

**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: «Структура професійного спілкування».

**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 № 8.

## Тема: Структура професійного спілкування.

## План:

1. Структурні компоненти професійного спілкування. Мотиваційно-ціннісний компонент професійного спілкування.
2. Перцептивний і рефлексивний компоненти професійного спілкування.
3. Комунікативний компонент професійного спілкування.
4. Інтерактивний компонент професійного спілкування.
5. Морально-етичний, естетичний та технологічний компоненти професійного спілкування.

*Література.*

1. Мистецтво говорити. Таємниці ефективного спілкування. Джеймс Борг. Видавництво: Фабула, 2019. - 304 с.
2. Ораторське мистецтво. Підручник. Кацавець Р.С. Видавництво: Алерта, 2021. – 250 с.
3. Основи культури мовлення. Валентина Пасинок. Видавництво: Центр навчальної літератури, 2020. - 184 с.
4. Професійна етика. Василь Бралатан, Любов Гуцаленко, Наталія Здирко. Видавництво : Центр учбової літератури, 2021. – 252 с.
5. Професійно-педагогічна мобільність викладача. Ієвлєв О.М. Видавництво: Львівська політехніка, 2020.

1. Проводячи структурний аналіз та враховуючи складність природи спілкування, ми спираємося на загальну структуру діяльності людини, розроблену в психологічній теорії Д. Ельконіним, В. Давидовим, А. Марковим. Вони виділяють три основні чинники всякої діяльності:

- мотиваційно орієнтовний;
- центральний (виконавчий);
- контрольно-оцінний.

На думку В. Давидова, ця базова модель у кожному конкретному випадку дослідження повинна бути розгорнута відповідно до характерних особливостей виду діяльності, який вивчається. Інтерпретуючи цю схему **відносно професійного спілкування**, ми виділяємо низку компонентів структури професійного спілкування:

- ☐ мотиваційно-ціннісний;
- ☐ організаційно-планувальний;
- ☐ змістовно орієнтовний;
- ☐ діяльнісно-операційний;
- ☐ контрольно-оцінний.

Культура професійного спілкування є цілісною системою, яка охоплює зовнішню та внутрішню сторони цього процесу. Логічно поставити запитання про специфіку психологічного та педагогічного підходів до вивчення проблеми

спілкування. Психологія зосереджує увагу на внутрішньому аспекті спілкування, а педагогіка – на зовнішньому, з урахуванням психологічних процесів та закономірностей розвитку міжособистісних взаємин та технологій цілеспрямованого формування, а також моральні, естетичні, технологічні аспекти ефективності професійного спілкування.

На сучасному етапі достатньо розробленим є соціально-психологічний блок спілкування, продуктивність якого залежить від взаємосприймання, взаємовідчуття та взаємодії суб'єктів. У психології структурні компоненти мають різні термінологічні значення:

- комунікативний, інтерактивний, перцептивний (Г. Андреев);
- афективний, перцептивний, практичний (А. Бодальов);
- інформаційний, афективний і регулятивний (Б. Ломов);
- когнітивний, афективний, поведінковий (Я. Коломінський).

Ми виділяємо такі структурні компоненти професійного спілкування:

- ✓ мотиваційно-ціннісний компонент професійного спілкування;
- ✓ перцептивний – процес взаємного сприймання й розуміння співрозмовників, пізнання ними один одного;
- ✓ рефлексивний – процес забезпечення розуміння та формування образу іншої людини;
- ✓ комунікативний – обмін інформацією між індивідами та її уточнення, розвиток;
- ✓ інтерактивний – організація взаємодії суб'єктів, які спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, думками, ідеями, а й діями, зокрема при побудові спільної стратегії взаємодії.
- ✓ Морально-етичний компонент є основою культури професійного спілкування, включає етичні норми та ритуальні правила ділових взаємин, знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, використанням способів і засобів взаємовпливу, взаєморозуміння, професійну етику, професійний такт.
- ✓ Естетичний компонент – характеризує високий рівень культури спілкування, гармонію внутрішніх та зовнішніх особистісних проявів, артистизм, творчу самобутність, культуру мовлення, культуру поведінки, культуру почуттів, професійний етикет.
- ✓ Технологічний – детермінований використанням професійних технологій.

### **Мотиваційно-ціннісний компонент професійного спілкування.**

**Мотив** – внутрішня спонукальна сила, бажання спілкуватися (потреби, інтереси, прагнення, емоції). Зусилля, необхідне для виконання дії, визначається силою мотивації.

**Мотивація** – цілеспрямованість, усвідомленість мети (ідеальне уявлення результату, предмета, явища, діяльності спілкування), активізує, стимулює діяльність людини. Чим сильніше мотивація, тим менше зусиль потребує підтримка діяльності, протистояння бар'ерам та перешкодам, тим менше треба докласти зусиль, задіяти волю.

Мотивація характеризується:

–самовизначенністю мети (результат вільного рішення, спілкування знижується, якщо мета визначається кимось, бо відчувається примус, повинність, яка знижує силу діяльності);

–добровільністю (основа легкості виконання будь якої дії).

Легко робити звичайне, бо включається сила звички, яка звільняє багато енергії. „Людина волі” ніби дрімає й іноді встає поправити „людину звички”. Трудно робити нову справу – з’являється внутрішня напруга, невпевненість, страх, сумнів і т. п.

Рушійною силою будь-якої діяльності, вияву в ній активності є потреби.

**Потреба** – це бажання мати або діяти, особливий психічний стан, відчуття або усвідомлення „напруги”, „невдоволення” без бажаного. Професійна діяльність спонукається низкою мотивів-потреб:

а) потребою в спілкуванні;

б) потребою в спілкуванні з людьми через професійну діяльність;

в) потребою в самореалізації творчого потенціалу.

Кожний індивід має низку основних потреб: кимось бути, щось мати, щось діяти, знати, відчувати.

Змістовно-ціннісний бік культури професійного спілкування спирається на ціннісні орієнтації, позитивну або негативну емоційну оцінку, на духовний внутрішній зміст.

**Цінність** – це позначення об’єктів, явищ та їхніх властивостей, а також абстрактних ідей, які втілюють узагальнені ідеали й постають завдяки цьому як еталон належного. Визначається морально-етичними характеристиками ставлення до співрозмовника, формує зміст спілкування. У духовному відношенні цінності відроджують його самого з усіма його потребами. Обираючи певні моральні, естетичні, культурні, духовні цінності, тим самим людина підтверджує свідоме ставлення до них, дієвість своїх мотивів, цілісність моральної, духовної свідомості загалом.

Моральні цінності добра, обов’язку, відповідальності, справедливості, честі й гідності людини, совісті тощо помітно впливають на спільну діяльність людей, на характер і ефективність спілкування.

Коли рівень духовності в країні падає, моральні цінності нерідко знецінюються. Загроза дегуманізації виникає там, де людина звикає ототожнювати себе зі своєю функцією, своєю соціальною роллю.

## **2. Перцептивний та рефлексивний компоненти професійного спілкування.**

Взаємодія між учасниками спілкування супроводжується сприйманням або несприйманням, розумінням або нерозумінням партнера.

**Перцепція** – емоційна характеристика взаємосприймання суб’єктів один одного, чуттєвість переживання суб’єктів щодо переживання оточуючих.

**Сприймання іншої людини** – це відображення її зовнішніх ознак, співвіднесення їх з особистісними характеристиками індивіда та інтерпретацію на цій основі її вчинків. Психологи вважають, що відбувається пізнання однієї людини іншою. Під час спілкування одна людина емоційно оцінює іншу, намагається зрозуміти її вчинки, виробити стратегію зміни її поведінки та побудувати власну, при цьому відбувається усвідомлення себе через іншого за допомогою механізмів емпатії, ідентифікації, симпатії або антипатії, рефлексії.

**Емпатія** – психологічна здатність проникнення в переживання іншої людини, збагнення її емоційного стану; здатність до співчуття в усьому емоційному спектрі, уміння поставити себе на місце іншого, перебороти рамки своєї життєвої ситуації.

Ширше, ніж поняття жалю, вміщує не тільки співчуття в біді, а й співпереживання радості.

Високому рівню культури спілкування властива велика відкритість як передумова більшої здатності до емпатії. Використання емпатії – важлива частина методів психологічного консультування, запропонованих американським психологом Карлом Роджерсом.

У сучасному суспільстві людина демонструє значно більше симпатії (почуття емоційної позитивної налаштованості до партнера) та антипатії (негативне сприймання і ставлення до співрозмовника)

Розрізняють три складники емпатії:

- емоційну, що ґрунтується на механізмі наслідування моторних і афективних реакцій іншої людини;
- когнітивну, яка базується на інтелектуальних процесах, знаннях, вміннях, навичках;
- прогностичну, що проявляється як здатність людини передбачати афективні реакції іншого в конкретних ситуаціях.

**Рефлексія в спілкуванні** – це усвідомлення того, як суб'єкта сприймають і оцінюють інші, здатність розуміти партнера по спілкуванню. Щоб досягти під час спілкування взаєморозуміння, необхідно враховувати не лише потреби, інтереси, установки іншого, а й думати про те, як він ставиться до ваших потреб, інтересів, установок, якими він бачить ваші індивідуальні особливості, як інтерпретує ваші емоційні реакції й думки. Іншими словами, рефлексія в процесі взаєморозуміння – це подвоєне, дзеркальне взаємовідбиття суб'єктами спілкування один одного.

Відбувається в процесі ідентифікації (механізм схожий на емпатію – так зване афективне „розуміння”) – це процес проникнення в переживання іншої людини, уподібнення, ототожнення себе з іншим, що сприяє розумінню партнера по спілкуванню, стимулює відповідну поведінку (альтруїстичну, гуманістичну, емпатійну тощо).

Рефлексія – продукт знання, емпатія – емоційне відчуття в процесі спілкування.

Для успішного спілкування важливим є використання гуманістичних орієнтацій у взаєминах, дотримання емпатійного способу спілкування (сприймання внутрішнього світу іншої людини із збереженням притаманних їй емоційних і змістовних відтінків).

### **Комунікативний компонент професійного спілкування.**

**Комунікація** – смисловий та індивідуально-змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах соціальної взаємодії.

Важливу роль відіграє значущість інформації, завдяки якій партнери намагаються виробити загальний зміст, однакове розуміння ситуації. Це можливо лише за умови, що інформація прийнята, зрозуміла та осмислена. Тому в комунікативному процесі поєднані діяльність, спілкування й пізнання.

Усвідомлення сутності комунікативного процесу й уміле використання його елементів сприяє уникненню проблем, зумовлених спотворенням, проходженням часткового обсягу інформації.

**Комунікативні проблеми** пов'язані з ускладненнями в передаванні інформації:

Сказати, ще не означає -----почути.

Почути, ще не означає -----зрозуміти.

Зрозуміти, ще не означає -----погодитися.

Погодитися, ще не означає ----використати на практиці.

Використати на практиці, ще не означає---запам'ятати, пропустити через себе.

Ми вже згадували, що звичайно виокремлюють комунікацію вербальну (словесну) та невербальну. Засобом першої є мова, другої – оптико-кінетичні системи знаків (жести, міміка, пантоміміка), пара- та екстралінгвістична система (інтонація, паузи тощо), система організації простору та часу комунікації, а також система „контакту очима”.

Ступінь запам'ятовування людиною інформації залежить від кількості органів чуття, задіяних у комунікативному процесі. Результати експериментальної психології свідчать, що людина сприймає інформацію приблизно в таких пропорціях:

80% – зором;

15% – на слух;

3% – на дотик;

1% – на смак;

1% – нюхом.

Ефективність комунікативного процесу значною мірою залежить від форми передавання інформації (усної, візуальної чи їх поєднання). Дослідження показують, що забувається:

	через 3 години	через 3 дні
Почуте	до 30%	до 90%
Побачене	до 28%	до 80%

Почуте й  
побачене

до 15%

до 35%

**Комунікативний процес** – обмін інформацією між людьми з метою забезпечення її розуміння як предмета обміну, точне й повне засвоєння повідомлень.

У цьому процесі взаємодіють такі базові елементи:

- ☐ відправник (адресант) – особа, яка генерує ідеї або збирає й передає інформацію;
- ☐ повідомлення – закодована за допомогою символів інформація;
- ☐ канал (засіб) передавання інформації;
- ☐ одержувач (адресат) – особа, якій призначена інформація і яка її інтерпретує.

Під час обміну інформацією відправник і одержувач проходять кілька взаємопов'язаних етапів комунікативного процесу, завданням якого є – створення повідомлення й використання каналу для його передавання, щоб обидві сторони однаково зрозуміли ідею.

Досягти цього складно, оскільки на кожному етапі зміст повідомлення може бути спотвореним, частково або цілком утраченим.

Етапи процесу:

- ❖ зародження ідеї;
- ❖ кодування й вибір каналу інформування;
- ❖ передавання;
- ❖ декодування інформації.

**Зародження ідеї.** Обмін інформацією розпочинається з формування ідеї або відбору інформації. Відправник визначає, яка ідея (повідомлення) стане предметом обміну. Багато спроб обміну інформації може бути невдалими, оскільки відправник недостатньо опрацьовує повідомлення, не надає йому необхідної форми.

**Кодування й вибір каналу інформування.** Кодування за допомогою символів перетворює ідею на повідомлення. Відправник вибирає канал інформування, здатний передати символи, для комунікації (передавання мови й письмових матеріалів, електронні засоби зв'язку, зокрема комп'ютерні мережі, електронна пошта, відеострічки тощо). Якщо канал непридатний для фізичного втілення символів, передавання інформації не відбудеться (неможливо передати телефонним зв'язком картину художника). Якщо канал інформування частково відповідає цим параметрам, обмін інформацією буде менш ефективним. Відправлення підлеглого листа про винятковість його досягнень не цілком адекватно підкреслює важливість його внеску в загальну справу, і не буде таким ефективним, як особиста подяка з наступним офіційним листом, у якому буде висловлена похвала чи повідомлення про преміювання працівника.



Часто буває доцільним поєднання кількох каналів комунікації. Одночасне використання засобів обміну усною й письмовою інформацією ефективніше, ніж обмін тільки письмовою. Орієнтація на обидва канали спонукає ретельніше готуватися й реєструвати повідомлення. Зловживання інформаційним обміном у письмовій формі може призвести до некерованого зростання паперових потоків.

**Передавання інформації.** На цьому етапі відправник використовує канал (засіб) передавання інформації для доставки повідомлення (закодованої ідеї або сукупності ідей) одержувачу. Це фізичне переміщення повідомлення від відправника до одержувача, яке часто ототожнюють з процесом комунікації. Насправді тут задіяний лише один етап процесу.

Існують дві базові моделі передавання інформації:

- 1) без зворотного зв'язку (рефлексії) (модель А);
- 2) зі зворотним зв'язком (модель Б).

Модель А: Відправник – одержувач; побудована за ієрархічним принципом лінійної організації (співробітник, відправивши повідомлення керівництву, нічого не знає про його реакцію, а тому не може адекватно організувати свою діяльність).

Модель Б: Відправник – Одержувач; передбачає ефективний зворотний зв'язок під час комунікації. Обмін інформацією є ефективним, якщо одержувач зрозумів ідею і виконав очікувані відправником дії, здійснив зворотний зв'язок, який сприяє підвищенню ефективності обміну інформації. Зворотний зв'язок відбувається повільніше, є точнішим, знімає напруженість, посилює впевненість у правильній інтерпретації повідомлень. Ефективність зворотного зв'язку залежить від конкретності, безпосередності, враховує можливості (місткість) його суб'єктів.

**Декодування інформації.** Після отримання інформації одержувач декодує її (розшифровує символи відправника), щоб зрозуміти, про що йдеться. Якщо реакція на ідею не обов'язкова, на цьому комунікативний процес завершується.

Зворотний зв'язок сприяє подоланню інформаційних шумів – усього, що спотворює зміст, перешкоджає обміну інформацією або цілком блокує інформаційний обмін.

Фільтрування інформації – чистка від шумового наповнення.

Інформаційні шуми можуть стосуватися мови, відмінностей у сприйнятті, змінюючи зміст повідомлення при кодуванні й декодуванні. Породжують їх також відмінності в організаційному статусі між керівником і підлеглим, що нерідко ускладнює точне передавання інформації. Різною мірою вони завжди супроводжують процес обміну інформацією, однак за правильно налагодженого комунікативного процесу більшість з них можна усунути.

Найефективнішим є психологічний фільтр. На його формування впливають досвід, знання й дотримання загальноприйнятих комунікативних правил. Такий фільтр одночасно відіграє позитивну й негативну ролі. Негативна роль проявляється в тому, що він зумовлює вибіркове, суб'єктивне, не завжди узгоджене з реальністю уявлення.

Специфіка людської комунікації, на відміну від теорії інформації, передбачає психологічний вплив одного партнера на поведінку іншого з метою їх зміни. Це можливо лише тоді, коли партнери користуються однією або близькими системами кодифікації й декодифікації, тобто „спілкуються однією мовою”.

Ефективність комунікації визначається впливом на суб'єкт спілкування: чи уточнювалась, змінювалась, розвивалась інформація, думка.

#### Рівні фільтрування:

✚ на першому рівні обміну вирівнюються відмінності у вихідній інформації, що є в індивідів, які вступили в контакт;

✚ на другому передаються та приймаються найважливіші значення (інформування, навчання, інструктаж тощо);

✚ на третьому рівні індивіди прагнуть зрозуміти погляди та установки одне одного (згода, незгода, зіставлення поглядів).

#### **Інтерактивний компонент професійного спілкування.**

**Інтера́кція** (лат. inter – поміж, періодичність дії, скасування і actio – дія, дозвіл) –процес організованих вербальних і невербальних взаємодій, які виникають під час спілкування.

Спілкування – це активна взаємодія суб'єктів, що діють один на одного, оцінюють дії, сприймають або не сприймають спрямовані на них думки, оцінки, почуття. Обмінюючись інформацією, кожний з партнерів є активним суб'єктом у процесі спільної діяльності.

Якщо один із суб'єктів виявляє пасивність, спілкування не відбувається.

Американський психоаналітик Ерік Берн (1910 – 1970) виокремив такі типи інтеракцій між людьми в повсякденному житті:

□ ритуальна взаємодія, яка не має змістового навантаження, зазвичай обмежується звичними фразами: „Привіт!”, „Як справи?”, „Давай!”, „Бувай!” тощо;

□ розважальна взаємодія – передбачає приємне і водночас інформативне проведення часу, такими є розмови на побутові теми: „Як давно не бачилися?”, „Що й чому?”, „А ось раніше...” тощо;

□ спільна цілеспрямована активність – діяльність, праця, спрямована на досягнення певних цілей: „Сьогодні ми завершуємо складання звіту. Потрібно ще трохи попрацювати, а потім усім буде наданий додатковий день відпочинку”; „Вам завтра необхідно терміново виїхати у відрядження” тощо;

□ відсутня взаємодія – виникає в ситуації, за якої партнери змушені про щось розмовляти, обмінюватися діями, але психологічно один на одного не налаштовані. Між співрозмовниками виникає нетривалий контакт, без попередньої підготовки й необхідності повторення чи продовження;

□ ігрова взаємодія – відбувається за суворими правилами, з певним змістом: використовується, щоб досягти мети, удало ввійшовши в роль, відчути задоволення (вигоду).

Існує кілька класифікацій видів міжособистісної взаємодії.

**За досягненням мети** розрізняють два основних види міжособистісної взаємодії:

- ✓ співробітництво, або кооперацію (досягнення мети одним із суб'єктів сприяє або не заважає реалізації цілей решти суб'єктів), і
- ✓ суперництво, або конкуренцію (досягнення мети одним із суб'єктів ускладнює або взагалі виключає досягнення цілей іншими суб'єктами).

Інколи ці види взаємодії позначаються іншими термінами: згода та конфлікт, пристосування та опозиція, асоціація та дисоціація.

**В основу іншої класифікації взаємодії покладено кількість суб'єктів.** Саме ця класифікація сприяє побудові концепції становлення культури професійного спілкування, особистісному зростанню тих, хто продуктивно спілкується, переходячи від простих видів взаємодії до складніших, до спільної діяльності. Це:

- взаємодія міжгруппова;
- між особистістю та групою;
- між особистостями (діада).

Залежно від ролей це може бути взаємодія, у якій на групу впливає лідер, або просто член групи. Це може бути взаємодія, у якій певна підгрупа її членів (сукупний суб'єкт) впливає на одного з суб'єктів. Підгрупа разом з лідером може діяти на одного або на кількох членів. Усі члени групи, зокрема й лідер, впливають один на одного й кожен сам на себе.

### **Морально-етичний, естетичний компонент спілкування.**

Морально-етичний є генералізуючим компонентом культури професійного спілкування, який зумовлюється міжособистісними та професійними відносинами й характеризується такими поняттями, як професійна етика, професійна мораль, моральність, моральна культура, професійний такт, тактовність, толерантність, культура поведінки.

**Професійна етика** – це сукупність моральних норм, принципів що визначають ставлення до людини, до професії і своїх професійних обов'язків.

**Професійний такт** – це міра доцільного впливу встановлювати продуктивне спілкування, вміння, за допомогою яких фахівець у кожному конкретному випадку застосовує найбільш ефективні засоби спілкування.

*Професійний такт* – професійна характеристика особистості, є складником професійної майстерності й набувається разом з професійною освітою, практикою й досвідом професійної діяльності, характеризується бережливим ставленням і повагою до особистості співрозмовника, який виявляється у звичках, мові, зовнішньому вигляді. *Професійний такт* – творче вміння обирати в кожному конкретному випадку такий стиль поведінки і спілкування, підхід (за допомогою слова, вчинків, тону, погляду, жестів, міміки тощо), які оберігають честь і гідність особистості в кожного, не принижуючи й не возвеличуючи його.

Ці поняття засновані на принципах гуманізму, поваги до гідності особистості, усвідомлення особистої унікальності та самоцінності суб'єктів спілкування; оптимістичному підході до діяльності.

**Мораль** – це сукупність норм поведінки людей, що регулюють їх ставлення до суспільства, нації, колективу, підтримане особистим переконанням, традицією, суспільною думкою.

Моральні норми становлять основу моральності людини, але повністю її не визначають. Моральність включає моральні погляди, теорії, переконання, почуття, ставлення людей, моральну поведінку.

**Моральна культура** – це людяність та демократичність, які страхують від маніпулятивного та імперативного управління процесом спілкування (В. Писаренко та І. Писаренко).

Сучасний професіонал не може нехтувати знанням положень загальної культури поведінки, адже це свідчить про рівень втілення в його діяльності вимог моралі, органічне, природне й невимушене їх поєднання зі способом життя, позначається на зовнішніх особливостях поведінки. Щира зацікавленість, співпереживання, розуміння й порозуміння між людьми в процесі спілкування є важливими передумовами їх ефективної ділової взаємодії.

Якщо морально-етичні норми означають зміст вчинків (те, що людина повинна або не повинна робити), то культура поведінки відображає конкретну реалізацію вимог моралі, рівень органічності невимушеності злиття цих норм зі стилем життя людини.

**Культура поведінки** – сукупність форм поведінки людини в процесі спілкування, у яких виявляються певні моральні й естетичні норми.

У процесі спілкування культура поведінки, її характер, духовний і морально-естетичний образ свідчать, наскільки глибоко й органічно вона засвоїла надбання людства, наприклад, повага до співрозмовника виявляється у ввічливості, делікатності, тактовності, в умінні цінувати чужий час. Обов'язковою є з погляду культури поведінки в спілкуванні своєчасність і точність у виконанні домовленостей, обіцянок, повернення позиченого тощо.

Чесність збігається з відвертістю. Велике методологічне значення має категорія „толерантність”.

**Толерантність** (від лат. *Tolerantia* – терпіння) – це терпимість до іншого роду поглядів, вдач і звичок.

Зрозуміло, що толерантність необхідна стосовно особливостей різних народів, націй і релігій. Вона є ознакою впевненості в собі й усвідомлення надійності власних позицій, ознакою відкритої для всіх ідейної течії, що не боїться порівняння з іншими поглядами й не уникає духовної конкуренції.

Морально-етичний компонент органічно пов'язаний з **естетичним**, оскільки висока культура спілкування, гармонія внутрішніх та зовнішніх особистісних проявів, артистизм, творча самобутність стимулюють переживання емоційного задоволення, відчуття прекрасного, попереджає виникнення „естетичного бар'єра” (С. Рапопорт).

Естетична потреба у своєму значенні – це вища форма потреб, яка дає максимальну радість людині, але відрізняється відповідальністю за збереження краси, за виконання морального обов'язку захисту й поширення добра та краси.

**Естетичний компонент характеризують такі поняття**, як внутрішня (духовна) та зовнішня культура, їх гармонійне з'єднання, що проявляється в культурі мови, культурі мовлення, культурі почуттів та емоцій.

**Духовність** – надзвичайно складне й інтегративне поняття. З позиції філософії – це, насамперед, внутрішній світ людини, її свідомість, світоглядні орієнтації. Основою духовності є власне людські цінності, духовні потреби, інтереси, смаки й ідеали.

В українському педагогічному словнику духовність розглядається як „індивідуальна вираженість у системі мотивів особистості двох фундаментальних потреб: ідеальної потреби пізнання й соціальної потреби жити, діяти “для інших” (розглядається як душевність).

Духовний розвиток вчені трактують як ієрархію метамотивів та потреб, виходячи з яких особистість оцінює себе, інших, довкілля й діє.

Найсуттєвішими є такі потреби: самоповага, пізнання світу, себе, сенсу життя, сприймання та створення краси, здійснення добра та справедливості, досягнення психічної досконалості.

**Духовна культура в широкому розумінні** – це багатий позитивний життєвий досвід суспільного, соціального, родинного життя народу, людства, який передається з покоління в покоління.

**У вузькому розумінні духовна культура** є результатом освіти, виховання і самовиховання індивіда і свідчить про засвоєння ним системи морально-етичних норм, основ культури, а також про сформованість духовних запитів, потреб, інтересів, виявлення культури почуттів, а також культури взаємодії з оточуючими. Критерієм сформованості духовної культури індивіда є самореалізація його духовних сил.