може завдати.

Другі, прихильники дотримання етичних норм в діловому спілкуванні, розглядають етику не тільки як необхідний моральний імператив поведінки, але і як засіб (інструмент), що допомагає збільшити прибуток, що сприяє зміцненню ділових зв'язків і поліпшенню ділового спілкування. Такий підхід можна визнати більш цивілізованим і, в цілому, більш ефективним, так як підприємства - компонент суспільства - стверджуючи етичні норми у себе, в той же час сприяють їх поширенню в суспільстві, в навколишньому соціальному середовищі. А чим більш благополучною стає атмосфера в суспільстві, тим більш сприятлива обстановка створюється і для бізнесу.

Таким чином, є **два найбільш поширених принципу побудови етичної аргументації - принцип утилітаризму і принцип морального імперативу**.

Відповідно до принципу утилітаризму дія вважається морально виправданою, якщо вона приносить або має тенденцію принести максимальну користь максимальному числу осіб. Сумарна користь зіставляється з об'ємом завданої шкоди. І якщо вона переважає, рішення є неетичним. Якщо ж всі альтернативні дії завдають ту чи іншу ступінь шкоди, то вибирається «найменше зло».

Відповідно до принципу морального імперативу моральні рішення не повинні залежати від конкретного результату (будь-який хабар є зло, обман одного клієнта є таким же аморальним, як і багатьох).

Застосовувати на практиці обидва ці принципи досить складно. Виявити коло «зачеплених» рішенням осіб і організацій, прорахувати всі наслідки, а

головне, визначити, чиїми інтересами поступитися, - трудомістке, а іноді і нездійсненне завдання.

Так, успішний страйк є важливим для робітників даного підприємства, але завдає збитків роботодавцям і клієнтам, не відповідає інтересам споживачів.

Моральний аспект мають багато рішень, які зачіпають інтереси інших людей або організацій, але правильний вибір не завжди лежить в області етики. Наприклад, для репутації фірми важливо з'ясувати, чи зменшать вигоду від реструктуризації моральні витрати, що виникають внаслідок скорочення штатів, або, навпаки, компанія скоріше виграє, ніж програє (скажімо, в очах інвесторів), а може бути, скорочення штатів безальтернативно і не підлягає моральній оцінці.

Хоча для бізнесу економічне обґрунтування прийнятих рішень відіграє провідну роль, це не означає, що етика поступається або перешкоджає економічній або іншій вигоді (наприклад, технологічній). При виробленні оптимального рішення важливо, щоб етичні міркування посилювали дію економічного або інших факторів, а ті в свою чергу підсилювали дію етичного. Етика не претендує на роль «Судді», вона спрямована на прийняття обґрунтованого рішення, виправданого з усіх точок зору. Можна, наприклад, підкріпити технологічне рішення, ясне тільки фахівцям, моральними аргументами, зрозумілими співробітникам фірми. Так, рішення виділити асигнування для спонсорської діяльності або на нові очисні фільтри неможливо аргументувати економічними міркуваннями, тут «спрацює» етика, що враховує соціальні пріоритети. Продаж спиртного неповнолітнім збільшує прибуток, але не допускається з етичної, правової, соціальної точок зору, і їх сукупність переважає економічні доводи.

Згідно, наприклад, з однією з діючих на Заході моделей етично обґрунтованих рішень, менеджери, які їх приймають, діють за певною схемою.

По-перше, збирають інформацію для всебічного обґрунтування рішення, і, якщо воно зачіпає інтереси основних учасників бізнесу, менеджери прогнозують ступінь позитивного і негативного впливу.

По-друге, після виключення неприйнятних варіантів готуються два варіанти етичного обґрунтування - бажане і мінімально прийнятне; з'ясовується при необхідності, чи можливо перетворити мінімально прийнятне етичне обґрунтування в бажане.

Бажаний рівень етичного аспекту рішення - це, зокрема, справедливе працевлаштування без дискримінації за непрофесійним ознаками, пропозиція соціальних благ, достовірна інформація про продукт.

Мінімально прийнятний рівень - нечесність в дрібницях, невеликі хабарі або подарунки, несуттєві неточності в інформації.

Неприйнятний рівень - великі хабарі, обман клієнтів, споживачів, дискримінація за непрофесійним ознаками.

Гнучке застосування ділової етики дозволяє максимально використовувати потенціал етичного фактору, не створюючи конфлікту з іншими компонентами.

Специфічні риси професійного спілкування – це свідоме, цілеспрямоване управління комунікацією, наявність загальної та конкретної мети спілкування, а

також наукова обґрунтованість і високий професійний рівень. Для того, щоб контакт був справді глибоким, особистість, окрім професійних знань, знань про спілкування, певних навичок і вмінь, повинна мати ще й позитивну комунікативну установку на спілкування, причому установку не просто на встановлення контакту, а на людину як загальнолюдську цінність, тоді цей контакт стане олюдненим, і спілкування відбуватиметься на високому рівні.

Високий рівень характеризує поняття „культура” (лат. cultura) – сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людським суспільством, що характеризують відповідний рівень розвитку суспільства.

У широкому значенні «культура» зумовлює неповторне обличчя народу, несхожість одного на іншого, тому стратегічне завдання культури – підвищення загального культурного рівня через вироблення принципово нових форм діяльності, які залучають до роботи людей, що відроджують та розвивають національну культуру. Існує безліч різноманітних варіантів цього поняття. Відношення до культури професійного спілкування мають такі:

- культура – сукупність досягнень виробничих, суспільних, духовних відносин, високий рівень розвитку вміння (С. Ожегов);
- культура – загальноприйнятий засіб мислення (К. Юнг);
- культура – це форма вільного рішення та переробка своєї долі у свідомості її історичної та загальної відповідальності (В. Біблер).

Культура професійна спілкування (КПС) – це соціально значущий показник рівня знань, здібностей, здатність та вміння здійснювати свої взаємини з людьми, сприймати, розуміти, засвоювати зміст думок, почуттів, намагань розв’язування конкретних завдань у професійній діяльності.

Формується на основі певних умов здійснення професійної технології, вбирає в себе її особливості, базується на ній, є важливою складовою частиною, засобом діяльності.

Культура спілкування – невід’ємна частина загальної культури людини. Аналіз трактувань, наведених у літературі, свідчить, що культура спілкування, культура поведінки, культура мовлення в житті найчастіше постають у єдності. Поняття культури спілкування найчастіше ототожнюють з поняттям культури мовлення, але з наукової точки зору це, безсумнівно, різні поняття.

Культура мовлення – це здатність використовувати оптимальні для конкретної ситуації мовні засоби. Проте людина, ввічливо та доброзичливо звертаючись до інших, може вживати слова, порушуючи граматичні правила, та ін.

У культурі професійного спілкування можна виокремити загальні норми спілкування, що зумовлюються характером суспільного ладу та ґрунтуються на здобутках минулого й сучасного.

Водночас культура має індивідуальний характер і проявляється у способах спілкування, що їх обирає суб’єкт у певних ділових ситуаціях щодо конкретних людей, конкретної справи. Змістом ділового спілкування є „справа”, з приводу якої виникає й розвивається взаємодія.

Головними характеристиками КПС є:

- ❖ позитивність у відношенні до культурного контексту (суб’єкт має

здібності до продуктивного культурного існування через культурний спосіб життя, уміння залучати інших до цінностей культури за допомогою підвищення достоїнності кожної людини);

- ❖ успішність у діяльності та в житті (визначається здібностями, які дозволяють реалізувати себе в житті, досягти високого життєвого рівня, досконалого фізичного, психічного, духовно-морального стану);

- ❖ творча спрямованість та рефлексивність (лат. reflexio – відображення, роздум, сумніви, обмін думками між рівноправними партнерами в діалозі);

- ❖ суб'єкт-суб'єктні взаємини (співрозмовники є особистостями, значущими одне для одного);

- ❖ активна взаємодія;

- ❖ цілеспрямованість (з приводу конкретної справи);

- ❖ продуктивна співпраця, співтворчість (основне завдання спілкування),

- ❖ ефективність, результативність (високий рівень професійних досягнень).

Важливу роль у досягненні результатів діяльності має комунікативність, комунікативна компетентність, професіоналізм (професійна майстерність, фахова підготовка спеціаліста, професійна самосвідомість, професійно значущі властивості), сформованість індивідуального стилю спілкування, професійна етика, професійний такт.

Професійне спілкування – багатоплановий процес становлення та розвитку контактів, заснований на потребі спільної діяльності, який **включає такі функції**:

- регулятивну (регулює офіційні стосунки в державно-правовій і суспільно-виробничій сферах);

- комунікативну (обмін інформацією);

- інтерактивну (обмін діями);

- перцептивну та рефлексивну (взаємосприймання і встановлення взаєморозуміння між партнерами по спілкуванню).

Реалізація функцій та вміле використання видів, типів і форм спілкування є передумовою культури професійного спілкування.