

ПЛАН 15

Тема: Культура усного фахового спілкування.

Мета: ознайомити студентів з особливостями усного професійного мовлення; наголосити на правилах ділового етикету.

План

1. Діловий етикет. Український мовленнєвий етикет.
2. Види усного ділового спілкування (ділова бесіда, телефонна розмова).
3. Поняття про ораторську компетенцію. Жанри публічних виступів.
4. Виступ. Складові частини виступу.
5. Невербальні компоненти спілкування.
6. Особливості спілкування з іноземцями. Правила поведінки в різних країнах.
7. Службовий лист.

Основна література: 1, 3, 4, 5, 6, 7.

Додаткова література: 15, 17.

1. Діловий етикет. Український мовленнєвий етикет

Життя людини в суспільстві регламентоване системою різних правил, законів. Правила соціальної поведінки людини, які виробилися впродовж усієї культурної еволюції людства і враховують його соціально-історичний досвід, становлять зміст поняття "етикет".

Етикет (франц. й*tiquette*, від флам. *steeken* - встромляти) - вироблені суспільством норми поведінки. За ступенем ритуалізації поведінки виділяють різні види етикету:

1. Повсякденний.
2. Оказіональний.
3. Святковий.

Етикет має багаторівневу будову:

- *вербальний (словесний) рівень* (етикетні вислови привітання, прощання, подяки, вибачення тощо);
- *паралінгвістичний рівень* (темп мовлення, гучність, інтонація);
- *кінетичний рівень* (жести, міміка, пози);
- *проксемічний рівень* (стандартні дистанції спілкування, почесне місце для гостей тощо).

Своєрідним стрижнем етикету є словесний рівень. Він найповніше репрезентує етнічну самобутність. Кожна мова виробила свою систему спеціальних висловів ввічливості - мовленнєвий етикет.

Мовленнєвий етикет - це національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і висловів, що рекомендуються для висловлення подяки, прощання тощо в різних ситуаціях ввічливого контакту зі співбесідником, зокрема, під час привітання, знайомства, звертання тощо.

Знання правил мовленнєвого етикету виступає не тільки показником зовнішньої культури людини, але й має безпосередній вплив на формування її особистості, на виховання високої моралі, духовності²⁰. Засвоєння

національного мовленнєвого етикету, вміння користуватися ним робить спілкування приємним і бажаним. Для ділової людини користуватися правилами мовленнєвого етикету відповідно до ситуації є конче необхідно.

Мовний етикет українців постає із живої мовної практики українського народу. Він вироблявся впродовж тисячоліть і відбиває культурні традиції української нації, відповідає її духовним засадам. Без сумніву, в основі національних традицій спілкування лежать загальнолюдські морально-етичні цінності-доброзичливість, повага, привітність, гречність. Поборник національного відродження, член "Руської трійці" Я. Головацький у статті "Слова вітання, благословенства, чемності і обичайності у русинів" засвідчує: "Його [народу] вітання, прощання, просьби, перепроси, понука, благословення дихають одним духом доброти, сердечні, ніжні, богобійні, а заодно чесні та гідні чоловіка".

За умовами та змістом ситуації спілкування в системі українського мовленнєвого етикету розрізняють 15 видів стійких мовних висловів:

1. Звертання.
2. Вітання.
3. Знайомство.
4. Запрошення.
5. Прохання.
6. Вибачення.
7. Згода.
8. Незгода.
9. Скарга.
10. Втішання.
11. Комплімент.
12. Несхвалення.
13. Побажання.
14. Вдячність.
15. Прощання.

Відбором етикетних мовних формул у кожному виді мовленнєвого етикету створюється та чи інша тональність спілкування, тобто соціальна якість спілкування, яку можна визначити як ступінь дотримання етичних норм у процесі комунікації. В європейському культурному ареалі виділяють п'ять видів тональностей спілкування:

1. Висока.
2. Нейтральна.
3. Звичайна.
4. Фамільярна.
5. Вульгарна.

Висока тональність спілкування характерна для зустрічей на найвищому рівні - сфера суто формальних суспільних структур (урочисті збори, засідання, презентації, ювілейні заходи, прес-конференції, брифінги тощо); *нейтральна* тональність панує у сфері офіційних установ під час спілкування з колегами, співробітниками; *звичайна* тональність реалізується в сфері побуту (магазин,

майстерня, пошта, транспорт тощо); фамільярна - в сім'ї, дружньому товаристві; вульгарна - в соціально неконтрольованих ситуаціях і перебуває за межею літературної мови.

Ділове спілкування пов'язане з вибором етикетних мовних формул двох видів тональностей спілкування - *високої та нейтральної*.

Важливо добре засвоїти чинники, що впливають на вибір словесної формули в конкретній ситуації спілкування:

- 1) вік, стать, соціальний статус адресата;
- 2) особисті якості співрозмовників;
- 3) комунікативні умови (місце, час, тривалість спілкування);
- 4) характер взаємин між співрозмовниками та ін.

2. Види усного ділового спілкування (ділова бесіда, телефонна розмова).

ДІЛОВА БЕСІДА. Мета зустрічі між двома чи більше діловими партнерами - обговорити, вирішити певні питання, налагодити комерційні стосунки тощо.

Уміння вислухати людину, зрозуміти її - неабияке мистецтво, тому під час ділової бесіди віддають перевагу тим співрозмовникам, які уважно сприймають висловлювані погляди і докази свого партнера та говорять лише по суті, стежачи при цьому за його реакцією і відповідно коригуючи власні дії.

З урахуванням залежності ефективності розмови від поведінки і характеру її учасників, вичленовують такі основні моменти будь-якої ділової бесіди:

1. Встановлення місця й часу зустрічі (попередня домовленість про розмову на "своїй", на "чужій" чи на "нейтральній" території).

2. Спосіб вступу в контакт. За етикетом правила "бесіди" диктує "власник" території, а на нейтральній території ініціатива належить тому, хто прийшов перший: це привітання, жести, початкові фрази для мобілізації уваги співрозмовника.

3. Постановка мети (мета бесіди подається у формі проблеми, яку слід вирішити, або як конкретне завдання).

4. Фіксування домовленості й вихід із контакту. Співрозмовники підбивають підсумки бесіди, фіксують (бажано письмово) взаємні зобов'язання й розподіляють ініціативу щодо реалізації ухвалених рішень.

Є кілька різновидів ділових бесід залежно від мети і характеру поставленого завдання.

Службова бесіда - один із різновидів ділової бесіди. Найчастіше - це розмова керівника з підлеглим. На думку психологів, такі бесіди сприяють підвищенню інтересу працівника до роботи, налагодженню тривалого ділового контакту, підсилюють авторитет керівника і довіру підлеглому.

Фахівці виробили певні правила ведення службових бесід. До такої бесіди треба готуватися заздалегідь. Слід поцікавитися особистістю майбутнього співрозмовника, його нахилами, захопленнями. Напруженості на початку розмови можна уникнути завдяки приязній і ввічливій манері звертання, інтересу до особистих і службових справ співрозмовника. Розмова стане

приємнішою й невимушеною, якщо підлеглий пересвідчиться у щирості намірів керівника.

У вирішальний момент бесіди - після з'ясування фактів, позиції підлеглого і викладення керівником свого розуміння справи - начальник має стимулювати дальшу діяльність працівника, поставивши перед ним конкретне завдання. У цій ситуації керівникові треба бути вкрай обережним і тактовним. Слід пам'ятати, що у взаєминах керівника і підлеглого наказовий тон спілкування, навіть якщо людина має право розпоряджатися, викликає або протест, або пасивність. Коли людина відчуває, що нею намагаються маніпулювати як річчю, у неї виникає бажання ухилитися від цього або зробити ступінь тиску мінімальним. Беручи це до уваги, керівникові слід вживати коректних за формою і змістом словесних і несловесних засобів, повідомляючи підлеглого про поставлене перед ним завдання.

Під час бесіди треба говорити чітко, переконливо, не поспішаючи. Протягом бесіди варто змінювати інтонацію, акценти, щоб мова не була монотонною, невиразною. Важливо, щоб підлеглий і особливо керівник до кінця вислуховували одне одного, якомога уважніше сприймали сказане співрозмовником.

У свою чергу до запрошених на бесіду ділових людей теж висувається низка вимог.

Основна вимога - пунктуальність. На місце зустрічі треба прийти на п'ять хвилин раніше від призначеного часу. Слід заздалегідь уточнити адресу, вид транспорту, яким ви поїдете. Навіть коли вам і не подадуть знаку, що незадоволені запізненням, за вами у цій фірмі збережеться репутація людини неввічливої.

Вважається, що неохайний вигляд - це неповага до співрозмовника. Отже, одягатися треба охайно в традиційному стилі: повсякденний костюм, скромна краватка, добре вичищене взуття.

Прийшовши за дві-три хвилини до зустрічі в приймальню, чітко назвіть секретареві свої ім'я, прізвище, мету приходу.

Під час бесіди слід уважно слухати співрозмовника, не можна робити нервових рухів, крутити в руках якісь предмети або щохвилини поглядати на годинник.

Відповідати на запитання потрібно якомога чіткіше й лаконічніше, бо безперервне красномовство справляє таке саме несприятливе враження, як і бурмотіння та заїкання. У ділових бесідах фіксований не тільки початок, а й закінчення. Трапляється, захопившись відповідями, відвідувач згадує про власне запитання, коли час зустрічі вичерпався.

Нарешті, не можна затягувати бесіду - розмову варто завершити за мить до того, як відчуєте себе зайвим.

Найважливішими етичними принципами в бесіді керівника з працівником при прийомі на роботу є:

конфіденційність (забезпечення умов для щирої і відвертої бесіди, особливо при викладенні причин звільнення з колишньої роботи);

доброзичливість (ставлення до співрозмовника має бути позитивним, схвальним; ваше схвалення і психологічна проникливість допоможуть йому точніше висловити свої думки, не замовчуючи істотного; навпаки, негативне ставлення відразу викличе у співрозмовника захисну реакцію, почуття невпевненості, настороженість, потайливість);

психологічна проникливість (здатність до розуміння іншої людини, її емоційного стану, вміння підтримувати розмову, вирішувати конфліктну ситуацію, давати належну оцінку культурі мови, виразу обличчя співрозмовника);

тактовність (повага до співрозмовника, обережність у висловлюваннях, вміння надати йому психологічну підтримку і словом, і жестом тощо).

ТЕЛЕФОННА РОЗМОВА - один з різновидів усного ділового мовлення. Має свої специфічні особливості, оскільки співрозмовники не бачать одне одного. Тому в ділових телефонних розмовах слід якомога ширше використовувати лексичні можливості української мови: багату синоніміку, точність термінології. Обов'язково уникайте елементів професійного жаргону, діалектизмів, елементів просторіччя (зневажливих слів, образливої іронії, негативних експресивних оцінок). Володіючи формулами ввічливості, не забувайте про інтонаційні можливості мовлення.

Оскільки ділові партнери часто спочатку знайомляться заочно, по телефону, дуже важливо справити на співрозмовника добре враження. Для цього слід дотримуватися ряду вимог, на яких наголошував відомий український економіст В. Терещенко, читаючи курс лекцій з організації та управління на основі узагальнення свого тридцятирічного досвіду роботи у США:

1. Якщо ви телефонуєте в установу чи незнайомій людині, то спершу відрекомендуйтеся: з вами розмовляє такий-то (ім'я, по батькові, прізвище, представник якої організації, вкажіть посаду); після цього запитайте ім'я, по батькові й прізвище свого співрозмовника. Усе це говоріть без поспіху, розбірливо, щоб можна було записати. У великих установах подібні записи веде, як правило, секретар.

2. Завжди закінчує розмову той, хто телефонує, а не той, кому дзвонять, тому що іноді у вас може бути два питання. Перше ви вичерпали - вам відповіли й поклали трубку. А у вас ще одне питання, і тому ви змушені телефонувати повторно.

3. Розмовляти по телефону належить чітко й стисло. Інакше - тисячі й тисячі непотрібних телефонних дзвінків, перевантаження телефонних ліній. Слід заздалегідь продумувати свою розмову, щоб замість кількох хвилин не розтягувати її на півгодини.

4. Правильне, раціональне використання телефону має і такий аспект - розміщення апарату. Треба ретельно обміркувати це питання ще тоді, коли установу обладнують. Для цього слід заздалегідь знати, де будуть робочі місця, які потребують телефонного зв'язку, щоб найдоцільніше розмістити телефонні апарати. Як показує досвід, потрібен телефон спільного користування, розміщений у зручному для всіх місці.

Ділове спілкування по телефону можна подати у вигляді схеми.

1. Початковий етап спілкування - момент встановлення зв'язку.
2. Повідомлення мети дзвінка - виклад справи.
3. Завершення телефонного спілкування - закінчення розмови.

1. **Встановлення зв'язку** часом забирає багато часу й зусиль, особливо у людей багатослівних і неорганізованих.

Початкові фрази в службовій розмові мають вказувати не лише на те, що зв'язок між сторонами встановлено, а й визначити ці сторони. Службова особа, знявши трубку, зобов'язана одразу назвати своє прізвище, ім'я та по батькові, а також сказати, від чийого імені говорить (установа, службова особа та ін.). Звичайно, у відповідь теж називають себе й установу або себе й свою посаду (при цьому сторони вітаються).

Якщо той, хто телефонує, забув назвати себе, співрозмовнику слід перепитати. Так само не слід сподіватися, що ваш голос обов'язково впізнають: це може викликати непорозуміння й забирає час у ділової людини. На анонімний дзвінок можна не відповідати й покласти трубку.

Коли той, хто телефонує, не впевнений у правильності набраного номера, він послуговується формулами ввічливості: "Пробачте, це...", "Перепрошую...".

В офіційній розмові по телефону неприпустиме звертання без привітання.

Ознакою особливої ввічливості вважають такі початкові фрази:

- **Чи можна попросити".**
- **Чи не можна покликати."**
- **Ви можете покликати...**
- **Чи не могли б ви попросити...**
- **Вам не важко попросити...**

2. **Виклад справи** - це введення в курс справи, постановка питання, обговорення ситуації, позитивна або негативна відповідь. Кожен із цих етапів слід будувати чітко, коротко, без зайвих подробиць. Обговорення певної ділової ситуації - найважливіший і найдовший за тривалістю етап будь-якої телефонної розмови. Отже, потрібен лаконізм. Він досягається за рахунок детально продуманого переліку головних і другорядних питань, які вимагають короткої конкретної відповіді.

Встановлено, що короткі фрази легше сприймаються на слух, ніж довгі та ще й ускладнені подробицями і повторами. Ведення надто довгих службових розмов - прояв безцеремонності та неповаги до тих, хто чекає звільнення телефону.

Розмову по телефону не можна перетворювати на монолог: викладаючи багатоаспектне питання, слід передавати інформацію частинами, по можливості частіше робити паузи, щоб міг включитися співрозмовник.

Коли співрозмовник зупиняється, він цим самим дає знак, що чекає підтвердження зрозумілості викладеного, а тоді продовжить думку. Пауза може означати, що якусь частину розповіді закінчено, думку завершено. Це створює певний ритм у розмові й дає можливість уникнути перебивання, переривання думки.

Трапляється, що з якихось причин зв'язок під час розмови переривається. Побутує правило, за яким під час розмови і по службовому, і по домашньому телефону знову набирає номер той, хто подзвонив.

3. Поняття про ораторську компетенцію. Жанри публічних виступів.

Публічне монологічне мовлення є предметом дослідження **риторики** – теорії ораторського мистецтва, науки красномовства, яку професор Києво-Могилянської академії Ф. Прокопович вважав *«царицею душ»*, *«княгинєю мистецтв»*, вказуючи на такі її **функції**:

- соціально організаційну (засіб агітації),
- культурно-освітню,
- одержання знань,
- збудження почуттів,
- формування громадської думки тощо.

Поняття «ораторське мистецтво», або «красномовство», має два значення:

1) вид громадсько-політичної та професійної діяльності, мета якої – інформувати та переконувати аудиторію засобами живого слова; 2) високий ступінь майстерності публічного виступу, мистецьке володіння словом.

Метою переконання, на відміну від інших видів впливу на людей, є передавання інформації в такій формі, щоб вона перетворилась на систему настанов і принципів особистості або істотно вплинула на цю систему. А це можливо лише за активної діяльності аудиторії, її критичного сприйняття думок оратора.

Встановлюючи зворотний зв'язок, промовець залучає аудиторію до процесу спільної розумової діяльності. Тому важливо, щоб присутні не просто погодилися з ним, а, критично осмисливши те, про що він говорить, свідомо сприйняли його інформацію.

Усне спілкування поділяється на публічне (офіційне) і приватне.

Публічний виступ – це один з видів усного ділового спілкування. Залежно від змісту, призначення, способу проголошення та обставин спілкування виділяють такі основні жанри публічних виступів:

- 1) громадсько-політичні промови (лекції на громадсько-політичні теми, виступи на мітингах, на виборах, звітні доповіді, політичні огляди);
- 2) академічні промови (наукові доповіді, навчальні лекції, наукові дискусії);
- 3) промови з нагоди урочистих зустрічей (ювілейні промови, вітання, тости).

Інформативними бувають найчастіше доповіді та лекції. У вступі викладається проблема, окремі її складові: виклад розвивається від простого до складного. Закінчення містить як теоретичні висновки, так і практичні пропозиції.

Переконання як мета виступу виникає під час обговорення певної теоретичної чи практичної проблеми. Промовець ставить перед собою завдання переконати аудиторію, звертаючись і до розуму, і до почуттів своїх слухачів. Успіх його залежить від добору аргументів і вміння розташувати їх у порядку

наростання переконливості. У кінці доповідач, як правило, ще раз наголошує на головних аспектах теми й закликає до певних дій чи до прийняття певних рішень.

Найважливіше на урочистостях, святах, ювілеях, річницях тощо – уміння знайти в темі щось нове, незвичне, дотепне. Але при цьому підтекст такої промови має бути доброзичливим, шанобливим, щирим, а форма – оригінальною, нетрадиційною.

Залежно від змісту, призначення, способу виголошення, обставин мовлення публічні виступи бувають таких жанрів: *бесіда, доповідь, промова, лекція, наукова дискусія, репортаж*.

Бесіда – це агітаційний виступ, що проводиться з невеликою кількістю учасників. У ній викладаються найголовніші положення теми, даються відповіді на запитання.

Доповідь – найпоширеніша з форм публічних виступів. Вона буває політичною, звітною, діловою. Політична доповідь виголошується державним чи громадським діячем (доповідь Президента України, Прем'єр-міністра) і ставить нові проблеми, визначає програму дій держави чи її органу.

Звітна доповідь – це промова, у якій аналізується діяльність роботи депутата, керівника колективу, установи, організації тощо. За схемою вона нагадує письмовий звіт. Для цього треба чітко окреслити мету, характер і завдання доповіді; до кожного положення майбутньої доповіді необхідно дібрати переконливі факти, цифри, приклади, цитати; слід продумати й скласти загальний план доповіді, а до найважливіших пунктів цього плану підібрати й опрацювати фактичний матеріал; окремі положення загального плану потрібно пов'язати в одну струнку систему викладу, подбавши про зв'язки між частинами; хоча вся доповідь звичайно читається повністю або тезисно, її вступну та заключну частини належить написати повністю і прочитати попередньо кілька разів, щоб позбутися під час виступу непевненості, розгубленості.

Звітна доповідь не лише обговорюється, а й схвалюється зібранням. До окремих її частин може бути внесено корективи. Уже ustaleno, що після обговорення такої доповіді приймається рішення - програма майбутніх дій.

Ділова доповідь – це документ, який містить виклад певних питань з висновками і пропозиціями. Ділова промова вирізняється більшою стриманістю в проявах емоцій, орієнтацією на логічний, а не на емоційний її вплив, аргументованістю.

Промова – це виступ на мітингах, масових зборах на честь певної події, ювілею тощо. Вони бувають мітингові, агітаційні, ювілейні.

Мітингова промова присвячена злободенній проблемі. Це короткий виступ, розрахований на безпосереднє сприймання слухачів. Він відзначається емоційністю, імпровізацією та індивідуальним стилем оратора. Найчастіше на мітингах виступає не один, а кілька ораторів - кожен із короткою промовою. Вона, як правило, гаряча, заклична; оратор звертається насамперед до почуттів своїх слухачів. Навіть якщо він вдається до своїх записів, його виступ має відзначатися яскравою емоційністю, граничною напруженістю інтонацій і

високим пафосом. Тематика такої промови зазвичай не нова для слухачів, тому завдання оратора - виявити нові аспекти теми, підкріпити сказане новими фактами, щоб відоме сприймалося по-новому. Залежно від того, чи ця промова є імпровізованою, а чи підготовленою й навіть попередньо написаною, вона має містити більше чи менше рис розмовного мовлення.

Агітаційна промова спрямована на роз'яснення, з'ясування певних питань. Вона передбачає психологічний вплив на слухачів.

Ювілейна промова присвячена певній даті, ювілеєві людини чи установи. Вона відзначається експромтами, імпровізацією, дотепністю, невимушеністю.

Лекція також є однією з форм пропаганди, передачі наукових знань. Ця форма публічного виступу відзначається більшою офіційністю, академічністю викладу. Вона має чітку структуру (вступ, головна частина, висновки). Майстерність лектора полягає в досконалому знанні матеріалу і вмінні його донести до слухачів.

Наукова дискусія – це обговорення будь-якого спірного наукового питання. Дуже важливо чітко і логічно формулювати свої думки, а терміни й абстрактні слова, необхідні для дискусії, слід витлумачити попередньо. Висуваючи якусь тезу, обов'язково стежать за тим, щоб у ній не було двох питань, для яких потрібні свої докази.

Найважливіше в науковій дискусії точно визначити головну проблему й навколо неї зосередити увагу.

Доповідач має подати слухачам ту інформацію, яка потрібна для того, щоб правильно зрозуміти й оцінити запропонований спосіб вирішення проблеми. При цьому треба дібрати такі аргументи, які б свідчили на користь запропонованого рішення. Добре, якщо доповідач уміє передбачити можливі контраргументи і вже у своєму виступі спробує спростувати їх.

У середовищі вчених надзвичайно високо цінують час, тому в аудиторії фахівців треба бути гранично лаконічним: уникати довгих преамбул, подробиць, про які можна сказати лише тоді, коли виникнуть питання або хтось спеціально ними зацікавиться.

Репортаж – це жива розповідь очевидця про якусь подію суспільного життя. Його темою можуть бути політична чи виробнича подія, спортивні, культурні заходи тощо.

4. Публічний виступ і культура мови

Кожен з перелічених видів має відповідне призначення, тобто переслідує певну **мету** -- проінформувати, переконати чи створити настрій у відповідній аудиторії.

Інформативними бувають найчастіше доповіді, лекції. Будуються вони за схемою: що, для чого, як, у який спосіб. У вступі викладається проблема, окремі її складові; виклад розвивається від простого до складного. Закінчення містить як теоретичні висновки, так і практичні пропозиції.

Переконання як мета виступу виникає під час обговорення певної теоретичної чи практичної проблеми. Промовець ставить перед собою завдання

переконати аудиторію, звертаючись і до розуму, і до почуттів своїх слухачів. Успіх його залежить від добору аргументів і вміння розташувати їх у порядку наростання переконливості. У кінці виступаючий, як правило, ще раз наголошує на головних аспектах теми й закликає до певних дій чи до прийняття певних рішень.

Така мета, як створення певного настрою, постає на всіляких урочистостях: на святах, на ювілеях, на річницях тощо.

Найважливіше тут - вміння знайти в темі щось нове, незвичне, дотепне. Але при цьому підтекст такої промови має бути доброзичливим, шанобливим, щирим, а форма - оригінальною, нетрадиційною.

Важливими компонентами публічного виступу є інтонація, міміка, жести.

У поняття *інтонації* входять сила і висота голосу, темп мовлення, паузи, тембр голосу. Її завдання – різними засобами відтворювати почуття, настрої, наміри людей. Завдяки інтонації, написаний текст при його виголошенні стає живим, емоційним, переконливим. Вона повинна бути природною, відповідати нормам літературної мови й поєднувати в собі логічну й емоційну сторони публічного виступу.

Важливу роль в усному спілкуванні відіграє *пауза*. Вона використовується на початку промови, щоб зібратися з думками промовцеві, а слухачам – налаштуватися на сприйняття виступу. У процесі виголошення промови паузами виділяють частини викладу думки. У непередбаченому (імпровізованому) виступі пауз більше.

Міміка і жести теж є важливими засобами підсилення чи пом'якшення сказаного, емоційного впливу на слухачів, але зловживати ними не слід.

Темп мовлення і тембр голосу у різних людей неоднакові. Оратор повинен вибрати такий темп мовлення і тембр, висоту голосу, щоб не викликати роздратування у слухачів. Але говорити треба жваво, темпераментно, зберігаючи міру, бути тактовним і ввічливим. Найголовніше у публічному виступі – щоб інтонація, міміка, жести, уся сукупність виражальних засобів мови свідчили про правдивість і переконливість думок і почуттів оратора.

5. Невербальні компоненти спілкування.

Мовлення – не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією й за допомоги інших засобів – жестів, міміки, погляду, пози, рухів тіла. Усе це невербальні (несловесні) засоби. Отже, *невербальні засоби спілкування* – це система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми.

На думку деяких вчених, людське спілкування на 55–65 % є невербальним. Цілком зрозумілим є те, що вербальне й невербальне спілкування є взаємодоповнюючими. Майбутнім фахівцям бажано розвивати вміння читати (розуміти) невербальні сигнали, оскільки вони здебільшого спонтанні, несвідомі, а тому щирі. Тому важливо, з одного боку, уміти контролювати свої рухи і міміку, а з другого – розуміти мову жестів та міміку співрозмовника. Знаючи мову жестів та міміки, легко можна розпізнати:

схвалює співрозмовник ваші слова чи ігнорує, зацікавлений він бесідою чи нудьгує, щирий у своїх словах чи пробує обдурити вас.

Виокремлюють такі види невербального спілкування: *кінесичні засоби* (міміка, поза, погляд, хода, жести), *просодичні й екстралінгвістичні* (інтонація, гучність, тембр, пауза, зітхання, покашлювання), *такесичні* (рукоштовування, поплескування, поцілунки, усмішка), *проксемічні* (дистанція).

Зупинимось на деяких рекомендаціях фахівців щодо оцінки та володіння засобами невербальної комунікації.

Найважливішою серед невербальних засобів спілкування вважається *кінетика*. Жести, поза співрозмовника виражають внутрішній стан людини. Їх, як й інші компоненти невербального спілкування, не завжди можна інтерпретувати однозначно. Проте, можна виокремити ознаки, які допомагають розпізнавати внутрішній стан співрозмовника. Наведемо поширені жести і їх тлумачення: прикривання рота рукою – слухач розуміє, що ви говорите неправду; почухування і потирання вуха – співрозмовник наслухався і хоче висловитися; потирання скронь, підборіддя, прикривання обличчя руками – особа не налаштована розмовляти в цей момент; людина відводить очі – підтвердження того, що вона щось приховує; схрещення рук на грудях – людина нервує, краще розмову закінчити чи перейти на іншу тему; схрещення рук і тримання пальців у кулаці – людина налаштована вкрай вороже; відтягування комірця – людина гнівається або дуже схвильована; вказівний палець спрямований прямовисно до скроні, а великий підтримує підборіддя – негативне або критичне ставлення до почутого; руки за головою – впевненість, перевага над співрозмовником; потирання ока – людина говорить неправду; тримання рук за спиною – впевненість у собі.

Поза теж має комунікативний сенс і репрезентує не тільки душевний стан людини, але і її наміри, налаштованість на розмову. Співрозмовник, що сидить на стільці недбало, закинувши ногу на ногу, – вважає себе господарем становища. Той же, хто сидить на краєчку стільця, склавши руки на колінах, навпаки – схильний підкорятися. Співрозмовник, що ходить по кімнаті, найімовірніше, ретельно обмірковує складну проблему, ухвалює важке рішення.

Коли людина говорить нещиро чи чує, як говорить неправду хтось інший, вона мимоволі намагається закрити руками рот, очі і вуха. Той, хто вимовивши що-небудь, прикриває рукою рот (великий палець звичайно притиснутий до щоки, жест нерідко супроводжується удаваним покахикуванням), найімовірніше, говорить неправду. Аналогічним жестом у момент вашої мови співрозмовник виражає сумнів у вашій правдивості.

Про неправду можуть свідчити і легкі швидкі дотики до носа чи ямочки під носом. Фахівці пояснюють це тим, що в момент проголошення неправди в людини виникає сверблячка, роздратування нервових закінчень носа, і він змушений почухати його чи хоча б доторкнутися до нього, щоб позбутися сверблячки.

Варто пам'ятати, що дотик до носа чи швидке його потирання не може бути стовідсотковим доказом нещирості співрозмовника. Іноді такий жест

виражає сумнів людини в чому-небудь, напружене міркування, пошук точного формулювання відповіді. І, нарешті, ваш співрозмовник може почухати ніс просто тому, що він чешеться.

До **такесичних** засобів спілкування відносять і динамічні дотики у формі потиску руки, поплескування по плечах, поцілунку. Такий такесичний засіб як поплескування по плечу можливий за умови близьких стосунків партнерів спілкування.

Наведемо деякі характеристики рукостискання. Потиск руки може бути трьох типів: домінантним (рука зверху, долоня розвернута вниз), покірним (рука знизу, долоня розвернута вверху) та рівноправним.

Коротке і мляве рукостискання дуже сухих рук може свідчити про байдужність. Тривале рукостискання і вологі руки – ознака сильного хвилювання.

Трохи затягнуте рукостискання в поєднанні з посмішкою, привітним поглядом демонструє дружлюбність. Але, з іншого боку, довго затримувати руку співрозмовника не рекомендується – це може викликати неприємну аналогію з капканом і дратувати співрозмовника.

Якщо партнер простягає руку, трохи розгорнувши її долонею нагору, – він віддає вам ініціативу, виражає готовність до підпорядкування. Якщо долоня повернена вниз – це говорить про прагнення до переваги, бажання очолювати. Якщо ж обоє партнерів однаковою мірою відчують один до одного почуття поваги і взаєморозуміння, то їхні долоні при рукостисканні знаходяться в рівному положенні (вертикальному). Таке рукостискання називається рівносильним.

Про неповагу, прагнення зберегти офіційну дистанцію і нагадати про нерівність свідчить потиск прямої, незігнутої руки.

Про бажання тримати співрозмовника на відстані свідчить і рукостискання, при якому в долоню партнера лягають лише пальці.

Проксеміка – це не тільки відстань між співрозмовниками, а й конфігурація, яку вони творять. Якщо співрозмовники сидять навпроти, вони частіше конфліктують. За звичайної розмови доцільно розташовуватися під кутом один до одного. Під час ділової зустрічі сідають з однієї сторони столу. Незалежна позиція визначається у розташуванні по діагоналі.

Ще однією важливою системою вербальних засобів є *просодичні* (інтонація, гучність, тембр, тональність тощо) й *екстралінгвістичні* (сміх, плач, покашлювання, дикція, паузи тощо). Ці засоби дають можливість краще передавати співрозмовнику потрібну думку.

Не забуваймо, що невербальна поведінка має національно-культурний характер, а також залежить від сфери спілкування, статусу та соціальних ролей співрозмовників, особливостей професії, стану здоров'я та віку людини, рівня культури.

Часто професійні обов'язки пов'язані з відрядженнями за кордон (стажування, обмін досвідом, участь у виставках, конференціях чи форумах, укладання партнерських угод, дипломатичне представництво). Вирушаючи до будь-якої країни, маємо можливість ознайомитися з тамтешніми особливостями

невербального спілкування, адже однакові жести та рухи можуть мати різне значення, передавати часом навіть протилежну інформацію.

Так, у північних народів жестикуляція більш стримана, у південних – активніша. У Фінляндії та Японії, наприклад, уникають активної жестикуляції та жвавої міміки. Там змалечку привчають дітей контролювати свої почуття (веселощі, радість, сум, злість). Ми подаємо відкриту долоню чи піднімаємо її для привітання, а у Греції цей жест дуже образливий. Болгари на знак згоди рухатимуть головою так, як би ми показували свою незгоду з кимось, і навпаки. Ми показуємо, крутимо вказівним пальцем біля скроні, сумніваючись у розумових здібностях, а у деяких народів Європи цим жестом вказують на великий розум людини.

Щоб не потрапити у неприємну ситуацію, варто поцікавитися особливостями різних засобів невербального спілкування тієї країни, до якої ми вирушаємо.

Таким чином, виразне, красномовне, багате мовлення завжди буде запорукою успішної реалізації фахового і творчого потенціалу особистості. Великою мірою це залежить і від уміння вдало використати у спілкуванні усі засоби невербального мовлення.

Отже, щоб успішно здійснювати професійну діяльність, треба знати і вміти розпізнавати (читати) невербальні засоби спілкування.

6. Особливості спілкування з іноземцями. Правила поведінки в різних країнах.

Кожний народ має свою національну культуру, її неповторність та оригінальність виявляються як в духовній, так і в матеріальній сферах життя та діяльності. Культурні, психологічні, національні особливості народу не можуть не позначатись на його діловій культурі, не можуть не впливати на культуру спілкування та взаємодії. Відмінності культур можуть бути досить істотними і стосуватися мови, правил етикету, стереотипів поведінки, використання певних засобів спілкування. На стадії реалізації контактів виявляються деякі національні особливості, притаманні окремим народам. Ці особливості слід враховувати, готуючись до будь-яких переговорів з іноземцями, і відповідним чином коригувати свої дії.

Для *французів* спілкування – це гра. Сперечання, дискусія, потреба перемоги у суперечках, красномовність – основні ознаки їх спілкування.

Англійці користуються своєю мовою інакше. Вони вміють бути чемними, стриманими, уникають конфронтацій, дотримуються спокійного тону. Якщо ви навмисно зачепили англійця на вулиці, услід за своїм вибаченням можна почути відповідне «*sorry*».

Ніколи не звертайтеся до незнайомих людей, доки вас їм не відрекомендовано. Потиск руки застосовується дуже рідко, лише під час першого знайомства. Не робіть на публіці компліменти на зразок: «*Яка у вас гарна сукня!*» чи «*Який смачний цей торт!*», бо це розцінюється як неделікатність.

Ніколи не кладіть руки на стіл, тримайте їх на колінах. Прибори не забирайте з тарілок і не перекладайте їх з однієї руки в іншу: ніж має бути весь час у правій руці, виделка – у лівій, кінці звернені до тарілки.

Шотландців та ірландців потрібно називати «британцями», а не «англійцями».

У ресторані не давайте чайових відкрито, їх треба покласти непомітно під край тарілки.

Італійці дуже темпераментні, виразні, допомагають собі жестами, мімікою, максимально використовують тембр та інтонацію. Також вони дуже увічливі: нові знайомі, які мешкають за декілька кілометрів від вас, можуть надіслати вам листівки, щоб просто привітати. У знайомих довідайтесь спочатку про здоров'я їхніх дітей, а потім про їхнє здоров'я. Італійці балують дітей. Дитина може галасувати в ресторані чи крамниці, хапати цукерки з прилавка, сідати на підлогу, капризувати, але це буде сприйматися цілком нормально.

У поїзді зробіть символічний жест – запросіть поїсти разом з вами. Утримайтесь прийняти таке саме запрошення від ваших супутників, обмежившись побажанням їм «смачного». Не шкодуйте грошей на чайові і не несіть власну валізу.

Відвідуючи культові споруди, вдягайтеся скромно. Жінки не можуть увійти до церкви в сукні з рукавами вище ліктя, у декольте, з непокритою головою.

Чоловіки мають бути щедрими на поцілунки рук.

Німці покладаються на логіку, вони дисципліновані, педантичні і завжди мають багато аргументів та доказів щодо своєї правоти. Надають велике значення ретельній підготовці до переговорів і приступають до них тільки тоді, коли впевнені в позитивному вирішенні проблеми. Вони докладно виробляють свою позицію, поетапно обговорюють питання.

Німці вирізняються працелюбством, пунктуальністю, бережливістю, раціональністю, організованістю, скептичністю. Для них мають значення статус, титули і звання людей, що беруть участь у переговорах.

У виборі одягу для ділових зустрічей німці консервативні. Обмінюватися подарунками у ділових колах не прийнято.

Австрійці відзначаються товариськістю та відвертістю, особливо мешканці Відня. Господарі віденських кафе зустрічають і проводжають кожного гостя, цікавляться, чи сподобалась їжа. У ресторані зовсім незнайомі люди можуть разом співати, особливо в свята, або «об'єднуються столами».

Скандинави – щось зовсім інше. Вони довго обмірковують ту чи іншу ситуацію, тому розмовляють дуже повільно і кількість слів зведена до мінімуму, але підтримують жарт, якщо він не стосується їх особисто. У **Швеції** якнайчастіше вживайте слово «task» («дякую»). Воно буде вашою перепусткою будь-де.

Американці відрізняються жвавим спілкуванням, сарказм – головна риса їх розмови. Треба відзначити, що американська усна мова заповнена кліше. Якщо ви хочете зустрітися в Америці з друзями, попередньо зателефонуйте їм,

сповістивши про свій приїзд, і чекайте на запрошення. Якщо у вас є рекомендаційні листи до спільних друзів, надішліть їх поштою, надавши друзям ініціативу запрошення.

Не обмінюйтесь рукостисканням під час кожної зустрічі. За столом не їжте все, що є в тарілці, не збирайте соуси, залишайте трохи від кожної страви. Якщо ви запрошені на церемонію шлюбу, прибудьте вчасно, бо найменше запізнення – неприпустима грубість.

У *Іспанії*, якщо вас запрошують на сніданок, не приймайте цього запрошення – це звичайна формальність. Якщо його повторюють вдруге – відмовтесь. Тільки після третього запрошення можна прийняти його, бо цього разу воно щире.

Приходити точно у призначений час не прийнято. Неодмінно треба запізнитися на 15 – 20 хвилин. Ніколи не приходьте з візитом у години післяобіднього відпочинку.

У поїзді обов'язково запросіть ваших сусідів до столу. Вони відмовляться, так само зробіть ви, отримавши відповідне запрошення.

У *Голландії* будьте стриманим, тримайтеся насторожі. Уникайте потиску рук, не робіть компліментів. Дотримуйтесь пунктуальності під час кожної зустрічі.

У *Португалії* не варто йти з візитами, не почистивши попередньо взуття. Ніколи не телефонуйте раніше одинадцятої ранку. Не робіть жінкам компліментів публічно.

Під час знайомства з представниками **арабських країн** потрібно активно висловлювати свою прихильність і гостинність. При зустрічі арабські чоловіки зазвичай обнімаються, легко поплескують один одного по плечах та спині. Але іноземцям цього робити не слід.

Для арабів важливим елементом етики ділових стосунків є встановлення довіри між партнерами. Вони віддають перевагу попереднім детальним узгодженням всіх питань. Характерною особливістю є увага до дрібниць, яким іноді інша сторона не надає уваги. Вони не люблять поспіху, розмови та переговори ведуться поважно. При спілкуванні з арабськими партнерами не припустимо цікавитися здоров'ям дружини та дітей, це може їх образити. Велике значення для представників арабського світу мають мусульманські традиції. Особливо потрібно бути уважним при перебуванні в арабських країнах. Потрібно пам'ятати, що різні частини арабського світу мають свої особливості етикету та поведінки.

У *Єгипті* вважається поганим тоном проїхати повз і не посигналити один одному. У крамниці тут завжди привітають, пригостять чаєм, подякують за покупку.

Йорданці – веселий народ, у гостях завжди співають і танцюють, приходять обов'язково вчасно і о десятій годині вечора розходяться. Жінки ніколи не сідають разом з чоловіками, а лише подають на стіл.

У *Марокко* погодьтесь випити три склянки (аж ніяк не менше) чаю з м'ятою, які вам запропонують після їжі. Потиснувши руку господареві, піднесіть свою руку до власних вуст.

У **Тунісі** докладно розпитуйте господаря дому про нього, його дітей, проте ніколи про його дружину. І особливо не допитуйтеся, чи чекає вона дитину.

Якщо ви запрошуєте мусульман, ніколи не пригощайте їх свининою, а також алкогольними напоями.

Китайці намагаються чітко розмежувати окремі етапи переговорів. Спочатку вони оцінюють зовнішній вигляд та поведінку партнерів, їхній статус. Намагаються з'ясувати позицію та можливості партнерів і тільки після цього висувають свої пропозиції. Остаточні рішення вони приймають тільки після затвердження їх своїм керівництвом.

Китайські бізнесмени зазвичай не зразу «відкривають карти», поступки роблять під кінець переговорів, після того як оцінять можливості іншої сторони. Вміють уміло використовувати чужі помилки. Велику увагу китайці приділяють виконанню досягнутих домовленостей, навіть використовуючи різні форми тиску.

Китайці надають велике значення неформальній бесіді: розпитують про сім'ю, дітей, вік та уподобання. Подарунки прийнято дарувати організації, а не окремій особі.

Японці, як багато східних народів, належать до слухаючого типу. Велике значення мають не слова, а манера звертання до співрозмовника: усмішка, пауза, кивки головою тощо. **Японці** прагнуть уникнути обговорень і зіткнень позицій під час офіційних переговорів. Проблеми намагаються максимально обговорити під час неофіційних зустрічей. У цілому, впродовж переговорів, не змінюють свої позиції та тактику ведення переговорів. Японці велику увагу приділяють розвитку особистих взаємин з партнерами. Вони дотримуються точності та обов'язковості у всьому, підкреслено демонструють свою увагу, слухаючи співрозмовників (але це не означає, що вони з ними погоджуються). Важливим є те, що японці уміють працювати в команді, для них характерна групова солідарність. Не рекомендується спілкуватися з японцями про релігію та філософію.

Якщо ділова зустріч відбувається в Японії, слід пам'ятати, що вуличне взуття знімають біля входу в дім, на татамі не ступають навіть у домашніх капцях. Потрібно завжди мати з собою велику кількість візитівок, їх відсутність здивує японців.

Підтримуючи контакти з представниками **Індії**, варто пам'ятати про те, що в індійців високо розвинене почуття власної гідності. Індус не дозволить образити себе. Колись принижений у результаті довгого колоніального панування Англії, він дуже оберігає свою незалежність. Імпонує ще одна риса індійських політиків і дипломатів – це їхній реалізм, практичність, підпорядкованість одній меті – інтересам країни.

Таким чином, ми стикаємось з різноманітними культурами, специфіка спілкування яких зумовлена не тільки граматичним складом і синтаксисом їхніх мов, а й здатністю впливати на співрозмовника або слухача. Але, незважаючи на всю різноманітність, існує загальна (міжнародна) культура спілкування, якої дотримуються і при ділових розмовах, і при світських. У

різних країнах по-різному звертаються (наприклад, до жінки: в Німеччині – «фрау», у Франції – «мадам», в Україні – «пані»), але це не виходить за межі єдиного етикету. Під час рекомендації знатних осіб обов'язково згадують їхній титул: графиня, барон тощо. Але не додають слово пан чи пані. Не називають титули у звичайній розмові. Також у багатьох країнах прийнято звертатися на ім'я. Під час розмови не слід перебивати, ображати співрозмовника та ін. Тобто, всі ці правила – загальні, їх дотримуються і в Європі, і в Америці, і в розвинутих країнах Азії. І тільки невеликі відмінності, найчастіше мовні чи психологічні, виказують належність до тієї чи іншої країни.

СЛУЖБОВИЙ ЛИСТ

Службовий лист – це довідково-інформаційний документ, за допомогою якого відбувається спілкування між установами та особами.

Службові листи належать до основних засобів встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, фірмами та закладами.

За функціональними ознаками службові листи поділяються на такі, що потребують відповіді (лист-прохання, лист-звертання, лист-пропозиція, лист-запит, лист-вимога), й такі, що їй не потребують (лист-попередження, лист-нагадування, лист-підтвердження, лист-відмова, супровідні листи, лист-розпорядження, гарантійні листи, інформаційні листи).

За кількістю адресатів розрізняють звичайні, циркулярні й колективні листи. Звичайний лист надсилають на адресу однієї інстанції, циркулярний лист – цілій низці установ, колективні листи – на одну адресу, але пишуть його від імені керівників кількох установ.

Реквізити:

1. Назва установи-адресата.
2. Номер.
3. Текст, що складається з двох частин: опис фактів або подій, які послугували підставою для написання листа; висновки та пропозиції.
4. Дата (здебільшого словесно-цифровим способом).
5. Підпис.
6. Печатка.

Листи, які надсилають установи, повинні друкуватися на бланках.

Зразок:

Лист-запрошення

Запорізький технічний університет
вул. Жуковського, 64, м. Запоріжжя, 336512;
телефон 64-43-41, факс 64 14 56;
розрахунковий рахунок № 000123454
у Запорізькому відділенні банку «Україна»
м. Запоріжжя, МФО 231546

Деканові електротехнічного
факультету
Бердянського державного університету
п. Петренку О.С.
вул. Вільна, 16, м. Бердянськ, 256711

23 січня 2000 року № _____
На № _____ від _____

29 травня 2000 року в Запорізькому технічному університеті (за адресою _____) відбудеться конференція «_____».

Запрошуємо Вас взяти участь у роботі конференції.

Відрядження сплачується за рахунок Запорізького технічного університету.

Ректор

(підпис)

Віктор ГОЛУБ

печатка
