

81.230-7
536

Наталія БОТВИНА

МІЖНАРОДНІ КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ: МОВА ТА ЕТИКА ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ



Н. В. БОТВИНА

МІЖНАРОДНІ
КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ:
МОВА ТА ЕТИКА
ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Навчальний посібник

Видання друге, доповнене та перероблене

НБ ПНУС



783019

«АртЕк»
Київ—2002

ББК 81.2УКР-7
Б86

Ботвина Н.В.

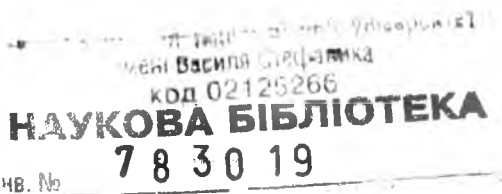
Б86 Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: Навчальний посібник. Вид. 2-ге, доп. та перероблене. — К.: АртЕк, 2002. — 208 с.

ISBN 966-505-127-X

ББК81.2УКР-7

У посібнику розглядаються питання організації ділового спілкування із врахуванням національних особливостей культур. Зміст ділової культури репрезентується як сукупність складників мовної культури, ділової етики. Подано елементи необхідних крос-культурних установок у поведінці ділових партнерів, яких слід дотримуватися в міжнародній бізнес-комунікації. Особливу увагу приділено з'ясуванню взаємодії понять «культура — мова — держава», соціально-психологічним чинникам ділового діалогу.

Посібник розрахований на викладачів, студентів, а також усіх тих, кого цікавлять міжнародні культурні традиції, а саме: мова та етика ділового спілкування.



© Ботвина Н.В., 2002

© «АртЕк», комп'ютерний
макет, 2002

ISBN 966-505-127-X

ПЕРЕДМОВА

Прикметною ознакою кінця ХХ — початку ХХІ століття є інтернаціоналізація економіки, її глобалізація. Разом з тим у ділову взаємодію включаються носії різних культур, ущільнюються мовні контакти, прискорюються темпи спілкування і комунікації. У цьому вихорі спілкування виникає багато проблем комунікативного характеру: подібність/різниця моральних, етичних вимірів, звичаїв та ритуалів, наявність мовних стандартів.

Стає важливим не лише оволодіння іноземною мовою, а головне — навичками ділового спілкування з представниками різних культур.

Отже, є проблема в засвоєнні самого поняття «культура», з'ясуванні місця мови в культурі та визначенні загальних позицій у діловій культурі, аналізі їх специфічних особливостей.

Курс «**Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації**» містить елементи крос-культурної інформації, культури мови, соціолінгвістики, теоретичні узагальнення з питань етикету, а також рекомендації щодо «правил гри» при веденні справ у світі. Головною метою спецкурсу є з'ясування важливості і значення знання й дотримання основних правил етикету ділового спілкування для успішної ділової кар'єри; оволодіння навичками високої культури поведінки та етики налагоджування, підтримання і розвитку ділових стосунків з окремими людьми, підприємствами, установами, фірмами тощо як в Україні, так і за її межами.

Окрім лекційної частини, передбачається організація практичних занять з метою вироблення і закріплення навичок усного та писемного міжособистісного й міжнарод-

ного спілкування. У результаті отриманих знань учасник як національної, так і міжнародної комунікації повинен знати правила мовно-етичного спілкування.

Таким чином, запропонований посібник об'єднує теоретично-консультативну й практично-тренувальну частини, що обумовлюється потребами в набутті знань і досвіду мовно-культурної та етико-ситуативної комунікації. Тому книжка поєднує навчальну, довідкову та контролюючу функції.

Засвоївши запропонований матеріал, студенти повинні знати:

- основні етапи становлення української мови як державної;
- про зв'язок мови і національної картини світу;
- сутність поняття «етикет» та «діловий етикет»;
- основні правила сучасного етикету, зокрема, правила прийому гостей, поведінки за столом та в громадських місцях;
- основні положення етичного кодексу бізнесмена;
- основні правила сучасного ділового, службового та телефонного етикету;
- загальні правила оформлення різних видів письмових документів, ведення ділового листування;
- стратегію і тактику переговорного процесу;
- найважливіші ознаки високої культури мовлення;
- етичні аспекти культури дискусії та шляхи і засоби врегулювання конфліктів;
- основні засади міжнародного етикету.

Також студенти повинні вміти:

- застосовувати основні правила сучасного етикету взагалі, та ділового і міжнародного зокрема;
- вживати правила раціонального ділового телефонного спілкування;
- складати різні види ділових листів з урахуванням усіх необхідних вимог;
- організувати зустріч делегації партнера і сам процес переговорів;
- здійснювати самопрезентацію в колі ділових людей;
- самостійно формувати власний імідж, самокритич-

но переглянувши свій зовнішній, діловий та повсякденний одяг, взуття, зачіску тощо;

- застосовувати етичні принципи управлінської діяльності менеджера;
- вживати основні технічні прийоми та методи самоменеджменту;
- запобігати загостренню конфліктів у діловому спілкуванні;
- правильно зрозуміти поведінку зарубіжного партнера у діловому спілкуванні, враховуючи особливості ділового етикету представників різних країн.

Під час підготовки й проведення практичних занять студенти повинні **продемонструвати й навички** самостійної роботи з основною літературою до курсу, а також з рекомендованою додатковою; конспектування довідкових джерел; давати розгорнуті відповіді на питання дискусійного та підсумкового характеру; написання рефератів; підготувати інформаційні повідомлення.

Вправи і завдання, як правило, пов'язуються з головною темою заняття. Вони містять як питання теоретичного характеру, так і ситуативні, що визначають соціально-психологічну чи мовно-культурну орієнтованість студентів. Ці вправи і завдання, що об'єднані темою **«Культура мови в діловому спілкуванні. Мовний етикет»**, можна виконувати під час кожного з дев'яти інших занять, що посилювало б мовне тренування.

Зауважимо, що цей курс не замінює дисципліну «Українська ділова мова», а є наступним, таким, що спирається на певну сформованість мовних навичок, на знання української та іноземної мов.

Тема 1

МОВА ТА ЇЇ ФУНКЦІЇ. МОВА І НАЦІОНАЛЬНА КАРТИНА СВІТУ

План

1.1. Мова та її функції.

1.2. Мова і народ.

1.1. Мова — це система звукових, письмових знаків або символів, що служать засобом людського спілкування, мислительної діяльності, способом вираження само-свідомості особистості.

Жодне суспільство, на якому б рівні воно не знаходилося, не може існувати без мови. Обслуговуючи потреби суспільства, мова виконує низку функцій, життєво важливих як для самої мови, так і для цього суспільства. Мова, якою не спілкуються, стає мертвою; народ, який втрачає свою мову, зникає.

Мова належить до так званих вторинних систем. Вона існує не сама по собі, а в людському суспільстві, яке її витворює. Водночас мова — один з чинників самоорганізації суспільства і є невід'ємною ознакою таких спільнот, як рід, плем'я, народність, нація.

Саме через мову ми пізнаємо світ, сприймаємо його. У кожного народу «мовна картина світу» своя, неповторна. Найпростіший приклад: у природі ми чуємо тільки ті звуки, які є в нашій мові (шум дерев передаємо як *ш-ш-ш*, інші природні явища: *день, хрусь, хляп*). В інших народів звуконаслідування інакше.

Мова, як явище суспільне, виконує ряд *функцій*, пов'язаних з об'єктами та суб'єктами суспільної діяльності.

Так, суть *комунікативної* функції полягає у використанні мови для інформаційного зв'язку між членами су-

пільства. Для повноцінності функціонування мова повинна обслуговувати всі сфери комунікації: науку, техніку, виробництво, ділове спілкування, навчання тощо.

Експресивна функція. Вона полягає в тому, що мова є універсальним засобом вираження внутрішнього світу індивіда. «Говори — і я тебе побачу», — стверджували мудреці античності. Кожна людина — це цілий неповторний світ, сфокусований у її свідомості, у сферах інтелекту, емоцій, волі. Але цей світ прихований від інших людей, і тільки мова дає можливість розкрити його для інших. Чим досконаліше володієш мовою, тим виразніше, повніше, яскравіше постаєш перед людьми як особистість. Те ж саме можна сказати і про націю, народ.

Ідентифікаційна функція. Мова є засобом спілкування. Але додамо: тільки для тих, хто її знає. Для тих, хто її не знає, вона є засобом роз'єднання, сепарації, відокремлення своїх від чужих. Спілкуватися за допомогою якоїсь мови можуть лише носії цієї мови. Тільки для них вона є засобом ідентифікації, ототожнення в межах певної спільності.

Ця ідентифікація виявляється і в часовому, і в просторовому вимірах. Ми відчуваємо свою спільність і з тими, що жили задовго до нас і житимуть після нас, і з тими, що живуть далеко від нас, в інших країнах.

Кожен з нас має свій мовний «портрет», мовний «паспорт», в якому відображено всі параметри нашого «Я»: національно-естетичні, соціальні, культурні, духовні, вікові.

Гносеологічна функція. Мова є засобом пізнання світу. Людина, на відміну від тварини, користується не тільки індивідуальним досвідом, але й усім тим, що досягли її попередники та сучасники, тобто суспільним досвідом. Й ніколи не треба починати пізнання світу «з нуля». Пізнаючи мову, людина пізнає світ, причому світ у баченні саме цієї мовної спільності.

Кожна мова є виявом певної національної картини світу, і тому зникнення якоїсь із них збіднює уявлення людини про світ, зужує досвід.

Гносеологічна функція полягає не тільки в накопиченні досвіду суспільства. Мова є засобом мислення, формою існування думки. Отже, у пізнанні нового, раніше невідомого, вона є обов'язковим чинником.

Мислетворча функція. Вона полягає в тому, що мова є засобом формування думки: людина мислить у мовних формах. Є мовлення і мислення конкретне (образно-чуттєве) і абстрактне (понятійне). Людське понятійне мислення — це оперування поняттями, які позначені словами і які не могли б без слів існувати. Крім того, у процесі мислення ці поняття зіставляються, протиставляються, поєднуються, заперечуються, порівнюються тощо, для цього в мові існують спеціальні засоби. Тому мислити означає оперувати мовним матеріалом.

Вислів «обмінюватися думками» абсурдно розуміти дослівно. Якби люди обмінювалися безпосередньо думками, то вони завжди розуміли б один одного і не було б ніяких втрат при передаванні інформації. Насправді люди обмінюються мовними одиницями, в яких закодовані думки. І адресат мовлення не має завжди адекватного розшифрування. Недарма говорять: хто ясно думає, той ясно висловлюється. Або й дошкульно: видно з мови, якої ти голови.

Зауважимо, що думання відбувається у формі певної мови, здебільшого тієї, яку ми найкраще знаємо, тобто рідної. Отже сам процес мислення має національну специфіку, яка обумовлена національним характером мови: характерним набором звукосполук, слів, специфічними способами поєднання їх у реченнях тощо.

Естетична функція. Мова є знаряддям і водночас матеріалом створення культурних цінностей. Вона першоешелон культури. Фольклор, художня література, театр, пісня тощо — усе це дає підстави стверджувати, що мова — становий хребет культури, її робітня, її храм. Виховання відчуття краси мови — основа всякого естетичного виховання.

Культуроносна функція. Мова — носій культури. Культура кожного народу зафіксована в його мові.

Пізнання народу, його культури, його ментальності іншими народами може бути поверховим і глибинним, всебічним. Для глибинного пізнання народу необхідне знання його мови. У цьому випадку мова виконує функцію зв'язку між народами. Пропагуючи свою мову в світі, ми пропагуємо власну культуру, її надбання, збагачуючи світову куль-

гуру. Згадаємо, яке враження на Європу справили гастролі українського хору Кошиця перед Першою світовою війною, відкривши світові цілий материк оригінальної і багатющої культури, а з нею і наш народ. Так за допомогою мови відбувається «переливання» духовних цінностей, транспортування їх іншими мовами, завдяки чому наша духовність стає органічною частиною духовності інших народів, а існування нашого народу стає з маловідомого у світі факту невід'ємним чинником світової цивілізації.

Через мову передається і естафета духовних цінностей від покоління до покоління. Чим повнокровніше функціонує в суспільстві мова, тим надійніший цей духовний зв'язок поколінь, тим багатша духовність наступного з них. І навпаки: усякі мовні утиски руйнують цей зв'язок поколінь, збіднюють культуру народу. А тому боротьба за повноправність своєї мови — це водночас боротьба за рідну культуру.

Номінативна функція. Це функція називання. Мовні одиниці, передусім слова, служать назвами предметів, процесів, якостей, ознак тощо. Усе пізнане людиною одержує свою назву і тільки так існує у свідомості. Цей процес називається лінгвізацією, «омовленням» світу.

У назвах зафіксовано не тільки реалії дійсності, адекватно пізнані людиною, але й помилкові уявлення, ірреальні, уявні сутності тощо.

Номінативними одиницями (словами, словосполученнями та фразеологізмами), як мозаїкою, вкрита вся реальність. Мова є картиною, «зліпком» реального світу. Зрозуміло, що кожна мова являє собою неповторну картину дійсності (наприклад, у нас існує одне слово *сніг*, а в ескімоській мові є кілька десятків слів на позначення цього поняття: порізнному мовно розчленовані в різних мовах одні й ті ж фрагменти світу і т. ін.).

І дуже прикро, коли з тих чи інших причин існують у мові прогалини, лакуни, незаповнені ділянки. Наявність таких прогалин у мові змушує народ дивитися на світ чужими очима, порушує національну цілісність духовної культури. Найчастіше це трапляється з «непрестижними» мовами, які не мали можливості лінгвалізу-

вати певні сфери пізнання і діяльності людини, лінгвалізовані «престижними» мовами. Йдеться передусім про галузі науки, техніки, виробництва, соціально-економічних відносин тощо.

Тому заповнювати ці лакуни, піднімати статус рідної мови до рівня мов, що обслуговують найпередовішу науку, культуру, виробництво, обов'язок не тільки і не стільки мовознавців. Народ творить мову, мова творить народ. І кожен, хто усвідомлює себе частиною народу, до якого прошарку він не належав би, повинен відчувати себе водночас відповідальним за долю мови, бути її творцем.

Мова — явище системне. Її функції виступають не ізольовано, проявляються у взаємодії. Відсутність чи неповнота використання якоїсь із них згубно впливає на мову в цілому, а це, в свою чергу, відбивається на долі народу.

1.2. Ідея про глибинний зв'язок між мовою, мисленням і духом народу має значні історичні корені, проте чи не найкраще її сформулював німецький мовознавець і філософ Вільгельм фон Гумбольдт: «Мова народу — це його дух, і дух народу — це його мова».

Щоб переконатися в цьому, І. Каганець, наприклад, запропонував простежити етимологію (походження) деяких українських і російських слів:

«виховати — заховати від зла

воспитать — выкормить

лікарня — лікувати, давати здоров'я

больница — терпеть боль, страдать

весілля — веселитися, радіти

свадьба — свататься, предлагать породниться

освіта — світло, просвічення

образование — формирование по образцу, по образу

шанувальник — пошана, повага

поклонник — поклонение

подружжя — дружба, приязнь

супруги — сопряженная, запряженная пара

шлюб — «злюб», кохання

брак — брать

звитяжець — витягнути, підняти вище

победитель — «по-беда», тот, хто осталися живим «по бедах»¹.

Між мисленням і мовою, як зазначалося раніше, існує найтісніший зв'язок. Наприклад, якщо в мові немає слів, що позначають певні поняття, то ці поняття часто стають для людини недоступними. Тому мова, як система світобачення, впливає на всю людську поведінку: людина поводить з предметами так, як їх подає їй мова.

Далі автор обмірковує: «взьмемо російське слово «бесполезный» — в українській мові воно не має еквівалента. Тому українцю (якщо він не знає російської) не може навіть спасти на думку, що в природі є щось «бесполезное» — для нього все має свій сенс і призначення. З другого боку, українське слово «праця», яке означає радісну, приємну, осмислену («п-рацію») роботу, не має еквіваленту в російській мові. Тому, крім нейтрального «работа», росіяни змушені вживати слово «труд», яке означає важку, неприємну діяльність, пов'язану з «труднощами». Для інтересу спробуйте перекласти російською мовою слова з відомої української пісні — «ще є нагода святої праці»: словосполучення «святая работа» є штучним (тому практично не вживається), а «святой труд» для вуха росіянина взагалі звучить абсурдно»².

Отже, мова є дзеркалом національної ментальності.

Тільки вивчення мови народу, з представниками якого ви вступаєте в ділові стосунки, дозволяє сприймати реальність так само, як і носій іншої мови. Так, японці з їх зворотним порядком слів у реченні організують свої думки інакше, ніж європейці. Наприклад, у американців та зулусів є суттєва відмінність щодо позначення зеленого кольору: одне слово та 39 відповідно. Англійці оперують поняттями «кінцевий термін виконання контракту», «ф'ючерський контракт», а в зулуській мові їх немає. Отже, мова адаптується до певних культурних (соціально-економічних, науково-технічних тощо) умов.

¹ *Каганець І.* Що каже мова про народ // *Вечірній Київ*. — 1993. — 24 черв.

² Там же.

Про яку б культуру не йшлося, без мови не обійтися. Одним із чинників, що ускладнює спілкування, часто є те, що жителі кожної країни по-різному використовують свою мову.

Ви та ваш співрозмовник-іноземець дивитесь на світ різними очима. Яким би «інтернаціональним», «мультикультурним» й «усезнаючим» ви не намагалися бути, ви не зможете сприймати і відчувати світ так само, як співрозмовник, оскільки у вас немає для цього мовних засобів. Ви можете знати звичаї його народу, смаки, табу, можете засвоїти вірування і філософію, але тільки вивчення його мови дозволить скинути пута рідної мови і сприймати реальність так само повно, як і він.

Додаткові виміри реальності дають нам знання й мислення двома мовами. Показові в цьому плані мешканці-фіни в Швеції. Якщо французька мова (у якої дуже багато спільного з англійською) дає британцеві додаткові 10 % нюансів світосприйняття, то, вивчаючи «примітивну» мову, абсолютно відмінну від нашої, зі своєю логікою і системою припущень, ми відкриваємо нові речі, щось надзвичайне!

Греки — перший народ, що досконало дослідив людське мислення та його логіку, — визнали мову універсальним і невід'ємним елементом розуму. Вони вважали, що оскільки мова властива усім представникам людського роду, то в руках освіченої людини мова стає мірою порівняння, зіставлення ідей, досвіду, реальності. Вони не сумнівалися в тому, що будь-яку думку легко перекласти з однієї мови на іншу. Але ж це правильно лише частково! Справді, шведські вислови просто перекладаються англійською, а ось у випадку фінська — англійська це зробити складніше.

Той, хто вивчав іноземну мову, знає, як важко перекласти англійською *panache* (плюмаж, султан — прикраса з пір'я (фр.); *esprit de corps* (корпоративний дух, почуття плеча (фр.); *Gemütlichkeit* (затишок, спокій, доброта (нім.) та *Zeitgeist* (дух часу (нім.)). Перекладачі в апараті ООН, — зауважив Р. Льюїс, — щодня стикаються з подібними проблемами навіть у роботі зі спорідненими мовами. Відомий випадок, коли англійською було сказано «я припускаю», французькою переклали: «Я прийшов до висновку», а в

перекладі з французької українською вийшло «я вважаю», так що початковий смисл було втрачено!

Якщо англійська, французька, німецька, українська та інші індоєвропейські мови ще якимось зіставлявані, то знайти відповідність між китайською, індонезійською, фінською та японською важко. Коли структура мови впливає на поведінку людини, то можна зіткнутися з людьми, які бачать світ по-сино-тибетському, по-полінезійському, по-алтайському, по-закарпатському, по-японському, тобто по-різному.

Є немало наукових підтверджень гіпотези про те, що вищі мислительні процеси обумовлюються мовою. Мову можна розглядати як внутрішнє мовлення. Тільки в середні віки люди навчилися читати про себе. Сьогодні звернення до свого «я» стало абсолютно природним і, без сумніву, у більшості випадків для цього використовуються слова, що вимовляються про себе або вголос.

Можна припустити, що німецькі, італійські та малайські бізнесмени роблять те саме рідною мовою. Тобто, коли вони говорять, видно лише верхню частину айсберга їх вербальної активності, більшу частину якої ми ніколи не побачимо. Отже, мова нашого партнера може бути ідеально правильною, або з помилками, але вона завжди виявляє картину світу, обумовлену жорсткою структурою рідної мови. Так, французька мова — жива, точна, логічна — є гарним засобом у суперечках. Англійська не використовується для «атак». Англійці вміють бути невизначеними, запобігають конфліктам, завуальовують вирішення проблем.

Іспанці та італійці розглядають свою мову як інструмент красномовства. Намагаючись донести свої ідеї повністю, вони перебирають велику кількість слів, допомагаючи собі пальцями, руками та мімікою, максимально використовують тембр голосу та інтонацію.

Німці ж покладаються на логіку, але намагаються зібрати якомога більше доказів та ретельно пропрацювати свої аргументи.

Скандинави довго прораховують ситуацію, складають список усіх «за» і «проти», перш ніж зроблять висновки.

Американська мова жвава, рухлива, має здатність адаптуватися. Основна риса розмови — сарказм.

Японці використовують мову інакше. Для них мова — засіб комунікації, але самі по собі слова та речення не передають суті сказаного. Те, що японці хочуть сказати, позначається манерою спілкування, ставленням до співбесідника.

Своєрідність, з якою люди використовують мовні стилі, неминуче призводить до неправильного розуміння того чи іншого виразу, а, можливо, й самого співбесідника. Отже, ми стикаємося з багатоманітністю культур, специфіка мови яких обумовлена не лише граматичною будовою, словником і синтаксисом, але й способами впливу на слухача.

Те, що національні мови сприймаються оточуючими по-різному, відзначалося протягом століть. Іспанський король Карл V говорив, що, на його думку, німецькою доречно говорити з солдатами, англійською — з кіньми, італійською — з жінками, а іспанською — з Господом Богом. Вінченцо Спінеллі помітив, що італійською мовою співають, іспанською декламують, французькою танцюють і лише португальською справді говорять.

Англієць чи японець можуть не довіряти італійцям лише тому, що ті махають руками, а іспанцям — тому, що ті емоційні й схильні до перебільшень. Французи можуть викликати роздратування через їх прямоту і часті випадки цинізму. Північні народи можуть просто вважати, що романські нації говорять занадто швидко, щоб на них можна було покластися. Насправді, різними мовами говорять з різною швидкістю. Темп мовлення у гавайських та деяких полінезійських мовах ледве перевищує 100 складів на хвилину, коли для англійської він становить 200, для німецької — 250, японської — 310 і французької — 350 складів на одну хвилину.

Отже, стикаючись з різноманіттям культур, ми простежимо й причини комунікативного розриву.

Комунікативний розрив виявляється у трьох формах: мовній, практичній та культурній. Більш серйозні труднощі у менеджерів, дипломатів викликають відмінності в поведінці, обумовлені культурою або мовою. Наприклад:

Німеччина:

— Яка у вас лінія смерті? Замість: Який у вас кінцевий строк постачання? (deth line замість deadline).

Португалія:

— «Що ви будете робити на пенсії?» — «Я буду плодити-ся разом з кіньми». Замість: «Я буду розводити коней» (bred with замість breed).

Швеція:

— «Ви сподіваєтесь на зміни?» — «Ні, я безнадійний». Замість: «Я втратив надію» (I am hopeless замість I am not hopeful).

Намагаючись подолати лінгвістичні бар'єри, досягти взаєморозуміння, треба враховувати ще й комунікативні моделі на ділових зустрічах, яких дотримуються ті чи інші народи.

Італійці, які вірять у повну відвертість, стануть ще більш відвертими і більш красномовними, ніж раніше. Фіни, навпаки, будуть намагатися переформулювати угоду про наміри з меншою кількістю слів, оскільки в їх культурі це спосіб досягнення стислості й зрозумілості.

Німці схильні рухатися вперед рішуче, педантично і з впевненістю в собі. Француз почне використовувати різні тактики, включаючи звертання до образності, але буде дотримуватися й строгого принципу логіки.

Англійці, як і німці, впевнено йдуть уперед, але часто використовують гумор, щоб зменшити конфлікт, пом'якшити стиль спілкування. Південноамериканці й шведи вступають у тривалі дискусії.

Іспанці використовують тривалі розмови, щоб краще пізнати співрозмовника, встановити з ним дружні стосунки, перевести їх на лояльну основу.

Американці дивляться на переговори як на процес взаємних поступок.

Різниця мовних культур тих чи інших країн впливає на характер мови, моделі та кольористику *реклами*. Наприклад, жадібні до інформації німці будуть випускати великі брошури для іноземців, факти будуть переважати над естетикою, яка, скажімо, цінується іспанцями. Такі компанії, як Nokia та Volvo, часто використовують у своїй рекламі бла-

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА

китний та білий — кольори національного прапора, настроюючи північного читача на відчуття фінської акуратності.

Національні мови по-різному доносять ділову інформацію. Менеджери всіх національностей знають, як найбільш ефективно говорити зі своїми співвітчизниками, але нечітко усвідомлюють свою залежність від глибинних особливостей мови.

Німецька мова в діловій обстановці позбавлена гумору, а її жорстка система закінчень і строгий порядок слів заважають мовцю легко думати вголос. Мала кількість омонімів, прозора словотворча система придатні для роздавання чітких вказівок.

Можна сказати, що внутрішній монолог німця буде серйозним, сконцентрованим на важливих проблемах і виражений будь-якими, але не легковажними словами.

Американська англійська. У США менеджер — один з тих, хто відповідальний за швидкий розвиток нації та галузі комерційних послуг. Схильність до гіпербол, перебільшень дозволяє американським менеджерам «заводити» своїх підлеглих для швидкої та результативної праці. Постійне використання дієслова *get* (отримувати, ставати) дозволяє давати більш зрозумілі й прямі вказівки. А широкое вживання неологізмів, афористичність мови створює веселий настрій, бадьорість, ефект демократичності.

Німець всерйоз сприймає американця і тоді, коли він навіть не може припустити, що його жартівливий тон буде неправильно сприйнятий. Їх спілкування утруднює ще одна обставина — більша кількість ідіом та жаргонних виразів, які так характерні для американської мови. Такі вирази, як *gotts deal* (справу зроблено!), *gotta be jokiю* (ви жартуєте!), *no way* (ні в якому разі), *full of shir* (дурний), *over the top* (загнути, перебільшити), *you can't do this to me* (невже ви так вчините зі мною?) та *give away the stowe* (віддати даремно), навряд чи свідчать про те, що американець насправді думає, але дають привід для висновків та рішень не на його користь.

У британців інші кліше, що свідчать про туманність думки. Серед них немало виразів, запозичених зі спорту: *fair play*, *sticky wicket* (скрутний стан), а *good innings*

(смуга нещасть), good show (чудово), bad news (погані новини), not on (нереально), a bit think (занадто).

Британська англійська більш вишукана. Робота організовується під час дружньої світської бесіди, за допомогою гумору. Сильним інструментом є іронія.

Свої особливості є й у внутрішнього монологу французів. Вони ретельніше препарують свій всесвіт, завжди знають, чого хочуть. Їх аналітичний словник пристосований до швидких змін думок, вони дуже логічні.

Іспанська внутрішня мова грубувата, емоційна. Іспанці живають багато пестливих та зменшувальних форм, як і італійці. Це дозволяє іспанцеві говорити гаряче й відверто, демонструючи свою широку натуру й простоту. Однак це не означає, що партнерам вдасться перехитрити іспанця.

Японська мова пристосована для того, щоб не віддавати вказівки, а натякати на них. Широко використовуються пасивні дієслівні звороти, безособові форми дієслова, що дозволяє будувати ввічливі вирази.

Таким чином японці демонструють свою ввічливість, відданість. Складність спілкування в тому, що під шанобливістю, як правило, приховується смисл сказаного. Ці вирази не перекладаються іншими мовами, так що в «чистоті» розмова стає пласкою, навіть лишаючись граматично правильною.

Отже, як міняється від мови до мови картина світу, так міняється і ділова поведінка. Кожна мова таким чином є носієм свого досвіду, який треба пізнавати, вивчаючи більше мов.

Урахування картини світу іноземного партнера допоможе встановити такий рівень взаємин, який можливий при різниці ментальності.

У транснаціональній бізнес-команді на мовних курсах можуть виявитися й інші практичні й психологічні риси представників тих чи інших народів.

Так, представники романських народів легко визначають значення довгих літературних або наукових слів, але мають труднощі з вимовою; датчани й скандинави легко засвоюють вимову, однак їм не вистачає знання лексики латинського походження. Шведи допомагають фінам зас-

воювати незнайомі прийменники. Німці борються з англійським порядком слів.

Мова — бідний комунікативний засіб, якщо кожне слово чи фраза не сприймаються в їх початковому культурному контексті. Поглиблення знання іноземної мови сприяє розвитку крос-культурного взаємсприймання ділових партнерів.

Запитання і завдання

1. Що таке мова і які головні компоненти мови ви можете назвати?

2. Які функції мови ви знаєте? Дайте коротку характеристику кожній з них.

3. Прочитайте роман Д. Оруела «1984». Як ви можете пояснити взаємозв'язок мови та психіки? Що, по-вашому, змінилося в українській мові за 90-ті роки ХХ ст.? Які соціальні та суспільно-політичні події, технічні явища вплинули на мову, психіку людей?

4. Назвіть основні риси найбільших національних мов світу.

5. Покладаючись на ваше знання іноземної мови, наведіть 10—15 виразів, словосполучень, які, на ваш погляд, ускладнюють ділову комунікацію з іноземними партнерами.

6. Які звуконаслідувальні слова англійської (німецької, французької, іспанської тощо) мови ви знаєте? Як вони співвідносяться із такими ж мовними одиницями в українській мові?

7. Проведіть тест «Національні особливості». Із 48 можливих характеристик виберіть 8 для оцінки таких народів — німці, британці, італійці, фіни, шведи, американці.

Похмурий, з почуттям гумору, емоційний, чесний, готовий на ризик, пихатий, серйозний, дипломатичний, гордий, повільний, кон'юнктурний, слабкодухий, позбавлений почуття гумору, спокійний, хитрий, емоційний, надійний, вірний, орієнтований на гроші, колективний, мудрий, розуміє все буквально, відкритий, сором'язливий, добре вихований, безвідповідальний, правдивий, любитель пожартувати, товариський, працелюбний, консервативний, індивідуаліст, шумний, невихований, турботливий, екстраверт, вправний, пунктуальний, гнучкий,

стриманий, спритний, ввічливий, економлячий час, неважний, нудний, вишуканий, вольовий, старомодний.

8. Створіть ситуацію, в якій би виявились ті чи інші національні риси партнера по бізнесу.

9. Розгляньте малюнок, проаналізуйте, які комунікативні бар'єри можуть виникнути між японцем та представником романських народів.

японці

Сором'язливість ↓

Скромність ↓

Повільність ↓

Мовчазність ↓

Небагатослівність ↓

Різкість ↓

Грубість виразів ↓

Японська помірність ↓

↑ Недовіра до мінливості

Непостійність

↑ Неприятність до екстраверсії

Екстраверсія

Недовіра до швидкої мови

Швидка мова

↑ Недовіра до надемоційності

Емоційність

↑ Недовіра до жестикуляції

Мова рухів тіла

↑ Японська недовіра до слів

Багатослів'я

романські народи

10. Який характер стосунків представників двох романських народів?

італієць

- розуміє француза
- знає, що французи ставлять себе вище італійців
- намагається перехитрити

багатослівне емоційне звертання →
↓ багатослівна надмірна відповідь ↙
→ гнучка і доступна для розуміння відповідь →
← зрозуміле примирливе повідомлення ↘
→ вираз згоди, заснований на взаєморозумінні романських народів →

француз

- розуміє сутність романських народів
- відчуває перевагу над італійцями

11. Прочитайте фразу українською мовою, доберіть іншомовний відповідник. Чи може його сприйняття викликати комунікативний розрив? У якій ситуації (неприйняття смислу, неправильна вимова, подібність вимови тощо) ?

Німеччина

— На наступному тижні я *стану* новою машиною. Замість: На наступному тижні у мене *буде* нова машина (увага! *become* замість *get*).

Японія

— Моя мати — *друкарська машинка*. Замість: Моя мати — *друкарка* (увага ! а *typewriter* замість а *typist*).

Португалія

— М'ясників оштрафували за торгівлю м'ясом *мавп*. Замість: М'ясників оштрафували за торгівлю м'ясом *ослів* (увага! *monkey* замість *donkey*).

Фінляндія

— Ми сидимо в *скляній кімнаті*. Замість: Ми сидимо в класній кімнаті (увага! *glass room* замість *classroom*).

12. Прочитайте текст.

МОЛИТВА ДО МОВИ

Мово! Пресвята Богородице мого народу! З чорнозе-му, з любистку, м'яти, рясту, євшан-зілля, з роси, з дніп-ровської води, від зорі і місяця народжена.

Мово! Мудра Берегине, що не давала погаснути зем-ному вогнищу роду нашого і тримала народ на небесно-му олімпі волелюбності, слави і гордого духу.

Мово! Велична молитва у своїй нероздільній трійці, що еси ти і *Бог Любов*, і *Бог Віра*, і *Бог Надія*! Мово, що стояла на чатах коло вівтаря нашого національного Хра-му й не впускала туди злого духа виродження, злого духа скверноти, ганьби...

Мово наша! Передчасно постаріла, посивіла, змарніла, на хресті мук розіп'ята, на палю посаджена. за ребро на гак повішена дітьми-покручами. Стражденнице, велико-мученице Матір Божа наша, в соловецьких ямах згноєна, за моря й океани розвіяна, голодомором викошена, лю-тим чоботом розтоптана. стонадцять разів розстріляна, чорнобильською смертю засіяна.

Мово наша! Убога прочанко з простягнутою рукою!
(Осквернена й знеславлена своїми дітьми. Твоїм сім'ям
несмудрим, що вродило не з тих полів, де квітують греч-
ки, мовби зійшли на землю ангели, де половіють жита, як
Божий лик, сяє небо, як Божий престол, а із зловісного
валуєвського тирловища, де густо родить чортополох зви-
родніння, осот безпам'ятства, кукіль здрібнілого мислен-
ня, будяки бездуховності, чорнобиль рабської покори,
прибиті сірою курявою повільної смерті, вичахання. На
межі того здичавілого поля вже стоїть вічний плуг і віч-
ний плугатар. Час чекає Божого знаку: зачати переорюва-
ти той бур'ян, чи, може, станеться диво...

Прости їх, Рідна! Прости гріхи їхні вільні і невольні,
прости той чорнобильський плід і те дике зілля, що гус-
то вродило на нашому трагічному лану. І прости цю ве-
лестражденну землю, на якій диявол справив моторошне
весілля, де здичавілі й сп'янілі від крові ангели його все
котять мутні тумани на Великі Луги, поки його лукаві
слуги косять наші молоді трави...

Прости! Воскреси! Повернися! Возродися!

Забувай вічним і віщим Словом від лісів — до моря, від
гір — до степів. Освіти від мороку і освяти святоруську
землю. Русь-Україну, возвелич, порятуй народ її на віки!
(*К. Мотрич*).

Дайте відповідь на питання:

- Який стиль літературної мови репрезентує цей текст?
- Які національно-словесні засоби допомагають створити
власне український образ Мови? (лексичні, морфологічні).
- Поясніть написання підкреслених слів.
- Як ви розумієте вирази: «чорнобильською смертю засіяна»,
«зловісного валуєвського тирловища»?

13. Прочитайте текст. Визначте основну функцію мови:

а) Стаття 12 Основного Закону гласить:

«Україна дбає про задоволення національно-культур-
них і мовних потреб українців, які проживають за межа-
ми держави»;

б) Мчить планета крізь простір, не знаючи
втоми,

Шлях Чумацький в космічній безодні
процах.

Всяк, хто сущий на світі, пита себе:

хто ми?

Звідки йдемо? І де наш останній причал?

(А. Седик);

в) «Закон, ну, м. 1) Зародышь. Константиногр. у. Там його й закону нема. 2) Законъ. *Де ж такий закон є, щоб чоловіка нівечити?* Харьк. 3) Исповѣданіе, обрядъ, предписаніе релігії, обычая. *Хитрий закон, що не зна ні чорт, ні пін, ні дякон.* Посл. Аф.» («Словник української мови» Б. Грінченка, 1905—1907 рр.);

г) [Мавка:] Чи у людей паруються надовго?

[Лукаш:] Та вже ж навік!

[Мавка:] Се так, як голуби... (*Леся Українка*);

г) «Залежно від цілей скликання міжурядові конференції діляться на мирні, політичні, економічні, екологічні, дипломатичні та змішані. Конференції скликаються для підготовки та підписання міжнародних договорів, у тім числі й статутів міжурядових організацій, обговорення певних міжнародних проблем, обміну думками та інформацією, а також для вироблення рекомендацій» (Б. Гуменюк, ж. «Політика і час»).

д) «Адміністративна правоздатність — це здатність соціальних індивідів бути носіями суб'єктивних юридичних прав та обов'язків у відповідній сфері. Правоздатність виникає із народженням людини і не може бути відчужена або обмежена, добровільна відмова від неї не має законної сили, адже правоздатність людини й утворює юридичне поняття особи, бо з відокремленням основних прав від особи залишається лише людина (жива істота). Тільки за вироком суду, у випадках, передбачених кримінальним або адміністративним законодавством, громадянин може бути позбавлений батьківських прав або права займатися підприємницькою діяльністю, права на пересування (у подібних випадках йдеться про кримінальні й адміністративні покарання)» (Л. Коваль).

14. З якою дією або процесом асоціюються у вас слова: лікарня (укр.), больница (рос.); свято і праздник; дружина і супруга; одруження, anschluss (нім.), брак?

Теми рефератів і повідомлень

- «Англійська (або будь-яка інша мова міжнародного спілкування) національно-мовна картина світу».
- «Реклама і мовна картина світу».
- «Мова менеджменту і національний характер».

Тема II

МОВА І ДЕРЖАВА. ПОНЯТТЯ ОФІЦІЙНОЇ ТА ДЕРЖАВНОЇ МОВИ. МОВИ МІЖНАЦІОНАЛЬНОГО ТА МІЖНАРОДНОГО СПІЛКУВАННЯ

План

- 2.1. З історії української мови (походження).
- 2.2. Державна мова.
- 2.3. Коротка історія української мови як державної.
- 2.4. Державотворча роль мови.

2.1. До сьогодні історики та лінгвісти сперечаються про час виокремлення української мови з мови-основи. Вік її коливається в межах від 5 тис. років до XIV або й VII століть. Український філолог Олександр Опанасович Потебня говорив, що «це не народження дитини і не падіння яблука, про яке при спостереженні можна сказати, що воно сталося о такій-то годині, хвилині... Тут встановлюється тільки сторіччя, пізніше за яке могло відбутися виділення мови».

В історії української мови існує кілька версій щодо часу її виокремлення.

Так, на думку польського і російського сходознавця Михайла Красуського, українська мова є найстаршою в Європі, її сліди треба шукати в говірках племен, котрі у IV—III ст. до н.е. кочували південними степами. У праці «Древность малороссийского языка», яка була опублікована у 1818 році в Одесі і передрукована у 1991 році в Києві, Красуський на основі зіставлення індоєвропейських мов дійшов висновку, що малоросійська (українська) мова давніша не тільки за всі слов'янські мови, а й за грецьку, латинську та санскрит — давньоіндійську літературну

мову. Сьогодні санскрит в Індії знає 2,5 млн. чол. з 750 млн. жителів. Саме малоросійська (українська) мова, на думку вченого, може пояснити багато місць у порівняльно-історичному мовознавстві, дешифрувати ряд санскритських, грецьких, латинських слів. Такі власне українські мовні явища, як чергування етимологічних звуків [o] та [e] у відкритому складі з [i] у закритому складі (воли — віл, село — сіл, мого — мій, шести — шість, росла — ріс, везла — віз), уживання дієслівного суфікса -в (знав, робив), наявні і в санскриті.

Російський мовознавець Ф. І. Буслаєв, дослідивши лексику і фразеологію «Слова о полку Ігоревім», інші писемні джерела давньоруської доби, а також пам'ятки чеської літератури, твори давнього українського фольклору, заявив про те, що українська мова древніша від мови російської.

«Сенсаційні» відкриття мають місце і в наш час. Професор Київського державного лінгвістичного університету І. П. Ющук зіставив українську мову з найдавнішою індоєвропейською мовою — латинською і вказав на «архаїчність» української мови, оскільки вона має велику кількість прадавніх індоєвропейських елементів, можливо, переконає вчений, більше, ніж у будь-якій із сучасних мов, що входять до цієї сім'ї. Спільність між українською та латинською мовами встановлюється на рівні фонетики (однакова система голосних, за винятком довгих і коротких; уживання звуків [г] та [r]). І тут цілком резонно постає питання: «Невже така близькість фонетичних систем, незважаючи на часову відстань між ними в дві з половиною — три тисячі років і на всі ті зміни, що відбулися за той час у них, це просто випадковість, а не вияв якихось спільних тривких мовних законів?» Для автора це риторичне питання. На граматичному зрізі, твердить він, «чим давніша лагінь береться для зіставлення», тим більше збігів виявляється. Це передусім подібності в системі відмінків, у родовій приналежності іменників, в особових закінченнях дієслів. Ідентичність простежується і в суфіксальному творенні вищого ступеня порівняння прикметників, спільне є в займенниковій системі, насамперед у лексичному складі та її особливостях відмінювання.

І.П. Ющук установив спільний лексичний фонд, який охоплює мову дорослої людини і життєво найважливіші дитячі слова: *тато, мама, папа* («хліб»), *вава* («ранка»). Загальний висновок такий: «...українська мова в окремих своїх рисах, моментах почала формуватися ще перед трьома тисячами років — можливо, водночас із латинською, якщо не раніше. Адже українська мова зберегла багато того, що вже класична латинь утратила».

Донедавна єдино правильним вважався погляд, за яким початок формування української мови, як і російської та білоруської, припадає на XII — XIV ст. Мовою-оснотою була давньоруська (спільнослов'янська) мова (VIII — XIII ст.).

Ця мова постала на основі спільнослов'янської, яка у свою чергу виникла на ґрунті індоєвропейської мови. Як твердять учені, у V — IV тис. до н. е. існувала давньоєвропейська цивілізація. Вона об'єднувала численні племена і займала територію від Волги до Єнісею (за переконанням одних дослідників) або від Балкан до Дунаю (на думку інших). До індоєвропейської родини входили слов'янська, індійська (хінді, урду, бенгальська, циганська), іранська (перська, таджицька, афганська, осетинська), балтійська (латиська, литовська, латгальська), германська (англійська, німецька, голландська, шведська, норвезька, датська), романська (французька, іспанська, італійська, португальська, румунська, молдовська, провансальська, ретороманська), кельтська (бретонська, валлійська, ірландська), грецька, албанська, вірменська мовні групи. Нині вона є однією з найбільших у світі мовних сімей. Індоєвропейськими мовами користуються 45,5 % населення світу. Спільнослов'янська мова мала багатомовну історію і дала життя сучасним тринадцятьом слов'янським національним мовам: українській, російській, білоруській (східнослов'янська підгрупа мов), польській, чеській, словацькій, нижньолужицькій, верхньолужицькій (західнослов'янська підгрупа мов), болгарській, словенській, македонській, сербській, хорватській (південнослов'янська підгрупа мов). Слов'янські мови — третя за чисельністю, після романської та гер-

манської, мовна група в індоєвропейській мовній сім'ї. Ними спілкуються понад 300 млн. осіб.

Багато наших сучасників висловлюються про постання української мови на праслов'янському ґрунті, зокрема професор Колумбійського університету, представник української еміграції Юрій Шерех (Шевельов) вичленовує протоукраїнську мову VII — XI ст.

Відомий історик, філософ, літературо- та мовознавець Іван Огієнко вважав, що десь за 5 тисячоліть до Христа всі теперішні так звані індоєвропейські народи говорили ще більш-менш однією спільною мовою, що умовно мовознавці назвали індоєвропейською. З часом мова ця розпалась на окремі говірки, що дали початок розвитку сучасним мовам Європи та Азії. Серед цих мов була і слов'янська. Очевидно, що в історії мов був час, коли балтійські мови (литовська, латиська, прусська) та слов'янська мали багато спільного й утворювали балто-слов'янську мовну спільноту. Про це свідчать такі слова: *snig, sneg, sniegas* та ін.

Десь у I тисячолітті по Христі балто-слов'янська спільність розпалась. Мови пішли в подальше життя кожна своєю дорогою: по-своєму розвивалася праслов'янська мова. Її доба була довгою. Десь 2000 літ.

Слов'яни проживали між річками Вісла (захід), Дніпро (схід), Дністер чи Прут (південь) до фінів (на північ). Вони не сиділи спокійно, рухалися, шукаючи вигідніших просторів.

З VI ст. у житті праслов'янської мови розпочалась доба перетворення говорів на окремі мови. Це тривало до IX — X ст. Центром найдавнішої території українців було Подніпров'я.

На нашій землі, як свідчать археологічні розкопки, жило багато народів: кімерійці (1000 літ до Христа), скифи (VII ст. до Христа), сармати (IV — III ст. до Христа), роксолани чи олани, готи (II — III ст. по Христі), гуни (IV — V ст.), болгари, авари. Вони лишили про себе пам'ять у понад 600 різних топографічних назвах (річки, пагірки тощо).

Українці то відступали, то знову заселяли споконвічні землі під впливом кочовиків. В основу українського на-

роду увійшли такі племена: поляни (Київщина тепер), древляни (Прип'ять, Дніпро), сіверяни (по Десні й лівих допливах середнього Дніпра), уличі (між Дністром та Бугом), тиверці (на південний захід від уличів, над Дністром, аж до моря); дуліби, волиняни (над Бугом), хорвати, лучани (Галичина).

Процес виоформлення племен пов'язаний був із їх економічним, політичним розвитком. На основі племен виробились говори української мови.

Як жили племена? На півночі заслоною був ліс (за ним жили словени, в'ятичі, фіни, що потім склали великоруський народ). Ліси не приваблювали хліборобні українські племена. На заході межею були Карпати, на півдні — степ, у якому товклися азійські кочові орди. Сюди азіатів гнали фізичні та геологічні зміни в Азії.

Україна, що в IX — X ст. звалася Русь, об'єднувала східних слов'ян. Але це було об'єднання державне, політичне, а не етнічне і не мовне. Державна єдність для розвитку мови — це чинник великої ваги, але не вирішальний. Та й ця єдність не була довгою. У 1125 р. помер Володимир. І наша ж династія Рюриковичів пішла на північ і понесла туди назву Русь, що стала спільною для півдня і півночі. Русь — це була назва державна, а не назва мовної спільності.

Формування літературної мови в Києві почалося з 988 р., коли Володимир із хрещенням приніс й літературну мову — церковнослов'янську (старослов'янську). Уже тоді на півдні говорили *віра*, а на півночі — *вера*, а літературне було — *въра*.

Антропология ясно й докладно довела, що расово українці, росіяни й поляки — це різні окремі народи. Так само різні в них мови, кожна самостійна.

Отже, найстаріша назва українського народу і його першої держави — Русь. Цю назву принесло нам шведське плем'я (варяги), що захопило в IX ст. владу над східними слов'янами (пор., фіни Швецію звать *Ruotsi*). Варягами були Рюрик, Олег, Ігор та ін.

Інші вчені вважають, що слово Русь слов'янське, місцеве, оскільки греки звали *русами* полян, *русинами* пізніше називало себе населення Карпат, Закарпаття, Прикарпаття.

Швидше всього, що Русь — назва самих полян, а потім і всієї наддніпрянської держави. Русь — Київська земля.

Слово *Україна* з'явилося пізніше — десь у XII ст. Воно означає *край*, *у края*, тобто «погранична територія», як вважають одні учені; інші думають, що *край*, *країна* — «рідна земля, населена своїм народом»; ще інші прихильні до зв'язку із словом *украяти* — відділити, відрізати; пізніше *україною* називали князівства.

За Богдана Хмельницького слово *Україна* стало вживатися в офіційних актах. У XVII ст. так її називали вже посли, подорожні, купці і т. ін.

З XIV ст. входить в ужиток нова назва — *Мала Русь*. Вважають, що постала вона завдяки грекам, а з грецької *Мала Русь*, *Mikra Rosia* означає «Русь старша, початкова, основна».

Ось так в історії української мови співіснують версії щодо її походження залежно від того, які (мовні, економічні, археологічні тощо) наукові факти зіставляються. Це лише фрагменти з історії виникнення української мови. А в кінці 90-х років XX ст. відбувається утвердження її як державної.

2.2. На земній кулі налічується понад 3000 мов. Але не всі вони — мови національні. Чимало серед них племінних.

Українською мовою розмовляє понад 40 мільйонів чоловік, і звучить вона майже однаково по всій Україні, а також за її межами, де є українці. За кількістю тих, хто користується нею, вона стоїть приблизно на 15–20 місці в світі.

При поліетнічності населення країни і, відповідно, наявності в ній дво- чи багатомовності завжди виникає проблема співіснування мов різних етносів не тільки і, власне, не стільки на побутовому, а насамперед на офіційно-державному рівні. У мовному законодавстві держав світу відомі три основні підходи до розв'язання цієї проблеми.

У першому випадку як державний засіб спілкування виступає мова однієї, звичайно найчисленнішої національності, що відіграла провідну роль в історичному формуванні держави. Таку функцію виконує іспанська мова в Іспанії,

англійська — у США і т. ін. Ця роль мови може бути закріплена Конституцією, як, наприклад, в Іспанії, або не закріплена, як, наприклад, у США. У законодавстві різних країн назва цієї мови може бути різною — *офіційна, державна* або *національна*, з чого можна зробити висновок, що поняття «державна мова» та «офіційна мова» є тотожними.

Другий шлях вибору загальнодержавного засобу спілкування в умовах багатомовності — визначення як офіційної, або державної, всіх основних мов країни. Це має місце переважно в тих країнах, де важко визначити якусь одну корінну національність (наприклад, у Люксембурзі, де дві офіційні мови — французька і німецька), або є території компактного проживання двох і більше різномовних етносів. Наприклад, у Швейцарії є три офіційні мови — німецька, французька та італійська, однак ця тримовність здійснюється тільки в центральних органах влади (у роботі Федеральних зборів тощо). Фактично ж у країні має місце постійна одномовність: вона розділена чітким кордоном на три частини, у кожній з яких використовується як офіційна тільки одна з трьох мов. Подібна мовна ситуація в Бельгії. Тут також на рівні центральних установ визнано французьку, нідерландську та німецьку. Країна розділена чітким лінгвістичним кордоном на три частини: фламандську (з нідерландською мовою), валлонську (з французькою) та двомовний округ столиці Брюсселя. Дві офіційні мови існують у Фінляндії (фінська, шведська), у Канаді (англійська, французька). Така ситуація склалася в цих країнах внаслідок компактного територіального поділу різномовних етнічних груп.

Практикується також третій варіант — із співвідношенням у законодавстві країни понять *національна* або *державна* та *офіційна мови*. Така картина властива в основному постколоніальним країнам, у яких поряд з місцевими («національними») мовами функціонують як офіційні мови колишніх метрополій — англійська, французька, іспанська, португальська (наприклад, в Індії, Гані та ін.). Спроба запровадження понять «офіційна» і «державна» мови була розроблена в СРСР перед його розпадом. Після того, як мови корінних народів кожної із республік були прого-

лошені державними, офіційною мовою в межах усього Радянського Союзу було запропоновано вважати російську. Співіснування понять «державна» та «офіційна» мови закріплене в законодавстві Республіки Крим: державними проголошене російську, українську і кримськотатарську мови, а офіційною тільки першу з них.

Виходячи із історичних та мовно-культурних особливостей формування етнічного складу населення України, де кількісну перевагу на всій території, крім Криму, мають українці, роль державної і тим самим офіційної мови в Україні має виконувати одна мова — українська. Крім того, це є виправданим, оскільки статус державної забезпечує українській мові можливість поступово розширити сфери функціонування.

У Законі про мови в Україні сказано, що в роботі державних та громадських органів, установ і організацій, розташованих у місцях проживання більшості громадян інших національностей, можуть використовуватися поряд з українською й інші національні мови. Цим положенням гарантуються мовні права всіх інших національностей України. У такому розумінні за мовами цих національностей можна закріпити статус офіційних — на відміну від загальнодержавної української.

У Європі кількість офіційних і державних мов зростає. «Якщо в 1815 році (під час Віденського конгресу), — пише Орест Ткаченко, — їх було лише 13, то в 1919 р. (під час підписання Версальської мирної угоди) уже 27, а в 1945 р. (під час Потсдамської конференції) — 35. Отже, поява дедалі нових мов — закономірність загальносвітова. І на цьому тлі піднесення статусу української мови до рівня державної мови України виглядає не як якийсь виняток, а як цілком природне явище».

2.3. Докладної історії української мови як державної (офіційної) немає.

У дописемний період розвитку східнослов'янських племен у перших державних утвореннях вироблялося наддіалектне мовлення у законодавчій сфері та державному керівництві.

З об'єднанням цих племен в одну державу на основі киево-полянського діалекту та суміжних говорів починає формуватися єдина літературна мова. Після прийняття християнства в Київській Русі в церковно-релігійній сфері поширюється старослов'янська мова, яка з самого початку в нас зазнавала впливу живого мовлення, увібрала в себе велику кількість східнослов'янських елементів, а в кінці XI ст. повністю набула руського характеру. Проте вона не витіснила давньоруську писемну мову з законодавства, діловодства, офіційного та приватного листування, літописання, красного письменства. Ця мова фактично була державною.

Після татаро-монгольської навали на території Галицько-Волинського князівства в XI—XII столітті в державному вжитку далі залишається давньоруськокиївська писемна мова. Ця спільна українсько-білоруська мова з початку XIV ст. функціонувала в законодавстві, судочинстві, великокнязівській канцелярії, державному листуванні.

Близький до державного статус у XIV — першій половині XVI ст. українська мова посідала в Галичині та Західній Волині, що входили до складу Польщі. Вона вживалася в справочинстві, судах, мабуть, на основі якогось привілею, що не дійшов до нас.

Хронологія тотального духовного й фізичного нищення української мови починається з кінця XVI століття. Після Люблінської унії українська шляхта продовжувала обстоювати рідну мову, домагалася, щоб «руською мовою та письмом» велася юридична документація, але в юридично-ділову галузь усе активніше входили польська та латинська мови. Сейм Польщі 1669 року прийняв ухвалу, згідно з якою все діловодство мало вестися тільки польською й латинською мовами. Сейм 1696 року ще гостріше поставився до цього. Наслідки полонізації дали про себе знати: в адміністративних установах, упродовж тривалого часу, українська мова не вживалася. Не мала вона статусу державної і на тих українських землях, які були загарбані Австро-Угорщиною.

У зносинах із польськими королями українською мовою в XIV ст. часом користувалися татарські хани.

Протягом XIV — XVII ст. українська писемно-літературна мова була мовою державного діловодства в Молдавському князівстві.

У XVIII ст. українська мова тут майже цілковито зникла з офіційного вжитку.

На Лівобережній Україні в державних установах українська мова збереглася до початку 80-х років XVIII ст., коли російський царат ліквідував залишки автономії України.

Найсумніші часи в XIX — поч. XX ст., бо не тільки в офіційному, а й шкільному вжитку українська мова була силоміць повністю витіснена російською.

Аж після революційних подій у 1907 році було знято в Росії обмеження українського друкованого слова, але в державному шкільництві української мови не відновлено.

У кінці 1919 р. законом Директорії УНР українська мова проголошена державною із забезпеченням прав національних меншин. У 1919 р. такий закон ухвалила Західноукраїнська Народна Республіка. Державність української мови була закріплена в Карпатській Україні в Конституції 1939 року.

Ліквідація української державності у 20-х роках і 1939 р. (у Закарпатті) знову призвела до обмеження її офіційної функції.

У період т. зв. перебудови радянського суспільства усе наполегливіше ставиться питання про статус української державної мови. (1989 р. прийнято Закон УРСР «Про мови в Українській РСР»).

2.4. Боротьба українців за відновлення власної державності, за консолідацію як нації завжди була невіддільно пов'язана з боротьбою за права рідної мови (*рідною мовою* вважають мову своєї нації, мову предків, яка пов'язує людину з її народом, з попередніми поколіннями). Як переконує світовий досвід, в основі духовного єднання людей у певну спільноту лежала й тепер лежить насамперед мова. Мова виконує такі найважливіші функції: а) інтегруючу — мова об'єднує людей, створює в них відчуття групової єдності, групової ідентичності і, отже, сприяє перетворенню насе-

лення в суспільство; б) організуючу — мова виступає засобом планування, мобілізації зусиль, адекватної передачі волі від одних структур суспільства до інших; в) регулюючу — мова забезпечує здатність підтримувати й відтворювати високу інтенсивність внутрішніх зв'язків, якими поширюються інтелектуальні й моральні імпульси, що пронизують суспільство.

Ці функції мова найуспішніше виконує тільки тоді, коли вона витворена даним суспільством, пристосована саме до його менталітету, до його умов існування, і стала спільним надбанням для всіх його членів.

Історія інших державних мов дає багато таких прикладів.

Відродження втраченої майже дві тисячі років тому власної держави євреї тісно пов'язали з відродженням своєї давньої мови — івриту. Для вивчення івриту було створено мережу денних і вечірніх курсів, видавалася потрібна література, спеціальні газети.

В Індонезії, яка нараховує десь 200 млн. населення, є понад 300 мов і близько 1 тис. діалектів. Понад 300 років країна перебувала під владою Голландії. Метрополія доклала усіх зусиль, щоб накинати індонезійському суспільству голландську мову. Тим часом індонезійці, скидаючи колоніальне ярмо, відкинули нав'язану їм мову.

Танзанія, де 12 млн. населення і понад 100 мов, єдиною національною мовою країни проголосила мову суахілі. Вона вживається в усіх державних установах. Цією мовою проводиться навчання в школах. Обов'язковою мовою для одержання диплома про закінчення середньої школи є досконале володіння державною мовою.

Коли Італія здобула незалежність, італійська мова ледь животіла: із понад 25 млн. населення Італії тільки 600 тис. володіли італійською мовою — решта розмовляли німецькою, французькою, діалектами. І за дорученням італійського уряду відомий письменник Алессандро Мандзоні розробляє програму утвердження італійської мови серед населення Італії.

У Франції наприкінці XVIII століття «ще цілих шість мільйонів французів (із 25 мільйонів) не знали французької

мови і приблизно стільки само не могли вести зв'язної розмови (до цього числа входили 4—5 мільйонів нефранцузів)», тобто половина населення не володіла мовою своєї країни. У прикордонних департаментах населення розмовляло німецькою мовою, італійською чи іспанською мовами, залежно від департаменту. Вирішальним стало ХІХ століття: військова повинність, розвинена освіта (обов'язкова з 1886 року), поширення французької книги і особливо газет, журналів, державні чиновники, які мусили вживати мову держави, — усе це сприяло утвердженню французької мови на всій території держави й у всіх сферах суспільного життя. Наслідки — консолідація суспільства й духовне та економічне зростання Франції.

Стартова ситуація в Україні незрівнянно сприятливіша, ніж вона була свого часу у Франції, Італії, Індонезії чи Ізраїлі під час їхнього становлення як держав. Українською мовою в Україні, за переписом 1979 року, вільно володіли близько 80 % громадян, розуміють її практично усі. В Україні потрібна цілеспрямована й ефективна підтримка з боку державних чиновників, правильна мовна політика, яка б повернула зденаціоналізовану частину українського народу до рідної мови, а національним меншинам дала змогу зберегти свої мови й водночас оволодіти державною мовою в повному обсязі.

Державотворча функція мови пов'язана із поняттям її престижу. Престиж мови — це її авторитет у міжнародному та міжнародному спілкуванні. Він залежить від багатьох чинників, домінуючим серед них є інформативність мови, тобто застосування її як носія найважливішої і найновішої інформації.

Престиж мови не перебуває у прямій залежності від кількості людей, що нею послуговуються. Китайською мовою, наприклад, розмовляє більше мільярда землян, але вона не входить до числа найпрестижніших. Далеко не завжди престиж мови залежить і визначається мілітаристичною потугою її носіїв. Іноді престиж мови має не загальний характер, а забезпечує її функціонування в одній із сфер. Так, у музиці вже декілька століть найвищий престиж у світі має італійська мова.

Престижними можуть бути навіть мертві мови, якщо вони характеризуються високим рівнем окультурення і ними заковано велику кількість важливої інформації. Прикладом може служити латина.

Престиж мови — величина змінна. В історії відомо чимало випадків піднесення і падіння мов. Зрозуміло, що це залежить не від самої мови, а від суспільства — носія мови, його місця та ролі в загальномовному процесі.

Є два способи забезпечення статусу престижності для своєї мови. Перший — шляхом всебічного розвитку суспільства на шляху прогресу. Другий — шляхом утиску інших мов політичними, військовими, економічними засобами. Наприклад, у франкістській Іспанії були офіційно заборонені всі мови, крім кастильської (іспанської). Зрозуміло, що другий шлях може привести тільки до тимчасового успіху.

Престижним для мови є й її визнання як засобу міжнародної комунікації.

Міжнародні мови — мови, що є засобом спілкування народів різних держав. Є природні та штучні міжнародні мови.

Висування тієї або іншої мови на світову роль визначається сукупністю екстралінгвальних (політичних, економічних, культурних) та лінгвальних чинників. Цей статус мови юридично закріплюється завдяки її визнанню як офіційної або робочої мови міжнародних організацій чи конференцій (ООН, ЮНЕСКО). Такими є англійська, арабська, іспанська, китайська, російська, французька.

Серед штучних мов міжнародного спілкування можна назвати кілька, їх створенням займаються ще з XVII — XIX ст. Так, у 1879 р. створено волапюк, з 1887 р. поширюється есперанто, що мало велике коло прихильників, далі з 1907 р. користувалися мовою ідо, з 1921 по 1922 — окциденталь, а з 1951 р. існує інтерлінгва тощо.

Отже, мова є важливим чинником консолідації держави, об'єднання держав у світове співтовариство для забезпечення його економічного, політичного та культурного життя.

Запитання і завдання

1. Як ви розумієте поняття «взаємодія мов»? Розкажіть про взаємодію мов в Україні. Наведіть приклади.

2. Що таке престиж мови?
3. Проаналізуйте ситуацію двомовності в Україні.
4. Розкажіть, яке місце займає українська мова серед інших мов світу.
5. Якою ви бачите перспективу розвитку української мови? Обґрунтуйте.
6. Назвіть основні теорії про походження української мови, хто їх автори.
7. Поясніть виникнення назви «Україна».
8. Прокоментуйте коротку історію української мови як державної.
9. У чому полягає державотворча роль мови?
10. Назвіть мови міжнародного спілкування.
11. Як, на вашу думку, міграційні процеси можуть впливати на мовну ситуацію в країні?

Наприклад, стосовно України М. Степаненко (Історія української мови. — К., 1998) наводить такі чинники нестабільності мовної ситуації:

«1) статус державної (української) мови; 2) нав'язування концепції двох державних мов або державної (української) й офіційної (російської) мов, їх функціональний простір; 3) материкова українська мова й мова української діаспори; 4) соборність літературної мови; 5) уніфікована правописна система для всіх українців; 6) реформування нормативної бази літературної мови» (с. 72—73).

Дайте свій коментар по кожній із причин.

12. Як ви можете пояснити зміст вислову М. Грушевського про те, що питання української мови завжди було питанням політичним?

13. Адаптуйте текст до сучасних лексичних і граматичних норм. Поясніть значення слів еволюція, фікція, генеалогія, аспірація, їх походження, наведіть українські синонімічні відповідники. 1—2 реченнями передайте на письмі основну думку вченого.

Слушніше говорити за праслов'янський мовний обшар, за праслов'янську добу певних мовних явищ і ніколи не спускати з ока, що реального підкладу сучасних слов'янських мов ми не знаємо і що так звані праслов'янські мови це не що інше, як наше збудування, науковий препарат, що об'єднує тільки сукупність спільних

слов'янам рис (що ми віднаходимо дорогою зіставлення поодиноких слов'янських мов у їх найдавніших пам'ятках), — рис, часто різної передісторичної доби, що нам тільки видаються на одній площині, препарат, нам потрібний тільки як вихідна точка в розгляданні пізнішої мовної еволюції. Маючи таку вихідну точку, не потребуємо вже творити мовних мітів у постаті праруського, прапівденнослов'янського і пражінослов'янського мови, бо з наукового погляду такі фікції шкідливі: не вносячи нічого в розуміння мовних явищ, вони творять фальшиві генеалогії і підпирають певні політичні аспірації (Є. Тимченко «Слов'янська одність і становище української мови в слов'янській родині»).

14. Перекладіть українською мовою наведені російські назви книжок. Поясніть правопис прізвищ.

Тож які б антиукраїнські міфи не вигадували російські шовіністи, а видні вчені різних епох, різних національностей доводять, що ми, українці, є той самий народ, який жив на цій нашій предківській українській землі і тисячу, і багато тисяч літ тому, і має давні державницькі традиції і, зрозуміло, має всі правові підстави, історичні та моральні права на своє минуле, своє майбутнє і власну державу.

Зацікавленим можу рекомендувати такі праці: В. Алексєєв «В поисках предков»; М. Брайчевський «Походження Русі»; Л. Булаховський «Питання походження української мови»; В. Дяченко «Антропологічний склад українського народу»; М. Красуський «Древность малороссийского языка»; А. Кримський «Филология и погодинская гипотеза»; «Древнекиевский говор»; «Українська мова: звідкіля вона взялася»: В. Петров «Походження українського народу»... (С. Губерначук «Ані титли ніже тії коми...»)

15. Перекладіть українською мовою текст.

На основі родоплеменних діалектів поступово сформувалася древнеруська літературна мова. В IX—X ст.ст. вона була вже достатньо багата лексически і досконала синтаксически. Їй писались ділові документи (наприклад, договори руських з греками), виступали з мовою на народних зборах і княжеских радах, писались художественні твори і їм користувались освічені люди в щоденній комунікації (О. Бандура «З історії української мови»).

16. Прочитайте текст уголос. Випишіть словами числівники разом з іменниками.

I. Україна не моноетнічна, а багатонаціональна держава. У ній проживають представники близько 110 національностей. Основу населення становлять українці. Вони переважають в усіх областях республіки, за винятком Криму (росіяни становлять тут 67 відсотків). За переписом 1989 року (див. Національний склад населення України (За даними Всесоюзного перепису населення 1989 року). — К.: Міністерство статистики, 1989), у складі населення України — 51,4 млн. чол.— налічувалося 37,4 млн. українців (72,7 відсотка). На території України проживають національні меншини (етнічні групи). Вони наділені правом на самовираження рідною мовою, мають можливість розвивати сферу рідної мови. Це, зрештою, правило світової цивілізації. Склад інших національностей розподіляється так: росіяни — 11,4 млн.; євреї — 486 тис.; білоруси — 440 тис.; молдовани — 325 тис.; болгари — 234 тис.; поляки — 219 тис.; угорці — 163 тис.; румуни — 135 тис.; греки — 99 тис.; татари — 88 тис.; вірмени — 54 тис.; цигани — 48 тис.; кримські татари — 47 тис.; німці — 43,8 тис.; азербайджанці — 37 тис.; гагаузи — 32 тис.; узбеки — 20,3 тис.; чуваші — 20 тис.; казахи — 10,5 тис.; чехи — 9 тис.; словаки — 8 тис. Точної кількості мов, які функціонують на теренах нашої держави, як і точної кількості національностей та народностей, не встановлено. Міграційні процеси сьогодні не тільки не припинилися, а й поживалися. А це також накладає відбиток на мовну ситуацію, як і питома вага неукраїнців (вони становлять 14 млн. чоловік — 27,2 відсотка; 34 відсотки їх проживає у містах, 13 відсотків — у селах). Важливим показником для характеристики мовної ситуації є те, яка кількість українців і неукраїнців назвали українську мову рідною. Усього за переписом 1989 року з 37,4 млн. українців рідною українську мову вважають 32,8 млн. чоловік. Для 446,5 тис. чол. неукраїнського населення наша мова стала рідною (3,2 відсотка всієї його чисельності): серед поляків — 67 відсотків, словаків — 33, чехів — 31, циган — 12, румунів — 10, греків — 2,4, татар — 1,7, росіян — 1,6 відсотка. 88 відсотків усього населення України вважають рідною

мову своєї національності. У 80-ті роки в Україні збільшилася чисельність населення корінних національностей інших республік: росіян — на 8,4 відсотка, кримських татар — у 7,1 раза, узбеків, азербайджанців і туркмен — у 2 рази, таджиків — у 1,8 раза. Така переселенська хвиля теж впливає на мовну ситуацію.

II. Ми оперуватимемо такими даними: у США нині проживає 1 млн. українців, у Канаді — 530 тис., Аргентині — 100 тис., Бразилії — 50 тис., Австралії — 25 тис., Великобританії — 20 тис. Найбільше українців потрапило до Південної та Північної Америки (75 відсотків від загальної кількості зарубіжних українців). Треба вказати, що подані цифри є умовними, тому що українське населення тут неоднорідне. Не всі нащадки українців (друге — шосте покоління) вважають себе українцями за походженням. Так, наприклад, у США за даними офіційного перепису українці становлять 741 тис., тоді як за неофіційними даними їх значно більше. Українська мова хоч і свято зберігається в еміграційному середовищі, проте кількість носіїв її зменшується. Асимілятивні процеси дають про себе знати. Українці проживають і в країнах далекого зарубіжжя: у Росії (3,7 млн.), Казахстані (898 тис.), Молдові (501 тис.), Білорусі (231 тис.), а також у Польщі (300 тис.), Румунії (55 тис.), Югославії (36 тис.), Чехії і Словаччині (47 тис.). За найскромнішими підрахунками усього у світі українців 46,1 млн. чол. (ця цифра є неоднаковою в різних джерелах). З 1979 по 1989 рік кількість українців, які проживають не в Україні, збільшилася майже у 1,2 раза (у зарубіжних країнах проживає 4 млн. співвітчизників).

17. Назвіть риси офіційно-ділового стилю у цьому тексті. Який це жанр мовлення?

Державною мовою в Україні є українська мова.

Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України.

В Україні гарантуються вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України.

Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування.

Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом (з *Конституції України*).

18. Поясніть вислів: «Кожна держава має своє мовне обличчя». Яким воно, на вашу думку, є в Україні?

Теми рефератів і повідомлень

- «Закон про мови в Україні: концепція закону, втілення його в життя».
- «Культуроносна функція мови».
- «Українська мова: її стан і статус в Україні і поза її межами».
- «Українська мова серед інших мов світу».
- «Якою має бути мова міжнаціонального спілкування в Україні?»
- «Українська мова на карті світу».
- «Німецька (або інша мова міжнародного спілкування) мова як державна».

Тема III

СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ДІЛОВА МОВА: ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Функціонування державної мови, перш за все, пов'язане із її статусом як мови справочинства. Історія української мови як державної з кінця XI ст. пов'язувалася із обслуговуванням офіційного листування, літописання, судочинства, законодавства.

Поняття «ділова мова» насамперед співвідноситься із розвитком офіційно-ділового стилю. Сучасна українська ділова мова — мова ділового (усного та писемного) спілкування XX ст., історія якого починається з 20-х рр. на тлі суспільно-політичних зрушень в Україні. Виділяємо три періоди в історії її функціонування: 1) 20—30-ті роки; 2) 40—80-ті роки; 3) 90-ті роки.

Перший період пов'язаний із політикою українізації — впровадженням української мови в усі сфери суспільного життя. У 20-х роках виходять словники В. Підмогильного та Є. Плужника «Фразеологія ділової мови»; «Практичний російсько-український словник ділової мови (конторської та рахівничої)» за ред. М. Гладкого та К. Туркала; «Словник ділової мови (термінологія та фразеологія)» М. Дорошенка, М. Станиславського, В. Страшкевича. Ці видання виконували функцію мовних порадників. У передмові до першого з названих словників зазначалося: «Радянський службовець /.../ безсилий проти «мовних штампів» звиклої російської мови, не маючи під рукою не тільки остаточної ділової фразеології, а навіть того матеріалу, що додав би йому хоч навід (натяк, підказку. — *Н.Б.*), коли не нормативну відповідь».

У 40—70-ті роки ділова українська мова обслуговувала лише деяку політичну та ідеологічну літературу, законодав-

чі акти, тобто реалізовувалася як писемна форма офіційно-ділового стилю, наприклад: «Відомості Верховної Ради УРСР», «Збірник постанов і розпоряджень уряду УРСР», «Кодекс законів про працю УРСР» та под.

У 40-х роках до програми середніх шкіл з українською мовою навчання, слідом за російською, було введено обов'язкове вивчення правил складання службових паперів. Отже, у післявоєнний період розпочинається нормалізаційна робота, вироблення стандартів в офіційно-діловій практиці, врешті-решт визначається місце цього стильового різновиду літературної мови в системі стилів.

Довгий час ділова мовна практика, як зазначалося раніше, перебувала під тиском російської мови, тому й не було на порядку денному питання про видання словників та довідників, що давали б відповіді на питання слово- та терміновживання.

Офіційно-діловий стиль як окремий функціональний різновид української літературної мови виділяють у 50—60-х роках ХХ ст. Уже наприкінці 50-х років було очевидним те, що під впливом російської мови відбулися певні зміни в діловій лексиці порівняно з періодом 20—30-х років: усунення питомих чи запозичених раніше з польської або німецької мов лексем типу *мешкати* — *проживати*, *шпитальний листок* — *лікарняний листок*, *заряд* — *розпорядження*, *прохач* — *заявник* та ін.

Офіційно-діловий стиль цього періоду формується рядом канцелярсько-ділових слів: *діловод*, *плановик*, *начфін*, *отоварити*, *прогресивка*, *плановість*, *громадська приймальна*, *народний суддя*, *парторг*, *сількор*, *класний керівник*, *керуючий трестом* тощо.

Розвиваються переважно монологічні жанри службової мови: зокрема *дипломатичне звернення* — вітальні промови українською мовою на зустрічах представників зарубіжних країн, проголошення тостів на офіційних урядових зустрічах.

У культуромовній практиці цього періоду звертають увагу на поширення в офіційно-діловій мові книжних штампів: *робота*, *питання*, *недооцінка*, *зрив*, *прорив*, *розкачка*, *домагатися*, *проробляти*, *викорінювати*, *мобілізува-*

ти, вирішальний, вищезазначений, нижчепідписаний, інформувати тощо.

Уже в середині 60-х років пропонується вважати ненормативними деякі архаїчні форми (*об'ява*), розрізняти слововживання *заступник* і *замісник* у діловій практиці.

Категорично негативно оцінюються русизми: *міроприємство* (нормативне *захід*), *любий* (нормативне *будь-який*), *співпадати* (нормативне *збігатися*), *заклучити договір* (нормативне *укласти угоду*) та ін.

У 50—70-ті роки законодавчий тип офіційно-ділового стилю мав переважно перекладний характер, обмежено вживався в ієрархії державних структур.

У часи «хрущовської відлиги» українізація вплинула й на появу довідкових видань з української мови. Отже, після 20—30-х років на допомогу користувачам з'явився «Русско-украинский словарь» (1968—1969). У цей період популярною стає книжка «Як ми говоримо» Б. Антоненка-Давидовича, що відповідала пуристичним тенденціям в українській філологічній думці. Довідник пропонував та популяризував ряд культуромовних спостережень на зразок: *виключно* — *винятково*, *обґрунтовано* — *підставно*, *іти назустріч* — *сприяти* тощо. У передмові до книжки автор висловив ряд цінних зауваг щодо соціальних причин україномовного безкультур'я, суржиковості: «Історичне співжиття українського й російського народів не могло не позначитися на їхніх мовах... Такі випадки взаємодії цілком природні й неминучі за умов спілкування народів і не можуть викликати жодних заперечень, якщо певні слова чи словосполуки запроваджуються не штучно чи помилково, а виникають із вимог самого життя, осідаючи на сталі підґрунтя мови іншого народу».

Наукове осмислення передумов неповноцінного розвитку мови, обмеження сфер її застосування знаходимо в О. Ткаченка, який писав: «...старослов'янська мова для східнослов'янських народів, які її прийняли як богослужбову, була лише ерзацем, замінником мови рідної. Негативним психолінгвістичним фактором для бездержавних слов'янських народів, суміжних із сильнішими слов'янськими сусідами, став сам факт появи

чужої спорідненої, але «вищої» щодо рідної (або «божественної») мови». Чинник «вищості» мови чужої діяв довго: від XIV—XV ст. (старобілоруська), упродовж XVI—XVII (польська) та від XVIII і далі (російська).

Науковці в 70—80-х роках обстежують цей стиль, виділяють його конструктивні ознаки, визначають засади культури української ділової мови.

Після проголошення незалежності України починається другий етап бурхливого розвитку стилю, шліфування його норм. Виходять друком нові словники, довідники, посібники. У передмові до книги «Російсько-український словник. Сфера ділового спілкування» О. Тараненко характеризує 1992 рік як «злам двох періодів в історії українського суспільства, коли почав окреслюватися процес перегляду лексико-стилістичних норм української мови». Характеристику сучасного стану ділової мови можна також запозичити з цього видання: «Поки робочою мовою виробництва, науки та діловодства в Україні органічно не стане українська мова, українська термінологія лишатиметься в тому стані, в якому вона перебуває тепер, — у стані більшого чи меншого наближення до норми та постійного відставання як від термінології інших мов, так і потреб самого життя».

Зараз в усіх вищих та середніх навчальних закладах України читається курс «Українська ділова мова», провадяться різноманітні курси ділової мови, ведуться відповідні програми на телебаченні та радіо. Українська мова переважає як робоча в публічних заходах, на вищих рівнях державного спілкування.

І все ж розширення соціальних функцій української мови відбувається повільно, суперечливо. Так, певне розширення діапазону функціонування української мови, що спостерігалось в середині 1990 р. у таких сферах суспільного життя, як виробничо-економічна, науки, правоохоронна і нотаріальна, спорту, армії, відбувалося знов-таки в основному в писемній формі реалізації, реалізація ж її усної форми відбувалась у жанрах монологу (лекція, спортивний коментар), у представницьких функціях (заміна вивісок, складання військової присяги тощо). Мовою проектною та експлуатаційною, фінансової документації, юридично-нотарі-

альних документів лишилася в основному російська. У загальногромадських паспортах нового зразка написи здійснюються, як і раніше, двома мовами, однак українська тепер стоїть на першому місці. У написах назв населених пунктів та об'єктів усередині їх, назв товарних виробів та інструкцій щодо їх використання українська мова стала вживатися ширше. Посилюється тенденція до відтворення українських власних назв уже безпосередньо з української мови (*Lviv, Bila Tserkva* і под.), а не через посередництво російської (*Lvov, Belaya Tserkov* і под.). У галузях книговидавництва та преси спостерігалось, з одного боку, розширення тематичної і жанрової різноманітності і, відповідно, збільшення кількості назв, з другого, — зменшення тиражів.

Найбільші успіхи в розширенні діапазону функціонування української мови виявилися у сферах загальнодержавного управління й політичної діяльності, освіти та виховання, теле- і радіомовлення, а також у створенні написів на печатках, штампелях, офіційних бланках державних установ.

Українською мовою оприлюднюються документи найвищих органів законодавчої та виконавчої влади, вона є мовою міжнародних угод, контрактів, дипломатичного листування. Публічні виступи (за участю засобів масової інформації) більшості керівництва країни ведуться переважно державною мовою. Показовий факт — перехід на українську мову спілкування у зв'язку із зайняттям високих посад осіб, для яких вона не була рідною. Проте на нижчих поверхах державного управління, у регіонах публічне використання української мови поки що не стало поширеним явищем.

Щодо впровадження української мови у сферу освіти й виховання, то найкраща ситуація склалася в мережі дошкільного виховання.

Згідно з Законом про мови (ст. 18) та Цивільно-процесуальним кодексом України (ст. 9) судочинство в країні має здійснюватися українською мовою або національною мовою більшості населення тієї чи іншої місцевості, а Конституція України 1996 р. однією з обов'язкових вимог до кандидатури на посаду судді передбачає володіння державною мовою (ст. 127).

У процес українізації включилася армія. На рівні представницьких функцій українська мова в армії здебільшого витіснила російську: вона стала мовою написів на печатках і бланках, стендів наочної агітації, назв, команд почесної варти під час виконання дипломатичного протоколу та урочистих оглядів, мовою відкритих публічних виступів міністрів оборони, прес-конференцій Генерального штабу тощо.

Унаслідок тривалого контактування української та російської мов став потужним процес запозичень. Після офіційного визнання за українською мовою статусу державної проблема українсько-російського «суржику» набуває іншого характеру. Якщо раніше це було явище суто культуромовне, то тепер «суржик» — мовний портрет багатьох політиків, державних службовців, які намагаються заговорити українською мовою. Пригадайте, яке критично-іронічне ставлення виникло до мови парламентарів. Це ж явище ще властиве мові реклами, україномовним назвам товарів, текстам магазинних цінників, меню.

Уникнення інтерференції — один із головних принципів навчання культури ділової мови.

У мовних порадниках основна увага звертається на правильне вживання книжних применників (*відповідно до і згідно з*), розрізнення близькозвучних слів, синонімів (учбовий — навчальний, крупний — великий), уникання суржикових елементів на зразок міроприємство замість захід, приймати участь замість брати участь, являється замість є, правильне використання відмінкових закінчень іменників (*-ові, -еві, та -у, -ю*) та уживання українських ідіом тощо.

Деякі рекомендації мають дискусійний характер, наприклад варіанти *правничий* — *юридичний*, *правник* — *юрист*, *діловодство* — *справочинство*, *агентство* — *агенція* та ін.

Спостерігається критичний підхід до поширення в офіційно-діловій сфері деяких висловів, орієнтація на мовну практику 20—30-х років, добір такої лексики, фразеології, яка б підкреслювала специфіку української мови насамперед у зіставленні з російською.

У зв'язку із розширенням міжнародних ділових контактів, розвитком приватного підприємництва, зокрема й спільного з іншими державами, до словника офіційно-ділової сфери активно входять запозичення, які поповнюють синонімічні ряди літературної мови (*контора* — *офіс*, *об'єднання* — *концерн*, *акціонерне товариство*).

Збільшилося коло номенклатурних назв з прикметниками *державний*, *національний*, *український*; активізується словотворення назв осіб за професією з суфіксом *-ник* (*заготовщик* — *заготівник*) та ін.

В усіх жанрах усного чи письмового офіційного звертання поширюється форма *пан* (*пані*, *панове*), практикується вживання форми звертання *добродій* (*добродійка*, *добродії*).

Триває актуальна робота щодо вироблення стандартів слово- та термінотворення в офіційно-діловій сфері.

Отже, ділова мова кінця ХХ ст. перебуває в центрі уваги не лише дослідників, а й практиків адміністративно-управлінської, правничо-юридичної, договірної, дипломатичної, офіційно-ділової, навчальної сфер спілкування.

Запитання і завдання

1. Пригадайте, які сфери суспільної діяльності обслуговує офіційно-діловий стиль. Які його основні ознаки ви можете назвати?

2. Охарактеризуйте основні етапи розвитку ділової мови у ХХ столітті.

3. Назвіть сучасні словники, призначені для державної сфери функціонування української мови.

4. Складіть заяву, доручення, наказ, витяг з протоколу, резюме.

5. Наведіть нові назви професій та спеціальностей, що з'явилися в 90-х роках. Поставте їх у давальному, родовому, місцевому, орудному відмінках.

6. Відредагуйте назви посадових осіб відповідно до сучасних норм слововживання: *виконуючий обов'язки*, *керуючий трестом*, *завідуючий кабінетом*.

7. Як можуть розрізнятися *службове* та *дипломатичне* звернення до особи?

8. Подайте власне український відповідник до російських кальок: *міроприємство, виключно, впливає висновок, прийняти участь*. Складіть речення.

9. Наведіть прикметники, що можуть в офіційно-діловому стилі сполучатися із іменниками *успіхи, допомога, оцінка, підтримка, ставлення, рішення*.

10. До іншомовних слів доберіть український відповідник: *ситуація, акцентувати, форсувати, ідентичний, дискредитувати, ратифікація, автентичний, денонсація*.

11. Із словників, довідників випишіть словосполучення із словами *договір, угода, контракт*. Поясніть різницю у значенні цих слів.

12. Які ви знаєте номенклатурні назви і терміносполуки із словами *національний, державний*?

13. Утворіть слова із елементом *держ-*.

14. Користуючись довідковою літературою, випишіть назви партій, партійних блоків, громадських об'єднань в Україні. Проаналізуйте їх правопис.

15. За виданням «Новий російсько-український словник-довідник /С.Я. Єрмоленко, В.І. Єрмоленко, К.В. Ленець, Л.О. Пустовіт» (К., 1996) випишіть:

а) 15—20 слів або словосполучень, що відповідають вашому фаху в діловому спілкуванні;

б) 10—15 назв осіб за професією, родом занять;

в) варіанти власних назв із прикметником *державний, національний*.

16. Перегляньте книжку «Універсальний довідник-практикум з ділових паперів /С. П. Бибик, І. Л. Михно, Л. О. Пустовіт, Г. М. Сюта» (К., 1997) і випишіть ті назви документів, що, на вашу думку, увійшли в ділову мовну практику з кінця 80-х років ХХ ст. Свої спостереження прокоментуйте.

17. Зверніться до видання «Російсько-український і українсько-російський словник: Відмінна лексика» Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, С.В. Шевчук (К., 1995) та випишіть:

а) 15—20 слів-термінів (військова справа, спортивна, економічна, юридична сфери), що не збігаються в українській та російській мовах;

б) стійкі вирази, що вживаються в усному діловому мовленні (див. додатки);

в) зі словами-назвами часу (див. додатки, с. 266) складіть 5 речень в офіційно-діловому стилі;

г) перегляньте «Народний календар» (с. 267—268) та назвіть свята, які мають загальнодержавний характер; складіть 1—2 офіційних привітання від імені дипломатичного представника;

г) прочитайте словникові статті *відомість*, *внесок*, *влада*, *діяльність*, *документ*, *лист*, *податок* у додатковій «Словарь деловой речи» та дайте визначення поняттям, позначеним термінологічними словосполученнями.

Теми рефератів і повідомлень

- «Сучасна довідкова література з питань культури ділової мови».
- «Українська мова і статистика».
- «Українська ділова мова в регіональному підприємстві» (на вибір студента).

Тема IV

МОВНА КУЛЬТУРА ДІЛОВИХ ПАРТНЕРІВ

План

- 4.1. Поняття про вербальний і невербальний контакти.
- 4.2. Чинники ефективності мовного спілкування.
- 4.3. Сфери вербальної передачі інформації: мовна організація та способи реалізації.
- 4.4. Презентація як засіб поширення ділової інформації.

4.1. За умови позитивного сприйняття та оцінки діловими партнерами один одного виникає можливість побудови та розвитку ефективної системи зв'язку між ними, за допомогою якого буде здійснюватися процес двостороннього обміну ідеями та інформацією, що дозволить партнерам порозумітися. Відомо, що 80% робочого часу ділові люди витрачають на спілкування, у процесі якого обмінюються інформацією.

Контакт можна здійснювати у формі діалогу чи монологу. Однобічний монологічний контакт бідніший, діалогічний — багатший і більш продуктивний, оскільки в процес спілкування включається аспект відносин людей між собою.

Передача інформації при спілкуванні може здійснюватися вербально (слова, мова) і невербально (одяг, міміка, жести, поза).

4.2. Основний засіб спілкування — мова. Володіння мовою багато в чому визначає характер першого враження від особи та впливає на її авторитет у подальшому спілкуванні. Про те, наскільки людина володіє цим інструментом, свід-

чать зміст мови, її зрозумілість, виразність, дієвість. *Зміст мови* визначається обсягом думок, що містяться в повідомленні. *Зрозумілість* забезпечується добором матеріалу та доступною формою його передачі слухачеві. Виразність залежить від емоційної насиченості, інтонації, акцентів. *Дієвість* визначає вплив на думки, почуття, поведінку партнера.

Значний вплив на передачу та сприйняття повідомлень має навколишнє середовище. Наприклад, велика відстань між партнерами, шум — причини погіршення обміну інформацією. Приємний інтер'єр, мікрофон, який поліпшує акустику аудиторії, забезпечують ефективніший обмін інформацією. Характер сприйняття та розуміння залежить і від стану повітря помешкання (нестача кисню дуже впливає на інтенсивність мислення), освітлення тощо.

Серйозними перешкодами на шляху сприйняття інформації та її осмислення є холод, відчуття голоду, спраги, незручна поза. Не менш важливим є душевний настрій партнерів. Оптимальним, безумовно, є позитивне емоційне тло, яке сприяє включенню механізмів пам'яті.

Під впливом негативних чинників втрата інформації може сягати 50%, а то й 80%. Для інтенсифікації обміну інформацією важливо знати про бар'єри, які виникають на шляху передачі інформації від одного партнера до іншого. Перший — межа уяви партнера, який передає інформацію. Із запланованого до передачі змісту в середньому тільки 79% може бути передане словами. Другий бар'єр — словниковий запас того, хто формулює думку.

Ефективність мовного спілкування залежить і від безперервності зв'язку між співрозмовниками. Кожний з партнерів повинен не тільки говорити, але й реагувати на повідомлення: кивком голови, короткою реплікою давати зрозуміти, що його уважно слухають та намагаються осмислити те, що він говорить. Той, хто передає інформацію, не повинен перенасичувати мову складними зворотами. Як нестача інформації, так і її надлишок однаково небажані. Якщо слухач не отримує повної відповіді на своє запитання, він починає домислювати сам або шукати її в різних джерелах. Якщо інформації занадто багато, слухач може пропустити головне.

У спілкуванні слід враховувати статус співрозмовників. Якість вертикальних комунікацій значно нижча за горизонтальні. Дослідження показують, що тільки 20—25% інформації, що передається від керівника, сприймається підлеглими і правильно розуміється. Зворотний потік інформації — від підлеглих до керівників — ще менш ефективний: тільки 10% інформації сприймається начальником. Ефективність горизонтальних зв'язків сягає 90%. Ось чому так важливо будувати спілкування на позиціях рівноправності, взаємоповаги.

4.3. Передача вербальної інформації в діловій сфері здійснюється під час *ділових зустрічей* (усно) та в процесі *ділового листування* (письмово).

Ділові зустрічі можна організовувати у вигляді бесіди й переговорів.

Ділова бесіда — це форма міжособистісного спілкування, що передбачає обмін поглядами, думками, інформацією, напрямками розв'язання тієї чи іншої проблеми.

В обговоренні обов'язковою є участь двох сторін.

Успіх бесіди багато в чому залежить від того, наскільки добре знайомі партнери, чи правильно вони визначили характер один одного і вибрали тональність розмови.

Звичайно, на практиці все набагато складніше. Досвід підказує, що співрозмовники, яких можна було б, безумовно, віднести до того чи іншого типу, зустрічаються досить рідко. Здебільшого в людині лише переважає та чи інша характеристика. Певні якості учасника розмови можна стимулювати. Але у будь-якому разі слід правильно побудувати ділову бесіду.

Її структуру можна представити так:

- початок бесіди (встановлення контакту, створення сприятливого для бесіди «клімату стосунків»);
- виклад своєї позиції та її обґрунтування;
- з'ясування позиції співрозмовника;
- спільний аналіз проблеми (нівеляція сумнівів співрозмовника, його зауважень, пошук варіантів рішення тощо);
- прийняття рішень.

При проведенні бесіди її учасники найчастіше припускаються таких помилок:

- виявляють авторитарність, не рахуються з поглядами інших;
- ігнорують стан співрозмовника;
- не враховують мотиви поведінки співрозмовника;
- не виявляють інтересу до проблеми співрозмовника;
- не слухають співрозмовника;
- перебивають мовців;
- говорять, не впевнившись, що їх слухають;
- говорять довго;
- обмежуються однією пропозицією.

Тема майбутньої бесіди узгоджується заздалегідь. У процесі підготовки слід:

- визначити коло питань, які ви хочете обговорити;
- підготувати документи, які ви збираєтеся надати партнерові у процесі бесіди, аргументи на користь співробітництва з вашою організацією. Частина інформації може бути повідомлена в усній формі, інша частина передана в письмовому вигляді (пам'ятна записка, рекламний проєкт тощо);
- сформулювати питання, що треба поставити партнерові.

Готуючи бесіду, слід виділити час для питань партнера та його повідомлень.

Ділові переговори — це обговорення певного питання з метою укладання угоди між кимось.

Переговори є важливим видом ділового спілкування. З їх допомогою встановлюються ділові зв'язки, укладаються угоди, приймаються важливі рішення, підписуються відповідні документи, координується спільна діяльність різних фірм, установ, підприємств.

Переговори — ефективний засіб розв'язання конфліктів, суперечок, встановлення добрих стосунків та налагодження співробітництва.

Однак слід пам'ятати, що переговори — це не дискусія, не поле бою. Переговори потрібні для прийняття спільних рішень.

При організації переговорів на перший план висувається володіння інформацією. Сторони повинні добре ро-

зумітися на обговорюваній проблемі, орієнтуватися в ній. Важливо, щоб інформація не була однобічною, відповідає дійсності.

Позитивні результати будуть залежати й від належно розробленого плану ведення переговорів, в якому слід продумати всі деталі, аргументацію своєї позиції, прийому впливу на опонента.

Важливим аспектом ведення переговорів є щонайширше врахування інтересів обох сторін, реалізація їх збігу.

Стратегія прориву полягає в повазі до опонента. Важливо не змусити прийняти рішення, а дати можливість самому зробити вибір, а для цього треба відповідно змінити обстановку, трансформувати переговори, перетворити суперника в партнера на конструктивних переговорах.

Коли говорять про переговори, то, як правило, розглядають приготування до них і сам процес ведення. Підготовчий етап включає в себе обробку організаційних моментів, змістовного боку переговорів.

Так, готуючись до зустрічі, слід вирішити, хто буде брати участь у переговорах, хто очолить делегацію, розподілити обов'язки між членами делегацій. Треба визначити місце, час зустрічі, скласти програму переговорів, уточнити регламент роботи, дати доручення співробітникам, що обслуговують переговори тощо.

Особливе місце слід приділити змісту зустрічі, тобто проаналізувати проблему, досконало вивчити стан справ, чітко сформулювати мету та завдання переговорів, визначити загальну позицію делегації, виробити власну позицію, підібрати переконливі аргументи, знайти можливі варіанти рішення, підготувати пропозиції, скласти необхідні документи тощо.

Назвемо основні структурні елементи переговорів:

1. Вітання учасників, знайомство сторін.
2. Виклад проблем та мети переговорів.
3. Діалог учасників, що передбачає уточнення, обговорення та узгодження позицій, з'ясування взаємних інтересів.
4. Підбиття підсумків і прийняття рішень.
5. Закінчення переговорів.

В усномовному діловому спілкуванні значною є й роль розмов по телефону, що прискорюють у деяких випадках спілкування.

Під час телефонної розмови реалізуються такі підпроцеси ділового спілкування, як:

- сприймання та оцінка партнерами один одного;
- обмін інформацією;
- організація взаємодії.

На практиці існує кілька спеціальних правил, що дозволяють інтенсифікувати процес телефонного спілкування, не знижуючи його якості.

Перше правило: розмову з партнером по телефону слід вести на позитивному емоційному тлі. Оскільки часто доводиться говорити по телефону з незнайомими людьми, треба, щоб перше враження від організації, яку ми представляємо, було позитивним.

Загальним правилом будь-якої телефонної розмови є максимальна насиченість її інформацією. Дотримання цього принципу дещо суперечить змістові першого, але треба знаходити розумний компроміс між ними.

Розмовляючи по телефону, слова слід вимовляти звичайним рівним голосом. Дуже гучна розмова часто звучить нерозбірливо. Особливо вона недоречна у випадку, коли партнер нас чує добре. Головне під час розмови по телефону — чітко вимовляти дати, числа, прізвища, назви міст тощо.

Треба завжди пам'ятати, що телефонна розмова має вестись у формі діалогу, а тому, якщо партнер довго пояснює, не слід мовчати. Своє ставлення до сказаного треба виявляти принагідними репліками, інакше може скластися враження, що зв'язок перерваний.

Якщо сталося роз'єднання з технічних причин, відновлює зв'язок той, хто телефонував.

Закінчує розмову той, хто її почав. Іноді партнери-чоловіки віддають у цьому перевагу жінці, якщо вона — їхній співрозмовник.

Аби телефонна розмова була і короткою, і насиченою інформацією, практикою встановлена така її раціональна структура за часом:

Взаємне представлення	20 ± 5 сек.
Ознайомлення партнера з проблемою	40 ± 5 сек.
Обговорення ситуації	100 ± 15 сек.
Прикінцеве слово	20 ± 5 сек.

У телефонному спілкуванні виділяють «вихідні» та «вхідні» розмови.

Початок розмови — це інформативне знайомство типу «*Відділ збуту, Дмитренко*» чи «*Фірма «Бізнеслінг», відділ маркетингу*». Такий вступ надає телефонній розмові робочого тону та скорочує її. З цією ж метою рекомендується такий прийом: спочатку привітатися зі співробітником, який відповідав нам, а потім починати розмову: «*Турбує фірма «Каштан». Чи можу я терміново отримати деякі дані, якщо Ви маєте час?*».

Для скорочення основної фази телефонної розмови можна скористатися такими порадами. Спочатку треба сказати партнерові тему розмови, потім причину та деталі проблеми. Якщо розмова довга, то бажано час від часу підсумовувати досягнуті угоди. При цьому обов'язково ще раз уточніть дати, прізвища, числа, зміст визначених дій. Розмови слід записувати в спеціальний блокнот, щоб колеги у разі необхідності змогли скористатися інформацією. Іноді можна записати розмову на магнітофонну плівку, але етикет вимагає одержати на це згоду партнера.

Для швидкого закінчення телефонної розмови, що затяглася, стане у пригоді, скажімо, така фраза: «*Дякую Вам за інформацію, вона допоможе нам прийняти правильне рішення. Сподіваюсь найближчим часом зустрітись з Вами. До побачення*».

«*Вхідні*» дзвінки. Телефонну трубку знімають між першим і четвертим сигналом. Якщо в цей час відбувається розмова з колегою чи кимось іншим, треба вибачитись і відповісти на дзвінок.

Часто «*вхідні*» дзвінки порушують трудовий процес. Якщо партнер зателефонував нам у той час, коли вирішуйте якусь термінову справу, попросіть пробачення у нього і пообіцяйте зв'язатися з ним по телефону пізніше. Слова дотримуйте обов'язково, щоб справити добре враження.

Якщо за «вхідним» дзвінком запрошують до розмови колегу, якого немає на робочому місці, то спочатку треба повідомити, що його немає, а потім просити залишити координати того, хто телефонує. В іншому випадку партнер подумає, що з ним не хотіли розмовляти. Взагалі, відмова в розмові — дуже небажана річ, вона може викликати негативні емоції у партнера, котрий телефонував.

Система «вихідних розмов» потребує продуманості, підготовки. Для цього слід зібрати необхідні дані, записати їх, визначити, в якому порядку слід розмовляти з партнерами. Тобто систему телефонних дзвінків треба побудувати таким чином, щоб інформація, отримана у попередній розмові, була вихідною для наступної і г. ін. Так можна значно скоротити час на переговори. Готуючись до такого блоку розмов, необхідно записати всі телефонні номери партнерів, добрати ті документи чи їх реквізити, з яких бралась інформація, записати ключові слова розмови, переговорити з усіма зацікавленими колегами фірми, щоб водночас з'ясувати і необхідну для них інформацію.

«Вихідні розмови», попри все, можна планувати, звести до певної системи, щоб уникнути, зокрема, і прикрих непорозумінь. «Вхідними» розмовами легше керувати, ніж «вихідними». Блок таких розмов має тривати не більше 30 хвилин, щоб дозволити партнерам, які не ввійшли до обраного блоку, пробитися «вхідним» дзвінком. Найбільш прийнятними для блоку «вихідних» розмов по телефону є такі періоди робочого дня: 8 — 9.30 год.; 13.30 — 14.30 год. та після 16.30 год. Однак час ділових регулярних розмов з партнером треба узгоджувати. Цим надається можливість йому також підготуватися до розмови, що зробить її більш насиченою інформативно. Інколи доцільно повідомити партнерові про можливу розмову по телефону листом чи телеграмою, при цьому слід сповістити, які акти чи інструкції ви хотіли з ним уточнити. Тоді він підготується, і розмова буде більш конструктивною.

Якщо фірма має секретаря, то його допомога значно скоротить витрати часу. Обізнаний секретар може диспетчеризувати розмови, відсилаючи партнера до конкретних службовців. Секретар повинен знати, з ким треба з'єднува-

ти відразу ж, кого треба попросити перетелефонувати в зручний час, коли пропускати «приватні» розмови тощо. Але психологи не рекомендують секретарям відповідати партнерові про свого керівника такими фразами, як: *«Немає на робочому місці і не знаємо, коли буде»* чи *«Зайнятий важливою справою»* або *«У нього важлива нарада»*. Краще обрати нейтральні фрази типу *«Немає зараз, чекаємо о 16 годині»* або взагалі не повідомляти, коли можна телефонувати повторно, а взяти координати партнера і зателефонувати в прийнятний для обох час.

Відповідаючи діловому партнерові, секретар має поцікавитися метою та рівнем важливості розмови. Кожна ділова людина сприймає такі запитання нормально, якщо до неї звертаються ввічливо. Секретар повинен вести записи телефонних розмов, занотовувати: з якої організації телефонували, хто, про що хотів поговорити, наскільки термінова справа, коли можна перетелефонувати, який номер цього абонента.

У деяких випадках використовують автовідповідач, але слід мати на увазі, що він негативно діє на партнера. Після прослуховування записів слід зателефонувати абонентові.

Від невчасних розмов допоможуть захиститися фрази типу *«Дозвольте я Вам зателефоную сам дещо пізніше»* чи *«Будь ласка, перетелефонуйте мені о 14 годині»*.

Важливе місце в діловому спілкуванні відводиться листуванню. У письмовому спілкуванні є свої переваги. Подана в письмовому вигляді інформація дозволяє партнерові вивчати повідомлення в деталях, краще запам'ятати його ключові моменти та підготуватися до відповіді. Але враховуючи закони психології, які стверджують, що на формування поглядів партнера значною мірою впливає інформація, яка надходить першою, на початковому етапі встановлення контактів з майбутнім партнером краще обирати спосіб особистого спілкування, розмови. Якщо спілкування починати з листування, то заперечення, які виникають у партнера при читанні, пізніше буде важче спростувати.

Весь процес спілкування — і оцінка партнерами один одного, й обмін інформацією, й організація взаємодії — реалізується через написане слово. Тут зовсім немає не-

вербальних каналів спілкування, і це часом вельми негативно позначається на його ефективності та якості. А тому принагідно до тексту листа доцільно вводити деякі звороги, словосполучення, що засвідчують ставлення до партнера.

Неможливість виявити ті позитивні емоції, які передаються в спілкуванні через невербальні канали, у діловому листуванні частково компенсується якістю паперу, на якому написано лист, чіткістю думок, вдалим розміщенням тексту на аркуші.

У практиці ділового спілкування поширені такі види *письмових документів*: особистий лист, службовий лист, комерційний лист, пам'ятна записка. Оформлюють кожен з них з урахуванням правил, ігнорувати які не слід.

В особистому (не приватному) листі можна викладати найрізноманітніші поточні ділові проблеми. Цей документ складають від першої особи, друкують на звичайному аркуші паперу. Якщо лист підписує керівник фірми, то його можна оформити на фірмовому бланку. У правому верхньому куті листа ставлять назву міста, з якого адресують листа, дату його написання. Текст друкують через 2—3 інтервали. Починають лист привітанням, форма якого залежить від змісту й характеру взаємин між партнерами: «*Пане Остапчук!*» чи «*Вельмишановний Сергію Петровичу!*», «*Високошановний пане професоре*». Основна текстова частина листа має бути максимально діловою, містити точні терміни, визначення. Наприклад, якщо посилаються на інформацію, наведену в якомусь листі, то треба назвати дату його відправки та реєстраційний номер.

У лівому нижньому куті листа першої сторінки, незалежно від загальної кількості сторінок, записуються реквізити адресата: спочатку прізвище та ініціали, потім посаду, потім назву міста. Кожний реквізит пишуть з нового рядка з великої літери.

Закінчують особистий діловий лист спеціальною формулою ввічливості: «*З повагою...*» чи «*З глибокою повагою...*» Нижче пишеться прізвище того, хто писав лист, печатку на підпис не ставлять.

Службові листи складають найбільшу групу в листуванні. Їхній текст повинен бути простим, розкривати тільки одне питання. Це спрощує реєстрацію листів, контроль за проходженням. Якщо лист містить кілька запитань, що контролюються різними відділами, доводиться робити копії.

Текст листа майже завжди складається з двох частин. У першій викладаються мотиви, в другій — прохання, пропозиції, зауваження. Саме друга частина є основною і з неї слід починати листа, а докази, аргументи розмішувати потім. Однак листи з простими темами можуть складатися тільки з однієї основної частини: *«Просимо підтвердити згоду факсом»*.

Головна мета ділового листа, як і будь-якого акту спілкування, — пояснити, впевнити, довести та спонукати до дії. Цього досягають чіткістю, простотою тексту. Наведені в листі факти й аргументи повинні бути точними, ілюстрованими числовими даними. Тональність листа має бути нейтральною, для цього необхідно вживати вирази типу: *напевне, як відомо, якщо можна* тощо.

Повагу до адресата можна висловити дієприслівниковими зворотами типу: *«Досконало вивчивши Ваші пропозиції...»*, *«Уважно ознайомившись з аргументами...»*

Незважаючи на різноманітність проблем, про які йдеться в листах, обґрунтовуючи дії, користуються обмеженим переліком початкових і прикінцевих словосполучень та виразів: *у зв'язку, згідно з...*

Викладаючи причини прийняття рішень, можна вдаватися до таких зворотів, як: *враховуючи, керуючись, беручи до уваги* тощо.

За характером інформації листи поділяються на різні групи.

Супровідні листи — часто інформують адресата про документи, які йому надсилаються. Такі листи складають лише у випадку, коли необхідно зробити якісь пояснення чи доповнення до надісланих документів: зазначити термін виконання; пояснити причину затримки тощо. Починаються такі листи словами: *Надсилаємо. Повертаємо. Додаємо* тощо. Далі зазначають заголовки документів, що

відсилаються. Текст супровідного листа короткий, не має заголовка.

Листи-запрошення адресату є пропозицією взяти участь у якомусь заході. Їх адресують як окремим особам, так і організаціям. У них повідомляють про характер заходу, дату, місце його проведення, умови, що ставляться перед його учасниками.

Лист-повідомлення близький за стилем до листа-запрошення. Надсилається конкретному адресатові і, як правило, є реакцією на якийсь запит. Починається словами: *«Повідомляємо.., Доводимо до Вашого відома...»* тощо.

Рекламний лист повідомляє адресата про якийсь захід чи факт. Найчастіше таким листом пропагують діяльність організації, її товари чи послуги.

Лист-підтвердження починається словами: *«Підтверджуємо...»* і надсилається на знак підтвердження того, що відбулося, — факт дії, телефонної розмови тощо.

Лист-нагадування починається словами: *«Нагадуємо...»* і сповіщає про наближення якогось терміну виконання обов'язків чи заходу.

Гарантійний лист — документ, що забезпечує виконання викладених у ньому зобов'язань. У листі гарантується оплата чи надання якоїсь послуги. Ці листи мають підвищену правову функцію, а тому текст повинен бути чітким, недвозначним.

Комерційний лист — специфічний вид ділового спілкування. Оформлюється завжди на фірмовому бланку, містить комерційні дані (умови страхування вантажу, зміни в цінах, способи платежів тощо). Текст доцільно починати звертанням *«шановний»*, під текстом праворуч завжди ставиться підпис першої особи та ще одного відповідального працівника підприємства чи організації (здебільшого бухгалтера) та печатка.

Ініціативні листи — це листи, що потребують відповіді. В основному вони містять якесь прохання, пропозицію, запит.

Листи-відповіді за своїм змістом мають залежний характер від ініціативних листів, бо тема їхнього тексту вже задана і треба викласти характер розв'язання проблеми,

викладеної в ініціативному листі: прийняття пропозиції чи відмова від неї. Відповіді слід викладати чітко: чи всі прохання можуть бути задоволені, наскільки, в які терміни. Якщо лист містить відмову, то вона повинна добре аргументуватися. У листі-відповіді обов'язково зазначають дату та номер ініціативного листа, на якого відповідають. Наприклад: «*На Ваш лист за № 397/81 від 23.04.2000 р.*»

Телеграма теж є різновидом письмового листування. Залежно від терміновості повідомлення вона може бути звичайною і терміною. Відмітку про це ставлять перед адресою. У телеграмі зазначають точну адресу без індексу: місто, номер поштового відділення, вулицю, номер будинку, назву установи, прізвище адресата.

У телеграмі, що надсилається кільком адресатам, кожна адреса вказується індивідуально. Текст телеграми друкують на аркуші паперу через два інтервали, між словами роблять збільшені пропуски. Починають текст з абзацу, далі їх не роблять.

Пишеться текст особливою телеграфною мовою: без прийменників, сполучників, розділових знаків.

Словами в телеграмі пишуться такі знаки, як «номер», «мінус», «плюс», «відсоток», «знак питання» тощо. Дати записуються арабськими цифрами з інтервалом: число, місяць, рік (09 07 00). Закінчується телеграма зазначенням її індексу.

Телеграма-відповідь друкується з індексом ініціативного документа, на який подається відповідь, без слів *ваш*, чи *на ваш*. А тому текст власне телеграми не слід починати будь-якими числами, датами. Після тексту телеграми вказується посада та прізвище того, хто її підписав.

Текст службової телеграми завіряють печаткою. Складають телеграму в двох примірниках. Перший подають на пошту, другий залишають у документації.

Відправляючи кореспонденцію, важливо правильно оформити адресування:

— по Україні:

Адреса відправника:
Л.І. Дезера
вул. Героїв Дніпра, 62, кв. 89
м. Київ,
04214

Місце для марки

Адреса одержувача:
О.В. Завадько
вул. Тургенівська, 29, кв. 15
м. Київ
01054

— до країн СНД:

Адреса відправника:
Н.А. Коваль
вул. Набережна, 8
м. Київ, 4, Україна
01004

Місце для марки

Адреса одержувача:
С. М. Петров
вул. Ленинградская, 3, кв. 10
г. Липецк, 10
Россия

— до країн далекого зарубіжжя:

В.М. Степаненко
вул. Зодчих, 18 в, кв. 36
м. Київ, 04277
Україна Ukraine

Peter I. Bursenos
12603 Pentark dive
ART556NERNONVA 22071-9943
United States of America
ГЕРНДОН США

Пам'ятна записка, як правило, оформлюється в ділових переговорах для формулювання якоїсь важливої думки, умови, аби вони не сприймалися двозначно. Записка складається в безособовій формі, друкується на звичайному аркуші паперу, не підписується, на ній не зазначають адреси, немає печатки. Вказуються тільки назва міста і дата. Над текстом пишеться «Пам'ятна записка» чи «Записка для пам'яті».

При оформленні ділових листів рекомендується ліворуч залишати поле розміром не менше $1/5$ ширини аркуша, а праворуч — 1 см. Якщо лист не вміщується на одному аркуші, допускається оформлення його на кількох сторінках, але їх не слід нумерувати.

Документи, адресовані іноземним представництвам і торговим делегаціям, що містяться на території нашої країни, пишуть українською мовою. Листування з зарубіжними партнерами може здійснюватись як іноземною мовою, так і українською. Послугування мовою партнера є ознакою поваги до нього, але якщо недосконало володієте цією мовою, то краще користуйтеся українською.

Існують деякі правила реагування на листи за термінами. Так, на **телеграфне запитання** слід відповісти не пізніше ніж через **3 дні** з часу одержання повідомлення. На лист — не пізніше ніж через **10 днів**. Якщо запит потребує детального вивчення питання та підготовки, то протягом трьох днів сповіщають адресатові, що лист чи телеграму отримано, і над проблемою працюють. Остаточну відповідь треба дати не пізніше ніж через **місяць**.

Скорочення часу на роботу з кореспонденцією забезпечується раціональною організацією її обробки. Так, вхідну ділову кореспонденцію доцільно сортувати відразу самому чи доручити це секретареві. При цьому залишати на письмовому столі слід тільки ті запитання, що виходять за межі наданих повноважень, що не можуть бути вирішені без вашого втручання. Всю іншу інформацію треба передавати негайно тим колегам, до компетенції яких вона належить.

Одним із видів міжнародного письмового спілкування є **дипломатична переписка**.

Дипломатичне листування є досить консервативною сферою міжнародної практики, і тому, як правило, воно ведеться із дотриманням традиційних правил дипломатичного протоколу.

Безумовно, що надзвичайно суттєвим моментом у процесі ведення дипломатичної переписки є мова, якою складаються документи. Формально міністерство закордонних справ та посольство мають право вести дипломатичне листування мовою своєї країни. Проте це іноді може викликати в адресата труднощі з перекладом і таким чином загальмувати або навіть перешкодити вирішенню поставленого в дипломатичному документі питання. Аби уникнути такої ситуації, можливе застосування двох загальновідомих варіантів: по-перше, згідно з домовленістю з міністерством закордонних справ або посольством дипломатичне листування вести будь-якою третьою мовою, наприклад, англійською чи французькою; по-друге, дипломатичне листування здійснювати мовою своєї країни, додаючи до кожного документа його неофіційний переклад. Посольству потрібно виявляти обережність у випадках, коли в країні перебування існує не одна, а декілька офіційних мов (Канада, Бельгія, Швейцарія, Індія, Нігерія тощо).

Існує чотири основних види документів для ведення дипломатичної кореспонденції. Це — ноти, листи, меморандум та пам'ятна записка.

Особиста нота має форму листа, направляється з питань принципового та важливого значення або містить інформацію про якусь політичну подію. Вона складається від імені першої особи, що її підписує. Текст починається із звернення, закінчується документ формулою поваги (компліментом). Змістовна частина ноти — засвідчення поваги. Печатка, а також прізвище і посада особи, що підписує ноту, не ставляться.

Адресу друкують у лівому нижньому кутку першої сторінки незалежно від їх кількості.

Вербальна нота складається від третьої особи і не підписується. Починається і закінчується формулами ввічливості.

Вербальні ноти використовують для вирішення широкого кола питань: економічних, політичних, науково-технічних тощо. Це ноти про запит на візи, повідомлення про автодорожні пригоди за участю співробітників посольств, інформація про організацію поїздок, екскурсій.

Текст пам'ятної записки складається в безособовій формі із вживанням висловів: *доводиться констатувати, повідомляється, постає питання*. Головна мета пам'ятної записки — полегшити подальше просування справи.

Меморандум може бути самостійним документом дипломатичного листування або додатком до особистої чи вербальної ноти. Відмінною рисою меморандуму є детальне викладення фактажу або юридичної специфіки того чи іншого питання, об'єктивний погляд на події.

Однією із форм ділової комунікації, передачі інформації співрозмовників є **візитна картка**, або **візитівка**. Це невеликий аркуш картону (9 x 5 см або 6 x 10 см), на якому друкуються прізвище, ім'я, по батькові, місце роботи, посада адресата, телефон, телекс, факс.

На візитній картці офіційної особи, особливо дипломатичного працівника, номер телефону, домашня та службова адреси не друкуються.

Колір візитівки згідно з протокольними вимогами повинен бути білим.

Візитні картки використовуються: а) для привітання, наприклад, у день національного свята, коли просто надсилається візитна картка із написом Р.Ф. (щоби привітати), Р.Ф.Н.А. (з Новим роком), Р.Р.Ф.Н.А. (щоб подякувати і привітати з Новим роком); б) для висловлення співчуття (позначка Р.С.); в) для висловлення подяки (позначка Р.Р.); г) від'їзд із країни (Р.Р.С. — щоб попрощатися); ґ) для представлення (позначка Р.Р.); д) запрошення на прийом, коли зазначають вид прийому, місце, час, дагу, ім'я та прізвище запрошеної особи; е) у разі з м і н и а д р е с и.

Візитівки, що надсилаються поштою або кур'єром, вкладають у спеціальний конверт із зазначенням адресата.

На отримані візитні картки слід відповісти візитівкою протягом 24 годин.

4.4. Важливим сучасним засобом обміну й поширення ділової інформації є презентація.

Помітність — візитна картка успіху. Як на робочому місці, так і на діловому ринку люди конкурують заради отримання бажаних результатів. Обов'язковий атрибут успішної конкуренції — збільшення своєї помітності.

Презентація — випробуваний засіб привернути увагу. Ділова презентація, проведена майстерно, змушує людей позитивно оцінити і вас і ваше повідомлення. Вона дає можливість просунути продукцію, послуги; розширити інтереси, поширити інформацію на широкий загал, піднести впізнаваність імені та назви; підняти інтерес споживача до нових продуктів та послуг; знайти нові шляхи впливу на клієнтів, виборців тощо.

Презентація повинна бути ефективною, а тому при її організації слід подбати про її захопливість, змістовність, збалансованість, про те, щоб вона запам'ятовувалася і була спрямована на активізацію людей. Отже, презентація — це творчий комунікативний процес.

Є кілька типів презентації: зовнішні (проводяться в аудиторії поза організацією), внутрішні (у межах організації, фірми), такі, що просувають (реклама продукту, послуги, ідеї, рішення), інформаційні (огляд технічних даних, наукових, політичних, статистичних матеріалів), висхідні та низхідні (вертикаль керівник — підлеглий).

Презентацію слід планувати, а отже подбати про те «хто?», «що?», «коли?», «де?», «як?», «чому?», тобто: хто буде присутнім; який буде результат; як почати і коли закінчити презентацію; де зібрати матеріал для презентації; як почати підготовку; чому цю презентацію слід провести.

Презентація — це комунікативний процес, тому слід добре подбати про ключові слова і поняття, їх впливовість на аудиторію, запам'ятовуваність. Серед таких мовних засобів є:

- **акронім** — слово, утворене з перших букв інших слів. Наприклад, ЗАКОН: 1) З — знати професійні навички та вміння; 2) А — аналізувати стан справ; 3) К — конкретно визначати завдання; 4) О — оптимальне розв'язання задач; 5) Н — наміри перейти до наступної мети;

- алітерація — повтор початкового звуку слова в групі слів;
- повтор — повтор слова чи теми, наприклад: робота на користь собі; робота на користь іншим; робота на користь суспільства;
- скорочення. Наприклад: ГТС — готовність, точність, серйозність; НХЛ — наполегливість, характер, лідерство.

Готуючи презентацію, слід подбати про вербальні елементи стилю, якими буде виражатися зміст.

Ефективний словесний стиль спирається на: ясність мови; її правильність, виразність та продуманість.

Одним із чинників конструювання вербального стилю є тон повідомлення — враження, відчуття, що лишаються після презентації.

Темп мовлення задають короткі слова й сконденсовані речення.

Мова презентатора повинна бути однозначною, позбавленою жаргону, незрозумілих абревіатур. Використання спеціальної термінології також повинно бути обмеженим. Натомість слід подбати про правильність словника, граматики й синтаксису, про лаконічність висловлювань. Аудиторія найкраще сприймає короткі слова на 2 склади, крім того, це прискорює темп мовлення. Говорити просто — це значить уміти з ряду синонімів обрати слово, яке легко сприймається. Пор. слова високого стилю (зліва) та їх синоніми (справа):

Удосконалити	Покращити
Концептуалізація	Ідея
Сприяти	Допомагати
Маніфестація	Показ
Парадигма	Система
Достовірний	Правдивий

Стисла мова надає презентації розмовних інтонацій.

Виразність мови досягається використанням образних висловів, що підкреслюють смисл та природу рекламованої речі. Але слід уникати стандартних, «затертих» кліше, порівнянь.

Емоційна, чутлива мова презентатора повинна знаходити відгук з боку аудиторії. А тому в промові недореч-

ними є евфемізми — слова, що пом'якшують зміст. Як-от: *спеціаліст з продажу* (замість *продавець*), *санітарний інженер* (*асенізатор, двірник*), *споживач спиртних напоїв* (*п'яниця/алкоголік*) тощо.

Завойовуючи аудиторію, презентатор повинен наситити свою мову наказовими мотивами, апелюючи до позитивних емоцій: «*Якщо ви/ми оберемо...*»; «*Ми можемо, ми хочемо...*»; «*Треба утриматись від...*» тощо.

Фрази промовця повинні нести міцний заряд, експресію, а тому доречними могли бути слова спортивної і військової термінології (швидкий прорив, взяття плацдарму, атака і под.). Жорсткий вираз робить мову підкресленою.

Передаючи зміст публіці, презентатори можуть використовувати деякі літературні прийоми: *асонанс* (повтор схожих звуків, що сприяє виникненню асоціацій: *Живіть краще, щоб легше жилосьь*), *кустода* (виразна «розумна» фраза типу: «*Закон капітана Джека: Людина, що добре працює, отримує всю роботу. Той, хто чудово працює, спокійно її позбавляється*»); *гіпербола* (перебільшення, ствердження, наприклад: «*Коли ми прийшли на цей ринок, то побачили, що конкурентів більше, ніж бджіл у вулику*»); *паралелізм* («*Хто мудрий? Той, хто вчиться у всіх інших. Хто сильний? Той, хто керує своїми пристрастями. Хто багатий? Той, хто задоволений собою. А хто це? Ніхто*»).

Доречними будуть у промові образні вислови («*Не можна потиснути руку стиснутими в кулак пальцями*» (Т.Мейр), «*Коли орли мовчать, папуги базікають*» (У.Черчіль), метафори («*Війна — поганий інструмент для керування завтрашнім днем*» (Мартін Лютер Кінг), порівняння («*Бізнес ніколи не буде здоровим, поки він, як курча, не набігається в пошуках їжі*» (Г. Форд), персоніфікації («*Проблеми — це лише можливості в робочому одязі*» (Г. Кайзер).

Слід пам'ятати, що презентація — це також і лист, який повинен дійти до адресата, а тому варто продумати способи адресування повідомлення: займенники (найчастіше слід звертатися до «ми», «ви»); імена (можна заздалегідь замовити картки з іменами для учасників презентації); конкретне звертання типу *покупці, викладачі, менеджери, будівельники* тощо.

Велике функціональне навантаження несуть вирази, в яких формулюється те, що є цінним для людей («Для вас це означає...», «У результаті ви отримаєте задоволення від...»; «Ви зрозумієте, що це особливо корисно для...»; «Ваша вигода очевидна...»).

Для впливу на аудиторію презентатор повинен мати певний вигляд — імідж, тобто якості невербального стилю поведінки: уміння поводитися з наочністю, рухи оратора, постава, манери тощо.

Організуючи презентацію, слід обов'язково враховувати, що, як правило, робоче місце ділової людини — стіл з документами, звітами, листами, друкowanими виданнями тощо. Як же цих зайнятих людей зацікавити новими пропозиціями?

З цією метою існують *письмові презентації*: листи-підтвердження, «роздавальний» матеріал, пропозиції.

Листи-підтвердження відправляють за 3—5 днів до дня проведення презентації. Це текст на одну сторінку, що складається з двох параграфів. У першому підтверджуються дата, час і місце проведення презентації. У другому параграфі міститься посилання на додатки, що можуть включати: короткий огляд виступу («Ви почувете про...»); коротку біографічну довідку про того, хто буде виступати або карта-схема місця презентації.

«Роздавальний» матеріал — це друкowanі матеріали для учасників презентації, де можна зазначити порядок денний, план повідомлення або зошит для вправ.

Письмові пропозиції — документ, що розширює або підтверджує усну презентацію.

При оформленні двох останніх видів письмової інформації важливо враховувати їх «читабельність», зорове сприймання, і, звичайно, мовний вплив на аудиторію.

Отже, як бачимо, вербальний контакт має велике значення в діловому спілкуванні й вимагає чіткого дотримання мовної культури в передачі інформації.

Запитання і завдання

1. Які форми ділового спілкування ви знаєте?
2. Охарактеризуйте структуру процесу ділового спілкування.

3. За якими правилами слід вести розмову з діловим партнером віч-на-віч?
4. Що собою являють ділові переговори? Які передумови їх організації?
5. Як готувати переговори?
6. За якими правилами треба організовувати зустріч партнера та сам процес переговорів?
7. Назвіть основні функції переговорів.
8. Що таке презентація? Які види презентації ви знаєте?
9. Як можна ефективно використовувати телефон для розв'язання ділових проблем?
10. Назвіть основні правила культури ділового телефонного спілкування.
11. Чи можете ви назвати найпоширеніші помилки ділового телефонного спілкування?
12. В яких випадках звертаються до письмового спілкування?
13. Назвіть різновиди листів.
14. Як скласти лист?
15. Назвіть основні правила оформлення візитних карток.
16. Розкрийте специфіку організації основних видів ділових прийомів згідно з міжнародною практикою.
17. Які функції ділової бесіди?
18. Ваш партнер наполягає на невивідному для вас варіанті розв'язання проблеми. Якими засобами ви спробуєте переконати його, що така поведінка зашкодить і йому?
19. Ваш співрозмовник не дуже задоволений результатами угоди. Який варіант закінчення розмови ви оберете?
20. Складіть зразок ділового листа-повідомлення з урахуванням усіх необхідних вимог.
21. Оформіть лист-підтвердження за вимогами до ділової кореспонденції.
22. Складіть текст листа у відповідь на відмову партнера співробітничати з вами.
23. За якого співвідношення інтересів партнерів переговори недоцільні?
24. Що є передумовою організації пошуку партнерів?
25. Складіть за допомогою формули «продажу вигоди» варіанти пропозиції для таких товарів: авторучка; новий пральний порошок; консультації з ділової етики; устаткування для випікання хліба.

26. Складіть зразок запрошення на діловий прийом, презентацію чи переговори.

27. Складіть план ділової бесіди. Для орієнтації пропонується ділова пам'ятка.

Ділова пам'ятка

Дата:

Виконавець:

Опис роботи:

Дії:

Дата

1. Збір матеріалів —
2. Систематизація матеріалів —
3. Підготовка схем —
4. Розробка робочого плану —
5. Проведення наради —

1. Особи, з якими треба зв'язатися:

Марчук Г.І. — фінансовий директор

Шаповал О.В. — відділ планування

2. Додатки:

розрахунки витрат

Співробітники:

28. Починаючи бесіду, замініть наведені формулювання виразами так званого «*Ви-підходу*»: «Я би хотів...», «Мені це здається цікавим»; «Я дійшов до такого висновку...»

Ключ до вправи: «Ви хочете...», «Вам буде цікаво дізнатися...», «Ваша проблема полягає в тому...»

29. Знайдіть заміник-фразу із змістом передачі відомостей: «Хоча вам це і відомо...», «Ви, звичайно, про це ще не знаєте...», «Очевидно, ви про це ще не чули...»

Ключ до вправи: «Звичайно, вам уже відомо...»; «Як ви знаєте...»; «Ви, очевидно, про це вже чули...»

30. Організуйте ситуацію-бесіду, де можна вжити питання: «Як ви зробили такий висновок?», «Яка ваша думка з цього приводу?», «Чому Ви вважаєте ці заходи недостатніми?»

31. Знайдіть доречний відповідник до формулювань у лівій колонці, що ускладнюють бесіду. Аргументуйте вибір.

Ми Вам допоможемо...

Все ж таки Ви повинні визнати...

Коли-небудь Ви зрозумієте...

Я вважаю...

Зараз я Вам, нарешті, доведу, що...

Ви, звичайно, ще про це не думали...

Чи не вважаєте Ви, що...

Чи згодні Ви з тим, що...

Ви зможете досягти...

Чи не думали Ви, що...

Зараз Ви зможете переконатися в тому, що...

Вам, звичайно, відомо, що...

32. Використовуючи метод опитування, проведіть «ранкову нараду керівника підприємства (банку)».

33. Спробуйте пом'якшити ситуацію: «Підлеглий отримав зауваження: «Невже цей протокол ще не спрямований директоріві?» (Протокол засідання, яке відбулося 20 днів тому).

34. Проведіть в аудиторії таке тестування:

Тест «Культура телефонного спілкування»

1. Я набираю номер телефону лише тоді, коли твердо впевнений у його правильності.

2. Я ретельно готуюся до ділової телефонної розмови, досягаючи максимальної стислості.

3. Перед найбільш відповідальними телефонними переговорами роблю потрібні записи на аркуші паперу.

4. Якщо телефонна розмова буде тривалою, питаю співрозмовника, чи має він достатньо часу.

5. Досягши з'єднання по телефону з потрібною установою, називаю себе і своє підприємство.

6. Якщо я «не туди попав», вибачаюся, а не вішаю мовчки трубку.

7. На помилковий дзвоник ввічливо відповідаю: «Ви помилились номером» і кладу трубку.

8. Працюючи над важливим документом, виключаю телефон або переключаю на секретаря.

9. Під час телефонних розмов «тримаю себе в руках», навіть якщо до цього був роздратованим.

10. На службі, відгукуючись на телефонну розмову, називаю своє прізвище.

11. Під час тривалого монологу співрозмовника по телефону час від часу підтверджую свою увагу короткими репліками.

12. Закінчуючи ділову розмову по телефону, дякую співрозмовникові і бажаю йому успіху.

13. Якщо колега, якого питають по телефону, відсутній, питаю, що йому передати і залишаю записку на столі.

14. Якщо під час бесіди з відвідувачем дзвонить телефон, я, як правило, прошу передзвонити пізніше.

15. У присутності співробітників намагаюся говорити по телефону упівголоса.

16. Якщо співрозмовника погано чути, прошу говорити голосніше або передзвонити.

Якщо ви *завжди* дотримуєтеся цього правила, запишіть собі 2 бали; *іноді* — 1 бал; *ніколи* — 0 балів.

Ключ до тесту:

а) 25 та більше балів — ви цілком володієте культурою телефонного спілкування.

б) від 20 до 24 балів — у цілому ви володієте мистецтвом телефонної розмови, але ще є резерви для вдосконалення;

в) менше 20 балів — доцільно ще раз вивчити правила.

35. До вас звертаються з проханням передати інформацію відсутньому колезі. Ваші дії?

а) побачивши, розповісте йому;

б) запропонуєте зателефонувати дещо пізніше;

в) напишете записку і залишите її на столі;

г) звернетесь з проханням до тих, хто його побачить, передати зміст розмови;

г) вкажіть свій варіант відповіді.

36. Як має повестись той, хто запізнився на ділове засідання чи нараду з невеликою кількістю учасників?

37. Чи потрібно представлятися при зустрічі у ліфті?

а) потрібно;

б) не потрібно.

38. Хто має починати ділову бесіду: господар кабінету чи відвідувач? Якими словами це краще зробити? Вкажіть свій варіант.

а) господар кабінету;

б) відвідувач;

в) слова: ...

39. Яка дата (написання чи відправлення) вказується на діловому листі?

а) написання;

б) відправлення.

40. Піднявши телефонну трубку, ви промовите:

а) «Так»;

б) «Алло»;

в) «Слухаю вас»;

- г) «Говоріть»;
- г) назвете свою фірму (установу, організацію);
- д) «Добрий день»;
- е) назвете свою фірму, відділ, прізвище та посаду;
- е) вкажіть інший варіант.

41. Який порядок ділових переговорів є оптимальним?

а) кожний з присутніх вступає в розмову, коли це необхідно;

б) говорить лише керівник делегації, інші беруть слово після його запрошення; якщо хочуть висловитися самі, то питають його дозволу;

в) до початку переговорів слід розподілити, хто, коли і про що говоритиме.

42. У телефонній розмові вам поставлене запитання, відповіді на яке ви не знаєте. Як краще відповісти?

а) «Я не знаю»;

б) «Я не в курсі»;

в) «Зателефонуйте» (такому-то);

г) «Будь ласка, зачекайте біля телефону. Я це питання з'ясую для Вас»;

г) «Будь ласка, зателефонуйте за 15 хвилин».

43. За запропонованою схемою складіть особисту ноту.

« ____ » _____ 2000 року

м. _____

Шановний пане.....!

Широ дякую за лист від (дата), в якому Ви підтримуєте ... стосовно ... (і назви держав).

Відрадно, що теза стосовно ... між (назви держав) ... знайшла підтримку з Вашого боку, а також з боку Міністра закордонних справ (назва країни).

Сподіваємося, що (назва країни) ... надалі сприятимуть ...

З глибокою повагою

Міністр закордонних справ (країна)

Його високоповажності

п. Міністру закордонних справ (країна)

44. Перегляньте журнал «Політика і час» та матеріали газет, зокрема «Урядовий кур'єр». Підготуйте 2—3 тексти меморандуму. Проаналізуйте його структуру, засоби зв'язку в тексті.

45. Складіть текст вербальної ноти, де повідомляється про: а) призначення нового міністра в Україні; б) запрошення дипломатів з нагоди національного свята країни.

Типові звороти:

Міністерство закордонних справ України засвідчує свою повагу Посольству ... і має честь повідомити, що ...

Міністерство користується цією нагодою, щоб поновити Посольству запевнення у своїй високій повазі.

м. Київ, (дата)

Посольство

м. Київ

46. Складіть основні зразки документів, які слід заповнити під час влаштування на роботу.

47. Ви зробили помітку на одержаній візитній картці, уточнивши щось у того, хто вам її вручив. Чи правильно ви вчинили?

48. Зробіть макет вашої візитівки стандартного зразка.

49. Перегляньте передачі телебачення, реклами. Наведіть приклади пасивного, стверджувального чи агресивного стилю мови. Які засоби, фігури мови, історії, гумористичні ситуації використані? Проаналізуйте їх в аудиторії.

50. Ось приклад внутрішньої /низхідної презентації, підготовленої менеджером з приводу реорганізації: «Організаційна реструктуризація обов'язково викликає родові трансформації. Необхідна взаємодія, щоб задовольнити вимоги умов виробництва з метою забезпечення оптимального випуску продукції із скороченням витрат на їх виробництво. Розв'язання цієї проблеми знаходиться у пропорційній залежності від використання покращеної результативності праці».

Відредагуйте, скоротіть текст до 4 стислих речень, наближених до аудиторії з середньою задовільною освітою.

51. Наведіть варіанти речення «Ви економите гроші», які сприяли б досягненню різних ефектів, зокрема використовуйте вигук, умовне значення, значення мети, вставні слова, риторичне запитання, дієслова. Мета — підтримати інтерес аудиторії.

52. Дайте відповідь на такі питання:

1. *Синиця в руках краще, ніж журавель у небі* — цей вираз є: а) поясненням; б) метафорою; в) персоніфікацією; г) жаргоном; г) порівнянням.

2. Синонімом до терміна «стиль поведінки на сцені» є вираз: а) мова презентації; б) ходіння; в) місце, де проходить презентація; г) невербальний стиль; г) рухи по сцені.

Теми рефератів і повідомлень

- «Діалог як форма мовного контакту».
- «Бесіда в дипломатичному протоколі».
- «Мовні кліше в переговорному процесі».
- «Становлення телефонного мовного етикету».
- «Рекламний текст: мистецтво слова».

Тема V

ПОНЯТТЯ КУЛЬТУРИ. ТИПИ КУЛЬТУР

План

- 5.1. Поняття культури. Типи культур.
- 5.2. Національна мова як компонент бізнес-культури.

5.1. Під культурою розуміють продукти людської діяльності (звичаї, мистецтво, погляди тощо), створені певною групою людей у певний час. Одним із найважливіших елементів будь-якої національної культури є мова, що виступає як чинник людської взаємодії у витворенні інших виявів культуротворчої діяльності, так і зокрема фактором спілкування між носіями різних культур. Одним із аспектів такого обміну інформацією є ділова комунікація. Перспективи становлення загальної основи міжнародної ділової культури залежать від того, наскільки сукупність об'єктивних чинників буде сприяти підвищенню значення ядра цієї конструкції, представленій набором базових етичних цінностей. Світ у цілому, незважаючи на усі конфлікти, готовий до прийняття спільної глобальної етики з метою співробітництва.

Культурне розмаїття дає можливість припускати, що ми розуміємо один одного. Вивчення багатства культур не лише розширює наш кругозір, але й сприяє підвищенню ефективності наших стратегій ділової діяльності. Практичне значення базових рис інших культур (як і своєї власної) зводить до мінімуму неприємні сюрпризи (культурний шок), дає можливість подолати труднощі спілкування.

У світі існує кілька сотень національних і регіональних культур світу, які можуть бути розділені на кілька груп.

За Р. Льюїсом, є три типи культур: *моноактивні* (або лінійно організовані), *поліактивні* та *реактивні*. Так, людина моноактивної культури розбиває діяльність на етапи, що слідують один за одним (американці, англійці, німці, північні європейці). У поліактивній культурі (латиноамериканці, південні європейці) прийнято одночасно робити кілька справ. А в реактивній культурі (азіати) діяльність організовується не за строгим планом, а залежно від контексту, від реакції на певні зміни. Отже, у тій чи іншій культурі існує певна національна норма. Правда, культура як вираз специфічного світогляду не є суто національним явищем. У деяких країнах *регіональні особливості* настільки сильні, що відсувають національні риси на задній план (наприклад, людям із Мілана легше спілкуватися з австрійцями і французами, ніж із сицилійцями). Спостерігаються культурні відмінності цілих міст (зокрема, Лондон, Париж, Гонконг).

Ось приклад «різнокультурної поведінки шведського бізнесмена (Свен) та португальця (Антонію). Вони домовляються про зустріч на тенісному корті о 10 годині ранку, куди Свен приходить у призначений час, у повній спортивній формі. Антонію ж з'являється на півгодини пізніше разом з партнером Карлосом, з яким продовжує обговорення ділових проблем, оскільки вчора ввечері розмову не закінчили. Крім того, Антонію після розмови з Карлосом на хвилинку відійшов переговорити з Педро. Так пройшла година — вже 11.00.

Свен, як ви розумієте, роздратований перебігом подій, а Антонію його заспокоює, що він попередньо по телефону замовив ще одну годину перебування на корті — до 12-ї.

Які причини такої поведінки? Свен та Антонію живуть у різних світах, використовують різні часові системи. Свен — швед — належить до моноактивної культури, отже робить справи послідовно за чітким розкладом, а Антонію — португалець, який зламав графік Свена, слідує поліактивній системі часу і робить паралельно багато незапланованих справ, легко перебудовується.

Коли співпрацюють люди моноактивної та поліактивної культури, вони обидва роздратовані, поки не пристосуються один до одного, — а це вдається рідко.

До реактивної культури належать Японія, Китай, Тайвань, Сінгапур, Корея, Турція і Фінляндія.

Народи реактивних культур слухають, перш ніж взятися за що-небудь. Вони найкращі слухачі у світі, оскільки сконцентровуються на тому, що говорять, не дозволяючи своїм думкам відхилитися в бік, і практично ніколи не перебивають мовця, поки продовжуються роздуми, промови або презентація. Вислухавши, вони не поспішають з відповіддю. Період мовчання демонструє повагу й значення зауважень.

Навіть коли представники реактивної культури починають відповідь, вони навряд чи відразу висловлять певну думку. Ймовірно, що вони будуть застосовувати тактику з'ясування, постановки питань, щоб дізнатися про наміри мовця. Так, японці, детально аналізуючи кожний пункт, схочуть переконатися, чи немає непорозумінь. Фіни намагатимуться виробити такий підхід, який задовольняв би іншу сторону. Китайці також намагаються розібратися в стратегії.

Носії реактивної культури, інтроверти, не довіряють багатослів'ю, а отже добре орієнтуються у невербальній комунікації. Поліактивні люди — екстраверти — вважають носіїв реактивної культури такими, що слабо реагують на ситуацію.

У реактивних культурах надають перевагу таким способам спілкування, як монолог — пауза — роздум — монолог. А в моноактивній та поліактивній культурах способом комунікації є діалог. Наприклад, якщо американець, привізши в Гельсінкі партію нового товару, каже: «Ну, Пекка, що ти думаєш?», то фін починає думати мовчки. А американець міг би скочити і відразу сказати: «Я тобі скажу, що я думаю!». Турки під час дискусії з німцями в Берліні жаліються, що їм ніколи не вдається повністю викласти свої погляди, а німці вважають, що туркам нічого сказати.

Культурні товариства виділяються не лише за географічними ознаками чи мовними, але й за віросповіданням (мусульмани, християни), за професією (інженери і бухгалтери). Отже, культура має *корпоративний характер* (особливо в Японії). В інших країнах (Італія, Іспанія, Китай) найбільш важливою є *родинна культура*.

Вихідним елементом культури є індивід із властивою особистісною культурою (такі погляди поважають в Англії, США, Австралії). Можливо, найбільш загальним критерієм культурного поділу людей є *гендерний* — за ознакою статі.

Представник кожного культурного середовища оцінює зарубіжного партнера як носія «нормальної» чи «ненормальної» культури, тобто зі свого суб'єктивного погляду. Наприклад, фіни вважають нестриманими експансивних італійців, а іспанці — нормальними; шотландці цінують упертість, а дипломатичні англійці характеризують це як непримиренність і под. «Окуляри» своєї культури створюють комунікативні бар'єри.

Взаємодія між людьми включає в себе не лише способи спілкування, але й збір інформації. Таким чином виникає ще один тип культур:

- 1) орієнтованих на діалог;
- 2) орієнтованих на збір інформації для використання її в діяльності.

До *I типу* належать італійці, романомовні народи, араби, індійці. Вони бачать події та ділові перспективи «в контексті», інформацію збирають через особисті канали. Яскравими представниками слухаючої культури є японці, китайці, фіни, жителі Сінгапуру, Тайваню.

Так, люди з орієнтованих на діалог культур, таких як французька або іспанська, схильні впадати у стан роздратування, коли американці чи швейцарці засипають їх фактами і цифрами, які є точними, але репрезентують лише частину усєї картини.

У культурі, орієнтованій на діалог, вважається абсолютно нормальним, якщо менеджер, звільняючись, веде за собою клієнтів і колег, — вони разом сформували систему стосунків.

Існує чіткий взаємозв'язок між орієнтацією на діалог та поліактивністю людини. Так, той самий Антоніо, перебуваючи в постійному контакті з людьми, збере більше інформації, ніж американець, що просидить цілий день в офісі за персональним комп'ютером.

Орієнтовані на діалог люди намагаються використовувати особисті стосунки для вирішення проблем. Як тіль-

ки досягнута емпатія, зустрічі, графіки, порядок денний і навіть засідання стають зайвими.

Слухаючі культури, реактивні за своєю природою, сполучають використання баз даних і друкованої інформації (Японія, Фінляндія, Сінгапур і Тайвань — країни високої технології) з природною схильністю уважно слухати і вступати в дружній діалог.

5.2. Отже, культура в діловій комунікації — це взаємодія національно-психологічних властивостей і мови. Вступаючи в ділове спілкування з іноземцем, треба знати не лише його мову, але й її ментальні глибинні властивості, які можна з користю використати в міжнародній чи міжнаціональній практиці.

Німецька

Німці належать до низькоконтекстуальної культури, орієнтованої на отримання детальної інформації та інструкцій для виконання завдань. У діловій атмосфері німецька мова позбавлена гумору, а жорстка система закінчень і строгий порядок слів заважають мовцеві легко думати вголос. Мала кількість омонімів (на відміну від китайської) і прозорість словозмінної системи роблять цю мову придатною для створення розпоряджень, наказів.

Німецька мова, як більш гнучка, ніж американська, англійська, доречна для надихання слухачів. Оскільки дієслово стоїть на останньому місці, співрозмовникові доводиться уважно слухати до кінця, щоб ухопити зміст цілком. Будова німецького речення така, що робить німців добрими слухачами.

Американська англійська

У роботі американцям допомагають грубувата мова, саркастичні зауваження, гострість.

Велика кількість неологізмів, якою вільно володіють менеджери, створює враження, що вони йдуть у ногу з часом, схильні до афоризмів, веселі й демократичні.

Британська англійська — вишуканий інструмент управління. Англійці надають перевагу власне англійській мові, на якій позначилися стриманість і неквапливість. Вони можуть іронізувати і над собою. Менеджери керу-

ють підлеглими за допомогою дружньої світської бесіди, обережного визначення мети. Тут не приходять на роботу хвилина у хвилину і не працюють за годинником.

Британці уникають неологізмів.

Японська

В Японії намагаються створити гармонію в усьому.

Японські менеджери не віддають накази, а лише натякають на те, що слід зробити. Загальна обов'язкова ввічливість створює клімат, у якому здається, що підлеглі тихо й мирно отримують поради. Це є засобом підтримання ієрархії: вказівка — засвоєння — підкорення.

Іншим засобом, крім шанувальних форм спілкування, є пасивні форми дієслова, безособові дієслова.

Японська мова не має непрямих форм.

Французька

Французька мова — жвава, раціональна, точна, виразна.

Французи говірки і це розцінюється ними як інтелектуальність.

Майстерне володіння мовою і логічність виразів, на їх думку, є майстерністю в управлінні.

У країнах Перської затоки гарний менеджер — добрий мусульманин, а тому управління є дидактичним.

Арабська мова риторична, а отже підвищення голосу є виявом пафосу, почуття, а не гніву, роздратованості.

Російська мова гнучка, хоча управлінський стиль характеризується використанням погроз, примушення, залежить від форм звертання на ім'я чи звання.

У шведській мові переважає стиль «ти»-звертання.

Іспанська мова особистісна й емоційна. Іспанці із задоволенням вживають форму tu, яка губиться у пафосній промові. В іспанській мові багато слів і виразів, орієнтованих на вираження дружніх почуттів. Їх мова тепла, чутлива, захоплива.

Мета будь-якої культури — досягнення успіху й виживання народу. Вирішальним чинником ділового співробітництва є вміння зрозуміти суть людської природи та побачити ті культурні навички, якими обумовлена поведінка. Взаємини з партнером будуть більш повноцінними, якщо

ми сприйматимемо деякі риси інших культур (базові переконання), які ми не в змозі змінити.

Запитання і завдання

1. Дайте своє визначення поняття «культура».

2. Назвіть типи культур. Стисло охарактеризуйте кожний з них.

3. За наведеними характерними рисами народів визначте їх належність до певної культури:

I. Інтроверт, терплячий, рівний, зайнятий своїми справами, любить самотність, систематично планує майбутнє, у певний час робить лише одну справу, пунктуальний, розбиває проект на етапи, працює в офісі, робить записи на пам'ять, у суперечці спирається на логіку, рідко перебиває.

II. Екстраверт, нетерплячий, говіркий, допитливий, планує лише в загальних рисах, робить одночасно кілька справ, непунктуальний, міняє плани, отримує усну інформацію, орієнтований на людей, емоційний, використовує зв'язки, записи робить рідко, нестримна жестикуляція та міміка, часто перебиває.

III. Інтроверт, терплячий, мовчазний, шанобливий, гарний слухач, реагує залежно від ситуації, пунктуальний, розглядає картину в цілому, гнучкий графік, орієнтований на людей, займається усіма питаннями, береже репутацію іншого, реагує на дії партнера, вміло узагальнює, планує повільно, не перебиває, надчесний.

4. Зорієнтуйтеся в ситуації, (1) визначивши належність партнера до певного типу культури, (2) обравши компромісний варіант поведінки.

Продюсер Бі-Бі-Сі часто буває в Європі, зустрічається з представниками корпорації. У Данії та Німеччині такі зустрічі не мали ускладнень, а от у Греції вони виникали. Грецький агент був популярний в Афінах і щодня зустрічався з такою кількістю людей, що постійно міняв свій графік. Продюсер пропускав призначену зустріч, або чекав по 3—4 години, поки той не з'являвся. Врешті-решт продюсер адаптувався (*За Р. Льюїсом*). Питання: як?

5. Назвіть джерела інформації, які можуть використовувати представники слухаючих культур (їх до 16 виявів) і при цьому враховуйте широке коло діяльності та інтересів іноземця.

6. Проаналізуйте уривки із виступів. Виділіть засоби мовної виразності, використані ораторами.

I. Шановні делегати! Одна з наймолодших політичних партій України — Демократичний союз нині утверджується як впливова політична сила. Можливо тому, що формувався не в кабінетах, а в практичній політиці під час виборів Президента України. На сьогодні в 24 областях України, Автономній Республіці Крим, містах Києві та Севастополі діє 27 обласних та прирівнених до них організацій, а також 684 районних, міських та районних у містах партійних організацій, які об'єднують 12,5 тис. членів партії. Це складає 92% осередків від їх загальної кількості, яка, за стратегією та планами партійного будівництва, має бути утворена (*В. Котигоренко, із виступу на партконференції // газ. «Самоврядування». — 2000 р.*).

II. Шановні колеги!

Усі ваші зауваження та пропозиції, які були висловлені під час районних конференцій, будуть узагальнені та передані до секретаріату ради партії для урахування у роботі.

Нові соціально-економічні перетворення чітко окреслюють майбутнє держави. На цьому фоні проходив складний процес формування нашої партії. Ми з гордістю можемо сказати, що партія причетна до важливих прогресивних перетворень суспільства.

Незважаючи на складну політичну ситуацію в столиці, зумовлену виборами мера, а також певною розбіжністю симпатій місцевої влади до різних кандидатів на посаду Президента, нам вдалося правильно побудувати стратегію і тактику роботи. Це зумовило наш загальний успіх у виборчих переговорах, дозволило пройти Київській міській організації через важкі випробування у складних умовах.

Успіх будь-якої важливої справи забезпечують кадри. Саме вирішенню кадрових питань ми приділяли і будемо приділяти особливу увагу.

Сильні, підготовлені кадри під час виборчих перегонів розкрилися ще повніше, а слабкі відсіялися самі на шляху становлення нашої партійної організації.

Для посилення кадрового потенціалу міської партійної організації потрібно насамперед: укріпити деякі райони, залучити до роботи на громадських засадах місцеву фінансову та політичну еліти... (М. Шевченко, із доповіді на партконференції // газ. «Самоврядування». — 2000 р.).

7. Pozнайomtecsz z urivkom iz vystupu З. Бжезинського 19.XII. 1996 року у Вашингтоні.

За своїм геополітичним значенням появу України на карті Європи можна порівняти з інтеграцією Німеччини в європейські структури в 90-х роках. Абсорбція Німеччини Європою зняла питання панівної держави на Заході. Поява України мала аналогічний ефект на Сході і таким чином видозмінила геополітичну будову всієї Європи. Ця подія матиме вирішальне значення для майбутнього трьох країн.

По-перше, існування України поліпшує безпеку Польщі, для якої стає менш гострою традиційна дилема одночасного існування загрози зі Сходу й Заходу. Існування України поліпшує також безпеку Румунії, яка нині почуватється значно спокійніше, ніж за часів перебування з Радянським Союзом та Російською імперією. Безпечніше стало Туреччині, яка може впевненіше вести діалог зі своїми сусідами, а Росія втратила надзвичайно важливий з геополітичного погляду доступ до Середземноморського регіону.

По-друге, існування України видозмінило політичну ситуацію на теренах колишнього Радянського Союзу. Уявіть собі СНД без незалежної України. Це була б ще одна імперія, тільки під новою назвою. Й би не був притаманний нинішній свіжий подих геополітичного плюралізму на теренах колишнього Радянського Союзу. Власне, підхід України до СНД став гарантом утвердження та зміцнення інших новітніх незалежних держав СНД (ж. «Політика і час»).

Проаналізуйте мову і стиль цього виступу. Зазначте, які засоби мовної виразності використані оратором. Визначте своє ставлення до ідей автора.

8. Pozнайomtecsz z urivkami iz statej, opublikovanih u zasobah masovoi informacii. Vизначте своє ставлення до ідей, висловлених авторами.

I. Останнім часом термін «політична культура» став одним з найбільш «модних» термінів, який досить часто використовують політологи, соціологи, психологи та публіцисти. Якщо декілька років тому ключовою категорією політичної науки була «правова держава», то зараз, на нашу думку, вона майже забута дослідниками, її місце посіла «політична культура». Але, як відомо, мода — аж ніяк не випадкове явище, в ній знаходять своє відображення та втілюються реальні потреби суспільства. Проте існує й інша причина, через яку політична культура саме зараз набуває такої ваги. Значні історичні перетворення кінця 80-х — початку 90-х років (перебудова, розпад СРСР, падіння Берлінського муру, розформування Варшавського договору, розширення взаємовідносин з НАТО в рамках програми «Партнерство заради миру» та ін., зміна геополітичних та соціокультурних орієнтирів пострадянського простору) вплинули на світогляд, знання, звички, ідеали колишніх громадян СРСР (*Е. Макаренко, О. Коваль, ж. «Нова політика»*).

II. Специфіка членства у МВФ (як і в МБРР) полягає в зацікавленості держав мати якнайвищу квоту. Вступ до МВФ нових держав, особливо великих, впливає на відносне становище інших держав і може призвести до певної перестановки в групі лідерів, змінити співвідношення між кількістю належних їм голосів і таким чином вплинути на їх майбутню діяльність в організації. Тому після отримання заявки на членство МВФ створює спеціальний комітет, який вивчає проблему і веде переговори як із країною-заявицею, так і з членами МВФ з метою врахування усіх факторів (*О. Єременко, ж. «Фінанси України»*).

9. Познайомтеся з текстом виступу. Сформулюйте мету оратора. Складіть план-схему виступу.

Минуло два роки з того часу, коли я відвідав Київ як Міністр оборони. І я радий, що повернувся сюди в ході своєї першої закордонної поїздки в Європу вже як міністр закордонних справ.

Як шотландець, народжений в Единбурзі і обраний членом парламенту від цього міста, я особливо радий бути тут, у Києві, місті-побратимі Единбурга. Київський Театр на

Подолі порадував публіку під час Единбурзького фестивалю цього року своєю виставою «Анекдоти Чехова»...

Ми з захопленням спостерігаємо, як держава такої ваги та значення, як Україна, знов займає своє місце серед інших держав.

Зв'язки України з Європою простягаються далеко в минуле. Ярослав Мудрий, один з найбільш визначних правителів Київської Русі, відомий історикам як «тесть Європи», позаяк кілька його дітей стали членами королівських родин. Володимир Мономах, який став великим князем Київської Русі в 1113 році, одружився на Гіті, дочці нашого короля Гарольда, що був убитий норманськими завойовниками Англії в битві при Гастінсі 1066 року.

Ну а тепер від минулого до сучасного. Хочу сказати, що сьогодні налагодження ще більш тісних зв'язків між Великобританією та Україною є важливим пріоритетом британської політики.

В чому цінність такого партнерства? Чому ми стільки значимо один для одного? Сьогодні у нас спільні прагнення. Європа переживає друге народження. Наше покоління є свідком та учасником цього процесу...

Україна, як і кожна інша держава, повинна виходити з того, що не існує безпеки без добрих відносин із сусідами. Я вітаю прихильність до регіонального співробітництва як члена Ради Чорноморського Економічного Співробітництва.

Я особливо вітаю поліпшення ваших взаємовідносин з Росією. Зрілі відносини між Росією та Україною мають фундаментальне значення для всіх європейців... (з виступу М. Рифкінда, Державного секретаря у закордонних справах Великобританії та в справах Співдружності 4 вересня 1995 р. у м. Києві).

10. Познайомтесь з текстом повідомлення. Виділіть в цьому тексті слова, що позначають ключові поняття інформації, покажіть їх взаємозв'язок і взаємозалежність.

17—18 травня в Києві перебував Статс-секретар Міністерства закордонних справ Німеччини П. Хартманн. Метою візиту було обговорення широкого кола питань двостороннього співробітництва в рамках підготовки україн-

сько-німецьких політичних консультацій на найвищому рівні за участю Президента України Л. Кучми та Федерального канцлера Німеччини Г. Коля. У ході візиту відбулася протокольна зустріч П. Хартманна з Міністром закордонних справ України Б. Тарасюком, пройшли переговори в МЗС України української делегації на чолі з заступником міністра К. Грищенком з німецькою делегацією. П. Хартманн був прийнятий Секретарем РНБОУ В. Горбуліним. Серед основних питань, які увійшли до порядку денного переговорів у МЗС України, були політика європейської та трансатлантичної інтеграції України, розбудова двосторонніх відносин у економічній, військово-технічній і гуманітарній галузях.

11. Прослухайте ораторський виступ в масовій аудиторії. Зверніть увагу, чи вдалося оратору встановити контакт зі слухачами. Як вони реагували на слова оратора? Розкажіть, якими прийомами встановлення контакту користувався оратор. Підготуйте письмовий відгук на цей виступ.

12. Познайомтеся з листом до сина Ф. Честерфілда, відомого англійського письменника, державного діяча і дипломата. Кого автор називає оратором? Що, на його думку, є головним в ораторському мистецтві? Чому він віддає перевагу — формі чи змісту? Які настанови дає письменник юнакові? Чи згодні ви з його розумінням ораторського мистецтва? Якщо ні, обґрунтуйте свою позицію.

Лондон, 9 грудня 1749 р.

Милий хлопчику!

Протягом останніх сорока років я, очевидно, не сказав і не написав жодного слова, спочатку не подумавши, добре воно чи погане і чи не можна його замінити більш вдалим. Неблагозвучна або кострубата фраза ріже мені вухо, і я, як і всі люди на світі, з добрим серцем поступився б якоюсь частиною смислу заради того, щоб слова мої краще звучали. Повинен прямо й відверто зізнатися тобі без усякого марнославства й удаваної скромності, що якби я став відомий як оратор, то я найбільше зобов'язаний був цим увазі, яку я приділяю своєму стилю, ніж самому змісту моїх промов, який через деякі обставини нічим не відрізняється від того, що говорять інші. Коли ти будеш виступати в парла-

менті, твоя репутація оратора найбільше буде залежати від твоїх слів і періодів, ніж від того, про що ти говориш. З одного й того самого питання кожній людині із здоровим глуздом приходять у голову приблизно одні й ті ж самі думки, та лише форма, в яку вони обернені, викликає увагу і захоплення слухачів.

Я з усіх сил прагну, щоб саме в парламенті ти зробився помітною фігурою; я хочу, щоб ти міг бути гордим собою і дав мені підстави бути гордим тобою. Інакше кажучи, ти повинен зробитися там добрим оратором. Я говорю «повинен», тому що знаю, що ти зможеш, якщо тільки захочеш. Натовп, якому властиво помилятися, дивиться на оратора і на комету з однаковим здивуванням і захопленням, вважаючи і те, й інше явище надприродним. Ця помилка часто відбиває в молодих людей бажання випробувати свої зусилля у цій галузі; добрі ж оратори ніскільки не заперечують, якщо талант їх вважають чимось неординарним і трохи не даром божим. Але давайте разом подумаємо, що ж таке насправді добрий оратор. Найпростіше його можна визначити саме так: розумна таєрезомисляча людина, що вміє правильно розмірковувати і витончено висловлювати власні думки з приводу того, про що йдеться. Звичайно, тут нема ніякого чародійства. Розумна людина, навіть якщо в неї нема надзвичайних дарувань, про що б вона не говорила, не буде говорити нісенітницю; якщо ж у неї є хоч трохи смаку і вона здатна зробити над собою зусилля, не буде говорити витончено. До чого ж у результаті зводиться усе це могутнє й таємниче мистецтво говорити в парламенті? До того, що людина, яка виступає в парламенті перед чотирмастами людей, висловлюючи свої думки з певного предмета, те саме, що вона без будь-яких зусиль висловила б перед чотирнадцятьма гостями будь-якого англійського дому, сидячи біля каміну або ж за столом; і ці ж чотирнадцять людей можуть виявитися найкращими суддями і строгішими критиками того, що він говорить, ніж будь-які чотирнадцять депутатів палати общин.

Мені часто доводиться говорити в парламенті, причому іноді, коли я закінчував промову, вибухало рукоплескання: тому я на підставі власного досвіду можу тебе запевнити, що це щось надзвичайне. Найбільше враження

на слухачів справляють витонченість стилю і побудова періоду. Дай їм почути в твоїй промові хоча б один-два струнких та округлених періоди, які вони могли запам'ятати і повторити, — і вони повернуться додому задоволені, як люди повертаються з опери, наспівуючи дорогою який-небудь могив, що їх особливо вразив і легко запам'ятався. Більшість людей має слух, але мало хто може розмірковувати; зумій захопити їх слух — і ти спіймаєш у свої сіті їх розум, який би він у них не був.

Ціцерон, розуміючи, що досяг вищого ступеня в своїй професії (а в його часи красномовство було професією), для того, щоб виділити себе з-поміж усіх, у своєму трактаті «De oratore» стверджує, що оратор — це людина, якої в дійсності ніколи не було й не буде. Відштовхуючись від цієї неправдивої уяви, він заявляє, що оратор обов'язково повинен знати всі мистецтва і всі науки — інакше як же він зможе про них говорити. Але при всій повазі до такого авторитета, повинен, однак, сказати, що в моїй уяві оратор — це щось абсолютно інше, і я впевнений, що в цьому смислі я ближчий до істини, ніж він. Оратором я називаю людину, яка вміє тверезо розмірковувати і витончено висловлювати думку, про який би предмет не говорилось. Наскільки я знаю, ні геометричні задачі, ні алгебраїчні рівняння, ні хімічні процеси, ні анатомічні дослідні ніколи не були предметами красномовства, тому я скромно стверджую, що людина може бути добрим оратором, не маючи ні найменшої уяви про геометрію, алгебру, хімію або анатомію [...].

13. Вивчіть схему «Композиційна побудова виступу». Яке завдання кожної композиційної частини виступу? Які прийоми залучення уваги, з вашого погляду, найбільш дієві? Як ви розумієте вимогу максимальної лаконічності?

Композиційна побудова виступу

Частини виступу	Прийоми залучення уваги
I. Вступ Завдання: — Викликати інтерес до теми майбутньої розмови — Встановити контакт	— Звертання — Виклад мети виступу, огляд головних розділів теми — Прийом співпереживання — Виклад парадоксальної ситуації

<ul style="list-style-type: none"> — Підготувати слухачів до сприйняття виступу — Обґрунтувати постановку питання Основна вимога — максимальна лаконічність II. Головна частина Завдання: <ul style="list-style-type: none"> — Послідовно пояснити висунуті положення — Довести їх правильність — Підвести слухачів до потрібних висновків III. Висновки Завдання: <ul style="list-style-type: none"> — Підсумувати сказане — Підняти інтерес до предмета виступу — Підкреслити значення сказаного — Поставити завдання — Закликати до безпосередніх дій 	<ul style="list-style-type: none"> — Апеляція до інтересів аудиторії — Прийом співучасті — Апеляція до подій — Апеляція до географічних або погодних умов — Апеляція до виступу попереднього оратора — Апеляція до авторитетів або відомих джерел — Апеляція до особи оратора — Гумористичні зауваження — Питання до аудиторії
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

14. Познайомтесь з характеристиками різних видів ораторської промови залежно від загальної мети, визначеними П. Сопером у книзі «Основи мистецтва промови». У чому специфіка кожного виду промови?

«Загальна мета може полягати в тому, щоб розважити, інформувати, надихнути, переконати, закликати до дії. До певної міри ці цілі можуть сполучатися. Наприклад, промова розважального порядку іншим разом не обійдеться без інформації і навіть без елементів впливу. Промова, що схиляє до дії, не буде мати успіху, якщо вона не цікава, не переконує, не захоплює.

1. Розважальна промова

Така промова не має іншої мети, окрім розваги. Вона покликана потішити слухача. Можна було б сказати, що її мета — просто підтримати увагу й інтерес слухача, але

тут мається на увазі зацікавленість — інтерес як самоціль. Її найчастіше почуєш на банкеті або в інших обставинах, де люди зустрічаються, щоб у приємній обстановці провести час.

2. Інформаційна промова

Завдання інформаційної промови не лише викликати допитливість (зацікавити), але й дати нову уяву про предмет. Вона може бути розповіддю, описом, поясненням. Розповідь — це рух; опис розділяє предмет, показує його частини; пояснення показує, який предмет в дії, як він влаштований.

Інформаційна промова повинна відповідати наступним вимогам:

- а) у ній не повинно бути нічого суперечливого;
- б) вона повинна викликати цікавість;
- в) вона повинна задовольняти запити слухачів;
- г) повідомлення повинно бути актуальним.

3. Захоплива промова

Агітаційні промови загалом можна розбити на три групи: промови з метою захоплення, промови з метою переконання та з метою викликати активну реакцію. Більшість промов з метою переконати викликають дієві пориви, як і промови, що схиляють до дії. Важко буває сказати, де закінчується пізнання і починається переконання і потреба в дії.

Тим не менше більшість промов найкраще визначити як промови з метою з'ясувати питання, підкреслити його значення і захопити слухача. Більшість промов на політичних і спортивних зібраннях і виступах з привітанням, з оцінкою заслуг, з приводу певних подій, а також бесіди з питань моральних та суспільних цінностей, проповіді, по суті, є захопливими промовами.

4. Переконлива промова

Переконати — значить логічними доказами довести або заперечити якесь положення. Це часто логічне завдання. Така промова визначає спосіб мислення й поведінки, але не закликає до дії.

5. Заклична до дії

Слухача закликали до дії: до нової, до продовження або покращення попередньої. Відповідно, його перекона-

ли. Заклик до дії буває *прямим* або *непрямим*; дія може відбутися коли-небудь або негайно. Маються на увазі дії самих слухачів.

15. Підготуйте інформаційну промову (5 хв.). Обґрунтуйте актуальність обраної теми. Використовуйте у вступі прийоми залучення уваги аудиторії. Продумайте заключні фрази промови. Складіть і повідомте аудиторії план промови. Врахуйте, що ваша аудиторія — слухачі групи.

Матеріали до завдання

I. Орієнтовні теми для інформаційної промови.

- Події в нашій країні.
- Події за кордоном.
- Новини науки й техніки.
- Новини культурного життя міста.
- Спортивні новини.
- Новинки літератури з фаху.
- Комп'ютерні системи.

II. Схема оцінки інформаційної промови.

1. Тема і мета.

Цікава? Доречна? Актуальна?

2. Виступ.

Чи цікавий?

Чи використані прийоми залучення уваги?

Чи не занадто довго?

3. Головна частина.

Чи продуманий план?

Чи весь матеріал стосується справи?

Чи досить прикладів?

Чи коректний зміст?

Чи досягнута мета?

4. Висновки.

Зрозуміло? Чи є узагальнення сказаного?

5. Вимова.

Чи впевнений промовець у собі?

Чи правильна його поза? Жести?

Чи вдалий темп мови? Монотонно?

Чи є контакт з аудиторією?

Чи є мовні помилки?

6. Поради промовцеві.

III. Пам'ятка.

«Інформаційна промова з першого до останнього слова — продукт обдуманого плану. Інакше вона не буде ні цікавою, ні зрозумілою. Досягти того або іншого можна, якщо вона побудована із врахуванням інтересів слухача, на доцільному сполученні елементів нового й старого, конкретна в деталях і в цілому, якщо вона підтримує відчуття поступального руху, використовує моменти конфліктно-драматичного порядку, створює в аудиторії ефект наростання, очікування, що закінчується розв'язкою.

Виступ слід організувати й опрацювати так, щоб він викликав увагу, піднімав інтерес, пояснював наміри оратора. Головна частина промови повинна розвиватися за певним планом і з урахуванням тематичного завдання, складу аудиторії й обстановки.

У прикінцевій частині ще раз пояснюється поставлена мета, піднімається на вищий щабель інтерес слухачів, підкреслюється мета виступу» (П. Сопер).

16. Підготуйте агітаційну промову (переконливу або таку, що закликає до дії) на 5 хвилин. Оберіть тему виступу. Уточніть її формулювання. Визначте характер аудиторії, для якої вона призначена. Продумайте систему логічних та психологічних доказів.

Матеріали до завдання

I. План агітаційної промови:

1. Викликати увагу, інтерес.
2. Охарактеризувати предмет виступу, викласти основну тезу.
3. Навести аргументи для доказів тези.
4. Зробити висновок. Сформулювати заклик.

II. Орієнтовні теми для агітаційної промови:

- Прочитайте книжку, статтю.
- Перегляньте кінофільм, спектакль.
- Передплатіть газету, журнал.
- Підіть на концерт.
- Займайтеся спортом.
- Відвідайте виставку.

III. *Схема оцінки агітаційної промови:*

1. Тема і мета.

Чи підходять вони до аудиторії?

2. Вступ.

Цікаво?

Чи викликає бажану реакцію?

3. Головна частина.

Чи цікавий матеріал?

Чи правильні докази?

Чи достатньо аргументів?

Чи доцільні приклади?

4. Висновки.

Зрозуміло?

Чи переконливий заклик до дії?

5. Вимова.

Чи виголошена промова з переконанням?

Чи правильна поза?

Чи доречні жести?

Чи вдалий темп мовлення?

Чи є мовні помилки?

6. Поради промовцеві.

IV. *Пам'ятка.*

«Агітаційна промова висуває більші вимоги щодо реакції слухачів більшого, ніж інші види виступу. Якщо вона не веде до мети — це найгірша поразка оратора. Слухачі повинні відразу ж відгукнутися на заклик. Їх треба змусити проїнятися довірою до вас і до того, що ви говорите, довірою щирою і добровільною. Слухачі повинні зрозуміти вас, що ви від них хочете.

Щоб ви не обрали у вступній частині, якими б переконливими не були план і ваші методи, які б не були ваші заключні заклики, — усе слід розвивати відповідно до певної реакції аудиторії» (*П. Сопер*).

17. Підготуйте вітальну промову (4—3 хв.). Оберіть подію, якій буде присвячений ваш виступ (ювілей, зустріч делегації, вручення нагороди, відкриття пам'ятника, меморіальної дошки, початок роботи конференції, пам'ятна дата тощо). Визначте аудиторію, для якої призначена ваша промова. Оскільки головна мета вітальної промови — створити

піднесений, святковий настрій, захопити слухачів, зверніть увагу на емоційний стан вашого виступу, використовуйте в ньому засоби мовної виразності.

Матеріали до завдання

I. Структура вітальної промови:

1. Звертання. Слова вітання.
2. Коротка характеристика події.
3. Успіхи, досягнення, перспективи.
4. Побажання.

II. Схема оцінки вітальної промови:

1. Тема і мета
Чи відповідає події?
Чи підходить до аудиторії?
2. Вступ.
Оригінально?
Чи створює певний емоційний настрій?
3. Головна частина.
Чи конкретний зміст?
Чи виразні приклади?
Чи виразні мовні засоби?
Чи досягнута мета?
4. Висновки.
Яскраво?
Чи захопило слухачів?
5. Виклад.
Чи виголошена промова з піднесенням?
Чи правильна поза?
Чи доречні жести, міміка?
Чи вдалий темп мовлення?
Чи є мовні помилки?
6. Поради промовцеві.

III. Пам'ятка.

«Не намагайтеся сісти й приготувати виступ за тридцять хвилин. Не можна «спекти» промову на замовлення, як пиріг. Промова повинна визріти. Оберіть тему на початку тижня, обдумайте її у вільний час, виношуйте її, не забувайте про неї ні вдень, ні вночі. Обговорюйте її з друзями. Робіть це предметом бесід. Задавайте самому собі різноманітні питання на цю тему. Записуйте на шматках

паперу всі думки й приклади, які приходять вам у голову, і продовжуйте шукати. Ідеї, думки, приклади будуть приходити до вас у різний час — коли ви приймаєте ванну, їдете в центр міста, коли ви чекаєте, щоб вам подали обід. Такий був метод Лінкольна. Цим методом користувалися майже всі оратори, що мали успіх» (Д. Карнегі).

18. Перегляньте фахові журнали. Підготуйте 2–3 матеріали для аналізу. Зробіть письмовий аналіз виступу, визначивши його тип, мовні засоби виразності, характер впливовості на слухача.

Теми рефератів і повідомлень

- «Відомі оратори Древньої Греції та Древнього Риму».
- «Розвиток риторичних традицій в Україні».
- «Видатні оратори ХІХ—ХХ ст.»
- «Промова, яка мені запам'яталася».
- «Оратор, який справив на мене сильне враження».
- «Яких ораторів я люблю слухати».
- «Які оратори мені не подобаються».

Тема VI

КУЛЬТУРА МОВИ В ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ. МОВНИЙ ЕТИКЕТ

План

- 6.1. Поняття культури мови.
- 6.2. Форми національної мови.
- 6.3. Мовний етикет та його різновиди.

6.1. Під *культурою мови* розуміють сукупність таких якостей, які мають найкращий вплив на адресата із врахуванням конкретних обставин і відповідно до поставленої мети: багатство (різноманітність) мови, її *чистота, виразність, ясність і зрозумілість, точність і правильність*.

Поняття «культура мови» тісно пов'язане із закономірностями та особливостями розвитку та функціонування мови, а також і мовною діяльністю в усьому її різноманітті.

Отже, яким повинен бути словниковий запас однієї людини? Одні дослідники вважають, що активний словник сучасної людини не перевищує 7—9 тис. слів, інші — 11—13 тис. слів. У той самий час підраховано, що у майстрів художнього слова такий запас слів, як-от: Пушкін — 21 тис.; Шевченко — майже 10 тис.; Сервантес — близько 17 тис.; Гоголь — майже 10 тис. та ін.

Лексичний склад тої чи іншої мови відображають словники. Так, Словник української мови в 11-ти томах зафіксував 137 тис. слів (видання 1980 р.).

До того ж, багатство мови визначається і смисловим насиченням слова, що створюється явищами *багатозначності, омонімії, синонімії* та ін.

Додають мові емоційності різні *суфікси, фразеологізми, прислів'я та приказки*.

Бідною та невиразною роблять мову *штампи, канцеляризми*, наприклад, *поставити питання, спрямувати увагу на*

виконання завдань і под. Доречні такі вирази в офіційно-діловому спілкуванні, де в певних ситуаціях канцеляризми є необхідністю: *пошта* — районний вузол зв'язку, *швець* — реставратор взуття. Діловий стиль спілкування впливає й на появу слів-супутників, так критика обов'язково *різка*, *підтримка* — *гаряча*, *завдання* — *конкретні* і под.

Треба звернути увагу на *гучність* і *швидкість* своєї мови. Діловій розмові шкодить поспішлива мова. Неприємною є й манера говорити повільно, розтягуючи слова. Говорити слід, щоб слухачу не прийшлося просити повторити сказане.

Чистота мови — це відсутність зайвих слів, слів-паразитів на зразок: *так би мовити*, *значить*, *бачите*, *власне кажучи* і под.

Точність як ознака культури мови визначається вмінням чітко і ясно мислити, знанням предмета мови і законів літературної мови. Точність мови найчастіше пов'язується з точністю слововживання, правильним використанням багатозначних слів, синонімів, антонімів, омонімів.

6.2. Основою культури мови є літературна мова — вища форма національної мови. Це мова культури, літератури, освіти, засобів масової інформації, офіційно-ділового та неофіційного спілкування носіїв мови.

Будь-яка літературна мова має дві *форми* вияву — усну та писемну. Усна мова — мова, що звучить, створюється в процесі говоріння. Для неї характерна словесна імпровізація. Писемна мова — мова, що закріплюється графічно. Вона може бути заздалегідь обдумана, виправлена. Для неї характерні суворе дотримання норм, наближення до книжної лексики, використання складних речень.

Писемні різновиди мови не можуть нормально функціонувати без підґрунтя, без постійного підживлення з рухливого усного мовлення, в якому, власне, і відбувається реальне життя мови, постійний її, хоч і непомітний у щоденному спілкуванні, рух.

Усна мова має багато різновидів. Це і обласний діалект, і розмовна мова міста, так зване міське койне, і різного роду жаргони — соціальні, вікові, зокрема так зва-

ний молодіжний жаргон, сленг тощо. Усі ці різновиди єдиної національної мови перебувають у постійному русі і взаємодії. Тому звуження сфери побутування мови не може не позначитися негативно на її розвитку.

У мові важливо дотримуватися *норм: граматичних* — правил використання форм різних частин мови та побудови синтаксичних конструкцій; *лексичних*, тобто правил точного слововживання; *орфоепічних* (літературної вимови), *акцентологічних* (наголошування). Ділова людина повинна володіти *технікою безпосереднього контакту* як на індивідуальному, так і на масовому рівні, вміти користуватися словом.

Поняття «культура мови» включає й знання законів красномовства — риторики.

Отже, є три чинники, що суттєво впливають на комунікацію: 1) врахування складу аудиторії (її культурно-освітніх, національних, вікових та професійних особливостей; 2) врахування змісту й характеру самого виступу; 3) об'єктивна самооцінка доповідачем особистих ділових якостей, компетенції в тих чи інших питаннях, з якими він виступає перед аудиторією. Відповідно можуть створюватися такі види комунікації: «менторська», «одухотворююча», «конфронтаційна», «інформаційна».

Регламентованість ділового спілкування вимагає більш суворого ставлення до використання його учасниками мовних засобів. У діловому спілкуванні не дозволяється вживати лайливі слова та нецензурні вирази, просторіччя, небажаним є вживання жаргонізмів, діалектизмів, професіоналізмів, не слід зловживати термінами та іншомовними словами.

Неприємне враження справляють помилки, пов'язані з порушенням норм сучасної літературної мови, неточністю слововживання, багатослів'я.

6.3. Під мовним етикетом розуміють розроблені суспільством правила поведінки, систему стійких мовних формул спілкування.

Наше життя неможливе без знання мовного етикету. Людина послуговується ним щодня. Ми кілька разів уп-

родовж дня можемо звертатися один до одного, вітатися, прощатися, комусь дякувати, давати пораду, прохати про щось у когось, перед кимось доводиться вибачатися, когось комусь рекомендувати... І при цьому ми послуговуємось усталеними виразами чи окремими словами, які для носіїв мови не потребують зусиль свідомості. Це і є наш мовний етикет у дії.

Слово «етикет», як відомо, прийшло до нас із французької мови через посередництво російської та польської — *etiquette* — ярлик, етикетка з написом, а у XVIII ст. — церемоніал.

Є мовний етикет *національно-культурний* та *протоколь-но-дипломатичний*. Якщо перший тип є обличчям нації, то другий є виявом правил міжнародного офіційного та напівофіційного спілкування.

Самобутність кожного народу поряд з традиціями, ціннісними орієнтаціями, культурою виявляється передусім у мовних стереотипах поведінки.

Кожен мовець, як відомо, не створює щоразу нову формулу, а може скористатись однією із можливих для взаєморозуміння. Важливо добре засвоїти чинники, що впливають на вибір словесної форми в конкретній комунікативній ситуації: *фактор адресата* (його вік, стать і т. ін.), *комунікативні умови* (місце, час, тривалість спілкування), *характер взаємин між співрозмовниками* тощо. Важить тут і знання особливостей усього спектра супровідних засобів (жестів, міміки).

У чому ж національно-мовна специфіка етикету українців? Він втілений у системі мовних знаків, символів, словесних форм, жестів, міміки, увібрав найдавніші звичаї і традиції. Скажімо, на мовному рівні етнопсихологічні ознаки українців, зокрема доброзичливість, шанобливе ставлення до співбесідників і почуття власної гідності, виявляються в тому, що в центрі багатьох висловів українського етикету є слова з коренем *добр-*, *здоров-*, *ласк-*; «молекулами доброти й ніжності» називають своєрідні пестливі форми звертань; характерну пошанну множину (мама просили), кличну форму (сестро).

Правила мовного етикету реалізуються в основному в одиницях лексичного («Добридень!», «Вибачте», «Дякую»,

«Прощайте», «Добраніч» тощо), *фразеологічного* («Ні пуху ні пера») і частково *морфологічного* рівнів (вживання займенникових та дієслівних форм пошанної множини, наприклад: *Ви чарівні; бабуся зраділи; тато казали*).

Схематично код мовленнєвої ситуації можна зобразити так: «хто — кому — чому — про що — де — коли».

Отже, які мовні формули з в е р т а н н я існують в офіційному та неофіційному спілкуванні?

Протягом століть і навіть протягом лише ХХ ст. реєстр слів-звертань офіційного вжитку мінявся. На сьогодні повернуто в ділове спілкування звертання *пане, добродію*, поруч із поширеними *товаришу, товаришко, товариші*, і всі три звертання є придатними для ділової комунікації. Усе залежить від ситуації та індивідуальних уподобань.

Більш офіційна ж величальна функція закріпилася за звертанням *пане, пані, панове*. У грецькій міфології Пан — «покровитель усієї природи», «народна етимологія пов'язує ім'я Пан з грецьким займенником *pan* — усе, *pantes* — усі». У свідомості наступних поколінь слово пан закріпилося із значенням гнобителя, а отже й слово мало негативну конотацію. Нейтральне значення перейшло з польської мови, таким воно було й у звертаннях козаків, в епістолярії на початку ХХ ст. Отже, потрібен час для того, щоб це слово позбавилося соціальної маркованості, стало «паперовим».

Звертання *добродію (добродійко, добродії)* вважається старою почесною назвою осіб, що роблять добро для народу. Вживається це звертання і в поєднанні з засобами титулування (*пане добродію, пані добродійко*) і з означальними прикметниками (*вельмишановний добродію, вельмишановна добродійко* тощо).

Слід бути уважним, вибираючи звертання в промовах, на різноманітних зібраннях. Наприклад, залежно від виду зібрання, складу аудиторії можуть бути звертання: «Глибокоповажні пані й панове, дорогі гості!», «Високошановний голову! Шановні колеги! Пані й панове!», «Преосвященні владика, чесні отці, дорогі брати і сестри!», «Блаженніший митрополите», «Високоповажний пане Надзвичайний і Повноважний Посол!» тощо.

Природно, що в неофіційній обстановці ми можемо поспілкуватися значно більшим реєстром звертань на ім'я, на

ім'я по батькові, скористатися словами *друже, подруго, брате, сестро, голубчику, серденько* тощо.

При звертанні важливо й витримувати *ти — ви* дистанцію. Первісно звертання на *ти* було виявом найбільшої прихильності. Підкреслюючи гречність, у писемному тексті займенник *Ти* писали з великої літери.

Традиція звертання на *Ви* була запозичена українською мовою з кінця XIV ст. Шанобливе *Ви* мають і зараз не всі народи. Зокрема, шведи й поляки вважають його не зовсім ввічливим. Англіїці хоч і користуються у розмовній мові *ви*, однак *ти* — тільки в поетичній мові й у звертанні до Бога. На *Ви* звертаються до малознайомого (чи незнайомого) співбесідника, до старшого за віком, посадою.

Важливим елементом комунікації є *п р и в і т а н н я* — слова або жести, звернені до когось-небудь під час зустрічі на знак прихильного ставлення, доброзичливості.

Вибір вітального виразу залежить від часу його вживання. Вранці обов'язково: «Добрий ранок!» або «Доброго ранку!», «З добрим ранком вас!», «Доброго ранку, колего!» Удень — це «Добрий день» або «Доброго дня!», «Добрідень!» Увечері знадобиться: «Добрий вечір!», «Вечір добрий!», «Добривечір!».

В українців поширеними є вітання «Добрий день!», «Добрий день вам!», а також «Здрастуйте!».

У розмовній мові доречними будуть: «Здоров!», «Здоров був!», «Доброго здоров'я!», «Мос шанування!», «Вітаю вас!», «Радий вітати Вас!», «Привіт», «З неділею вас» тощо.

Швидкоплинна зустріч закінчується *п р о щ а н н я м*, і ми, залежно від часу, добираємо відповідні вирази.

Найбільш нейтральним є: «До побачення!» або уточнювальний варіант: «До скорого побачення!», «До швидкого побачення!», «До приємного побачення!», «До побачення завтра!»

Прощальним висловом «До зустрічі!», що може також конкретизуватися часом і місцем майбутньої зустрічі: «До завтра!»

Іноді людям доводиться вийти кудись ненадовго (на роботі, скажімо). У таких випадках кажуть: «Я з Вами не прощаюсь!», «Я не надовго!», «Ми ще побачимось!», «Я ще побачусь сьогодні з Вами!»

Прощаючись перед сном, традиційно кажуть: «Доброї ночі!», «Добраніч!», «На добраніч!», «Приємного сну!», «Гарних снів!»

Вживаються в сучасній українській мові й своєрідні прощання-побажання: «*Всього доброго!*», «*Всього Вам доброго!*», «*Всього найкращого!*», «*На все добре!*», «*Будьте (бувайте) здорові!*»

Прощаючись, за звичаєм, подають руку, а близьких людей, рідних — цілують.

Своє шанування, доброзичливість, гречність людина може виявити й у формулах проханя, якими є: *будь ласка, будьте ласкаві, будьте люб'язні, прошу Вас, чи не могли б Ви, чи можу я попрохати Вас, маю до Вас прохання, чи можу звернутися до Вас із проханням, дозвольте Вас попросити, якщо Ваша ласка, ласкаво просимо, якщо Вам не важко, не відмовте у проханні; можливо, Ви мені допоможете*, — які доречними будуть як в офіційному, так і в побутовому спілкуванні.

У скарбниці мовного етикету українців чимало формул для того, щоб попросити вибачення за кривду, образу, недобрий вчинок, скоєний мимохідь. Щоправда, такі вислови вживаються в напівофіційному та неофіційному спілкуванні. Найчастіше в тій чи іншій ситуації, коли мовець хоче викликати поблажливість, слугують слова: *вибач[те], вибачай[те], пробач[те], даруйте, прошу вибачення, я дуже жалкую, мені дуже шкода, прийміть мої вибачення, винуватий (-а), приношу свої вибачення, перепрошую, не гнівайтесь на мене; я не можу не вибачитись перед Вами; якщо можеш, вибач мені, не сердься на мене; вибач[те], будь ласка, дозвольте просити вибачення, я не можу не просити у Вас пробачення*.

Якщо прикра ситуація виникла на рівні дипломатичного спілкування, то, як ви вже знаєте, конфлікт залагоджується у формі листа — ноти.

У житті кожної людини нерідко виникають ситуації, за яких є потреба познайомитися.

Процедура знайомства мінялася з плином часу, за винятком хіба що ділового спілкування. Однак деякі правила, незалежно від ситуації, залишилися незмінними дотепер. За етикетною нормою:

- молодшого завжди відрекомендують старшому;
- чоловіка завжди представляють жінці, навіть якщо

вона не досягла повноліття (ролі змінюються тільки тоді, коли чоловік — Президент);

— підлеглого завжди відрекомендовують керівникові.

Ритуал знайомства слід здійснювати спокійно, стримано, дивитися у вічі людині, посміхнутися.

Здебільшого знайомство відбувається за допомогою третьої особи — посередника. Таке знайомство називається *рекомендування*.

Кілька правил при рекомендуванні:

1) старшій (вищій) посадовій особі представляють особу, яка обіймає першу (нижчу) посаду («Пане міністре, дозвольте вам представити пана Степаненка, радника нашого посольства»);

2) чоловіка представляють жінці («Пані Мацько, дозвольте вам представити пана Сергієнка»);

3) колегу представляють клієнту, відвідувачу («Пане Крижанівський, я радий нагоді представити вам пана Лисенкова; пан Лисенков — заступник директора. Пан Крижанівський цікавиться нашими новими розробками»);

4) представляючи людей один одному, при можливості слід додавати невелику та коректну інформацію про кожного («Пані Сидоренко, дозвольте вам представити пана Кудима, доцента нашого інституту. Пан Кудима щойно повернувся з конференції в Ужгороді, де виступив з концепцією розвитку вільних економічних зон. Пані Сидоренко — провідний спеціаліст у сфері міжнародних економічних відносин»).

Слід уникати при рекомендуванні фраз типу: «Я багато чув про вас».

Якщо ви забули або не змогли зрозуміти ім'я людини, яку вам представляють, не соромтесь попросити людину ще раз назвати своє ім'я. Якщо хтось неправильно вимовляє ваше ім'я, ввічливо виправте людину.

Рекомендуючи когось із запрошених на зустріч, вечір, кажуть: *«Сьогодні у нас у гостях... Гадаю він (вона) не потребує рекомендацій, бо вам усім відоме ...»*

На офіційних багатолюдних заходах новоприбулу особу не відрекомендовують кожному з присутніх окремо. Її слід відрекомендувати 1—2 або вона може розмовляти з

тими, що стоять поруч, без попереднього формального знайомства.

Якщо прийом досить невеликий, господиня зустрічає гостей, стоячи поряд з почесним гостем (винуватцем урочистостей). Коли приходить черговий гість, господиня каже: «*Пані (або місіс) Фейос, це моя сусідка, пані (місіс) Джонсон*»; «*Пане (містере) Проміненте, Сміте — пані (місіс) Стоукс*». Якщо почесний гість подає новоприбулому руку, то той каже: «*Вітаю Вас*» («*Радий з Вами познайомитися*»), — і проходить далі.

Талант кожного мовця полягає в умінні вибрати із традиційного мовного етикету доречну формулу залежно від ситуації, в якій перебуває людина, врахувавши специфіку адресата, умови спілкування, регіональні особливості, стиль.

Для етикету не менш важливим є також характер міміки та жестів, що мають національну специфіку.

Етикетні ситуації супроводжуються використанням етикетної атрибутики.

Важливо дотримуватися також дистанції, придатної для конкретної ситуації спілкування.

Запитання і завдання

1. Розкрийте зміст поняття «культура мови».
2. У чому полягає багатство мови? Який індивідуальний словниковий запас людини?
3. Що таке чистота мови?
4. Які засоби роблять мову виразною?
5. Що розуміють під ясністю, зрозумілістю мови?
6. Що таке точність мови?
7. Чим усна мова відрізняється від писемної?
8. Перерахуйте характерні норми літературної мови.
9. Визначте найважливіші ознаки високої культури мовлення.
10. Що таке мовний етикет?

Орфоепічні норми

11. Прочитайте подані слова, дотримуючись правил вимови голосного [o].

Село, гончар, молоко, голуб, голубка, доля, зозуля, небо, кожух, вогонь, школа, степовий, орел, долоня, дорога, мотузка, оборона, полумисок, могутній, корова, вода, обговорити, обвал.

12. Запишіть слова, визначте наголос. Порівняйте вимову голосних звуків у ненаголошеній і наголошеній позиціях. Вимова яких звуків залежить від наголосу?

Кишеня, математика, розумний, розум, сметана, сила, зоря, берізка, вентилятор, пшеничний, химерний, Женева, інтелігент, період, авторитет, баскетбол.

13. Правильно вимовте слова. Поясніть, від чого залежить вимова буквосполучень *дж* і *дз*. Розбийте подані слова для переносу.

Джаз, дзеркало, джем, бджоли, заходжу, піджартовувати, відзначити, дзвіночок, приїжджий, джерельний, передзимній, кукурудза.

14. Замість крапок поставте потрібну літеру, правильно прочитайте слова. Порівняйте вимову слів в українській та російській мовах.

...едзь, ...ава, ..олос, ..олова, ...уля, ...речний, доро...а, ...анок, ..атунок, ...острий, ...лина, а..рус, ...валт, ...еографія, ...ете, ...ренландія.

15. Пригадайте, якими літерами позначаються шиплячі звуки. Прочитайте слова і поясніть вимову шиплячих в українській мові.

Червень, шелестіти, жонатий, звечоріло, дівчина, ліщина, лінієчка, шедрівочка.

16. Вставте пропущені букви. Прочитайте, поясніть вимову і правопис поданих слів.

Бе..соння, бе..журний, ..цілення, ..шити, ..турбований, ..клювати, ...чепити, ..фабрикований, ..хотіти, ду..ка, навсті..

17. Вставте (де потрібно) пропущені букви. Правильно вимовте слова.

Стріне..ся, по дорі..ці, на рі..ці, запоро..ці, студен..во, бе..смертний, тури..кий, гіган..ський, аген..ство, не порі..ся.

18. Користуючись орфоепічним словником, визначте наголос, правильно прочитайте подані слова.

І. Видання, гуртожиток, демократія, діалог, договір, завжди, запитання, квартал, кілометр, одинадцять, чотирнадцять, сімдесят, вісімдесят, ознака.

II. Предмет, урочисто, черговий, у завданні, везти, нести, загадка, середина, столяр, читання, приятель, новий, старий.

Орфографія

19. Запишіть слова, на місце крапок поставте (де потрібно) пропущені букви. Поясніть правопис слів. Чи можете до цих слів добрати синоніми?

Кентук..і, ас..оціація, ім..ігрант, сюр..еалізм, ан..отація, депрес..ія, то..на, кас..ир, віл..а, не..то, Марок..о, Одис..ей, телеграм..а, Брюс..ель, сум..а, шас..і, ім..унітет, мас..аж, Мек..а, дискус..ія, хоб..і, мас..ивний.

20. Перекладіть і запишіть слова українською мовою, поясніть правопис И та І.

Директор, аспирин, вітаміни, сигнал, титульний, кровавий, дрожать, Мадрид, Чили, Ватикан, Аглантида, Чикаго, диск, Сирія, Бразилія, Тибет, Корсика, шифер.

21. Замініть (де потрібно) малу букву на велику. Що позначають подані словосполучення?

Київська (Р,р)усь; (Н,н)обелівська (П,п)ремія; (С,с)оціал-демократична (П,п)артія України; (Д,д)онецький кінотеатр; (К,к)онституційний (С,с)уд України; (У,у)ряд України; (К,к)абінет (М,м)іністрів України; (Д,д)ержавний (А,а)рхів Київської області; (В,в)исокі (Д,д)оговірні (С,с)торони; (З,з)бройні (С,с)или ООН; (К,к)олегія (М,м)іністерства; (Д,д)ругий (М,м)іжнародний (К,к)онкурс балету ім. Сержа Лифаря; (М,м)іністерство юстиції України; (П,п)артія (П,п)раці України; (У,у)країнська (Ф,ф)ондова біржа; (О,о)рганізація (А,а)мериканських держав; (Ц,ц)ентрально-європейська ініціатива; (Ч,ч)орноморське (Е,е)кономічне співробітництво; (Р,р)ада Безпеки ООН; (Р,р)адник другого класу; (Н,н)адзвичайний і (П,п)овноважний (П,п)осланник другого класу; (Н,н)адзвичайний і (П,п)овноважний (П,п)осол.

22. Утворіть чоловічі та жіночі імена по батькові від поданих імен. Поставте їх у кличному відмінку. Усно утворіть моделі офіційних звертань з цими іменами.

Андрій, Василь, Віктор, Гліб, Григорій, Євген, Ігор, Ілля, Кость, Леонід, Микола, Олег, Юрій, Ярослав.

Лексичні норми

23. Визначте слово за його лексичним значенням.

Загальновизнане значення, вплив; попередня згода уряду приймаючої держави на призначення певної особи як глави дипломатичного представництва акредитуючої держави; повірений у судових справах, захисник у суді; штучне підвищення ціни будь-якого товару або курсу паперових грошей; виборний член представницького державного органу; список осіб, що обкладаються податком; переселення, переміщення; той, що неухильно дотримується певних переконань, напрямків, учень.

Ключ до вправи. Депутат, валоризація, кадастр, міграція, авторитет, агремак, ортодокс, адвокат.

24. Пригадайте і запишіть українські відповідники до іншомовних слів і навпаки.

Директива, експорт, дискусійний, імітація, фіктивний, процент, диференціювати, дефект; міжнародний, обмежувати, наголос, заборона.

25. До прикметників іноземний, іншомовний, зарубіжний, закордонний, імпорتنний підберіть іменники, що підходять по смислу.

Слова: делегація, молодь, газета, фільм, література, мова, гумор, взуття, паспорт, обладнання, країни, війська, бази, товари, гості, студенти, артисти.

26. Замініть виділені курсивом слова близькими по смислу.

Головне завдання, видатний діяч, величезні успіхи.

Слова: важливий, великий, першочерговий, відомць, колосальний, видатний, величезний, актуальний, основний, насущний, значний, чудовий.

27. Складіть речення з наступними синонімами.

I. Показати, описати, зобразити, представити, охарактеризувати, намалювати, створити образ.

II. Критикувати, обговорювати, ганьбити.

28. Складіть словосполучення, поєднавши синоніми із словами в дужках.

I. Вісті, повідомлення, відомості (із училища, з дому, з телефонного вузла, з ліцею).

II. Безтурботний, спокійний, мирний, смирний (сон, труд, характер, людина).

III. Побороти, перемогти, зламати, подолати, перебороти (хворобу, почуття страху, ворога, волю, перешкоду).

29. Дайте ваше розуміння сказаного. Як за умовними фразами офіційного документу приховується дійсний зміст дипломатії держави?

1. Уряд не може байдуже поставитися до конфлікту. 2. Уряд із занепокоєнням спостерігає. 3. Уряд змушений буде переглянути свою позицію. 4. Уряд вважає необхідним зберегти за собою право. 5. У такому випадку мій уряд буде змушений потурбуватися про власні інтереси. 6. Уряд розглядає це як недружній акт. 7. Уряд чекає на відповідь до 18.00 21 числа цього місяця. 8. Уряд не може відповідати за наслідки.

Ключові слова: уряд має намір зайняти рішучу позицію; дружба у будь-який момент може перерости у ворожнечу; уряд має намір втрутитися у конфлікт; уряд не дозволить; передбачається розрив відносин; це — ультиматум; це — погроза війни; готовий викликати інцидент, що може призвести до війни.

30. Який вислів правильно вжити: точка зору чи погляд?

1. З економічн... .. більш ніж очевидним є інтерес Альянсу до повної трансформації ВПК. 2. Це рішення було дуже непростим як у психологічному, фінансовому і соціальному плані, так і з ... національної безпеки. 3. Після референдуму 1 грудня 1991 року в міжнародній політиці активно побутува... .., згідно з як... Україна одержала дипломатичне визнання в обмін на обіцянку стати без'ядерною державою.

31. Зі словами прийом — приймання — прийняття утворіть словосполучення. Яке з цих трьох слів стало маловживаним?

Ключові слова: вкладів у банку, відвідувачів, конституції, їжі, закону, години, до інституту, у члени організації, рішень, високих осіб, рукопашного бою, дискусії, на честь президента, дипломатичний(-е), шанобливе, ввічливе, холодне, офіційне.

32. Про які поняття — угода чи пакт — йдеться у наступних визначеннях: 1. ..міжнародний договір, який регулює такі питання, як забезпечення колективної безпеки, взаємодо-

помога, напад і т. ін., або який встановлює норми та принципи, що мають основоположне значення для конкретних галузей співробітництва. 2. ..міжнародно-правовий акт, присвячений конкретним питанням взаємовідносин держав-учасниць.

33. Які з названих термінів перебувають на периферії, є застарілими: *договір, трактат, угода, конкордат, реверсалиї, компроміс, регламент, пакт, хартія*? Аргументуйте свою відповідь.

34. Перепишіть речення, правильно вживаючи слова *відносно — стосовно — щодо — з приводу*.

1. Як проголошувалося в Декларації *всесвітньої конференції ... політики в галузі культури...* 2. Обговорено акти національного законодавства України ... охорони і використання пам'яток історії та культури. 3. На стан торгівлі не можуть вплинути наміри Росії ... введення квот на товари українського експорту. 4. Було досягнуто багатосторонньої угоди ... виробничої кооперації між країнами — членами СНД. 5. Слід остерігатися *непродуманих, імпульсивних реакцій* на ті чи інші акції, здійснені ... України. 6. Розглянемо результати тривалих і численних розвідок ... створення оптимальної моделі світового порядку. 7. Оскільки належність Севастополя Україні засвідчена документально і визнана світовим співтовариством, то ніяких переговорів ... статусу міста Україна вести не буде. 8. Враховується також Декларація *всесвітньої конференції ... повернення в Україну культурних цінностей народу, що знаходяться поза її межами*.

35. Яке з двох слів — *домагатися* чи *досягати* — доречно вжити в цих реченнях?

1. Проаналізуймо все, чого ми ... у сфері зовнішньої політики за останні два роки. 2. Сьогодні нам особливо приємно відзначити, що ми ... найосновнішої на цьому етапі мети — зовнішнього забезпечення зміцнення незалежності України. 3. Сьогодні для нас надзвичайно важливо ... розуміння світовою громадськістю наших внутрішніх проблем.

36. Утворіть з іменником відносини словосполучення за моделями «іменник + прикметник», «іменник + іменник», «іменник + дієслово».

37. З яким із наведених прикметників найчастіше сполучається іменник зносини: дипломатичні, політичні, двосторонні, партнерські, дружні? Введіть обрану пару слів у речення.

38. Доберіть синоніми до слова створити. Користуйтеся словниками.

39. Підберіть українські синоніми до іншомовних слів.

Амбіція, аналіз, бібліотека, вердикт, вестибюль, вокальний, детальний, діалог, імпорт, лексикон, мемуари, пунктуальний, реставрація, фауна, флора, експорт.

40. Підберіть антоніми до прикметників у таких словосполученнях.

Низькі ціни, низький вчинок, низький уклін;
загальна думка, загальна кухня, загальний наркоз, загальний виступ;

пряма лінія, пряме повідомлення, прямий податок; прямий виклик, прямий характер, пряма мова, прямий кут.

41. Поясніть значення наступних слів іншомовного походження.

Адаптація, альянс, альтернатива, антипод, апартеїд, безпрецедентний, брифінг, гегемонізм, геноцид, декларація, дестабілізація, догматизм, доктрина, інсинуація, інтеграція, конгломерат, маніпуляція, мораторій, пакт, постулат, прагматизм, статус-кво, суверенітет, еліта, ембарго, спонсор, менеджер, он-лайн.

42. Визначте доречність використання іншомовної лексики. Відредагуйте речення, якщо треба, зробіть синонімічні заміни.

1. Дівчина конфіденційно зізналася подругам, що змінила ім'я Катя на Кармен, оскільки останнє ім'я їй подобається. 2. Новий сезон відкриває гарні перспективи подальшої еволюції в галузі спортивної роботи. 3. Ідентичне рішення було прийняте студентами другої групи. 4. Як свідки на суді фігурували різні люди.

43. із поставлених у дужках слів виберіть потрібний варіант.

1. Досягнення цієї гуманної мети (не лімітується, не обмежується) ні станом науки й техніки, ні (ресурсами, можливостями, запасами) праці й засобів. 2. Виділені ознаки (різномірні, гетерогенні). 3. (Профілактичний, попереджувальний) вплив нових ліків ще більш виразний.

44. Підберіть визначення до слів.

Рояль, прізвище, бра, картопля, кава, тюль, молодь, кафе, какаду, шимпанзе, пальто, шосе, метро, мозоль, табель, депо, купе, какао, піаніно, меню, таксі, фойє, бюро, парі, журі, Сочі, леді.

45. Запишіть 15 іншомовних термінів вашого фаху, доберіть до них власне українські відповідники.

46. Визначте значення поданих слів, складіть з ними словосполучення.

Поступальний, поступливий, поступовий; потоковий, поточний; пояснювальний, пояснюючий, пояснювати; проблемний, проблематичний; дипломат, дипломант, дипломник.

47. Замініть подані фразеологізми синонімами. Запишіть до них антонімічні звороти.

Вирости в очах; сізіфова робота; рука об руку; розпускати язика; на безриб'ї і рак риба; утратити рівновагу; тримати камінь за пазухою; душу богові віддати; передати куті меду.

48. Дайте відповідь на поставлені питання. Як відповідь використовуйте фразеологізми. Як говорять:

1) про того, хто часто міняє свої рішення; 2) про того, хто раптом став розуміти, помічати щось; 3) про людину, яка прийшла невчасно; 4) про несміливу людину; 5) про людину, яка тримається неприродно прямо; 6) про балакуна; 7) про людину, що зникла; 8) про стан, коли небезпека загрожує з усіх боків; 9) про щось таке, що набридло; 10) про людину, від якої чекають успіху в будь-якій діяльності; 11) про почуття незручності, сорому; 12) про дуже далеких родичів; 13) про щось надзвичайне, неймовірне; 14) про безлад; 15) про того, хто не знає чогось усім відомого.

49. Підберіть по десять фразеологізмів із спільним для них словом:

голова, ніс, рука, ноги.

50. Поясніть смисл цих фразеологізмів, наведіть приклади їх вживання в мові.

Закривати очі на що-небудь. Збиратися з думками. Не на страх, а на совість. Насамоті. Шкіра та кістки. Бути на ножах з ким-небудь. Як у воду опущений. Бути в курсі справ.

51. У поданих реченнях, об'єднаних темою «Ввічливість по-японськи», знайдіть порушення лексичної норми. Перебудуйте речення, вкажіть на причини помилок.

1. Відомо, що японці дуже ввічливі люди, які поважно ставляться до гостей. 2. Ввічливість — у натурі японця, його стиль поведінки, образ життя. 3. У японських дітей ввічливість виховується ще з немовлячого віку. 4. За японськими звичками мати носить немовля у себе за спиною. 5. У японців ввічливість невідділена від субординації. 6. З цього приводу часто наводять дотепну приказку американців: «Чинити можна правильно, неправильно і по-японськи».

52. Перекладіть подані тексти українською мовою. Дайте (усно) відповідь на питання: що означають терміни *франчайзинг, офшор*?

1. На современном этапе развития Украины франчайзинг является такой формой организации бизнеса, выработанной мировой практикой, которая в комплексе с другими рыночными структурами могла бы стимулировать антикризисные процессы и способствовать возрождению отечественной экономики.

Слово *франчайзинг* происходит от французского *franchir*, которое означает «освобождать»; в английском варианте *franchising* — это право, привилегия.

Содержание франчайзинга сводится к следующему: главная компания (франчайзер) предоставляет индивидуальному предпринимателю (франчайзу) или группе предпринимателей лицензию (франшизу) на производство продукции, торговлю товарами или предоставление услуг под торговой маркой данной компании на ограниченной территории, на срок и условиях, которые определены договором (*М. Терещенко, ж. «Економіка. Фінанси. Право»*).

II. В последние пять лет оффшорный бизнес в нашей стране изменился до неузнаваемости. Сейчас уже вряд ли кто вспомнит то время, когда наиболее сложными формами оффшорного планирования считались панамские или либерийские компании с акциями на предъявителя.

И все-таки, что же такое «оффшор»? Термин, также как и понятие, впервые появился в одной из газет на восточном побережье США в конце 50-х годов и обозначал финансовую организацию, избежавшую правительствен-

ного контролю путем географической изобретательности. Иначе, компания территориально переместила деятельность, которую правительство США желало регулировать и контролировать, за пределы возможной досягаемости налоговых органов. Так что термин «оффшор» является не юридическим понятием, а экономико-географическим (И. Хромова и др. ж. «Економіка. Фінанси. Право»).

Граматичні норми

53. Визначте рід поданих слів, уведіть їх у речення.

Авізо, ажю, алібі, амплуа, аташе, брутто, вето, ембарго, жиро, журі, лобі, рандеву.

54. Запишіть подані іменники в формі родового відмінка однини.

I. Процес, паспорт, індекс, офіс, кемпінг, факс, документ, акредитив, банк, патент, об'єкт, статут, радіатор, генезис, стандарт, симпозиум, успіх, мінімум, дипломат, розрахунок, цикл, сектор, диплом, сертифікат, фермер, траст, сейм, реквізит, офіціоз, лот.

II. Маркетинг, конформізм, кодекс, кадастр, імпічмент, індекс, аукціон, аудит, агент, авізо, акциз, акція, арбітраж, брокер, брифінг, ваучер, дилер, інвестор, каботаж, лізинг, тендер, фермер, чаргер, купон, кліринг, прибуток, фонд, попит, долар, вексель, траст.

55. Запишіть власні назви у формі родового відмінка однини.

Київ, Херсон, Ужгород, Донецьк, Тернопіль, Антрацит, Ватикан, Вільнюс, Ганг, Дніпропетровськ, Донбас, Загреб, Єрихон, Казахстан, Кіпр, Мадрид, Рахів, Севан, Флорес, Чоп, Хуст, Хотин, Еквадор, Яготин, Юкон.

56. Від цих слів утворіть форми називного відмінка множини.

Рік, крейсер, прожектор, цех, трактор, лектор, ректор, редактор, штурман, кондуктор, табір, орден, учитель, мама.

57. Утворіть словосполучення з цими прийменниками.

I. Відповідно до (наказ, розпорядження, припис, заява, статут, закон, договір, угода, план).

II. Всупереч (сумнів, передбачення, обіцянка, порада).

III. Завдяки (турбота, випадок, увага, наполегливість, друзі, товариші).

58. Поставте іменники в родовому відмінку множини.

Апельсини, черевички, гектари, грами, кілограми. шкарпетки, плечі, помідори, чоботи, солдати, яблука, яблуні.

59. із словами пан, добродій, громадянин, колега, директор утворіть словосполучення-звертання.

60. Прочитайте варіанти позначення часу, уведіть їх до питальних речень.

10.15; 21.46; 8.40; 00.00; 2.18; 14.35; 11.50.

61. Перекладіть речення українською мовою, розкривши дужки. Зверніть увагу на вживання власних назв.

1. На днях состоялся вечер памяти (Тарас Григорьевич Шевченко). 2. Перу профессора (В.В.Нимчук) принадлежит ряд работ по истории украинского языка. 3. Репертуар (Богдан Ступка) обширен. 4. Ему нужно побеседовать со студенткой (Ремчук). 5. В концерте приняли участие отец и сын (Ойстрах).

62. Прочитайте речення, зверніть увагу на правильну вимову числівників.

1. Газети повідомили, що за минулий рік було зібрано 580 тисяч тонн зерна. 2. Більше 2500 чоловік звернулося із проханням покращити житлові умови. 3. Поїзд прибув з 287 екскурсантами. 4. Найшвидкіші бігуни світу розвивають швидкість від 36 до 43 кілометрів на годину. 5. До 1778 додати 852.

63. Перекладіть речення українською мовою. Зверніть увагу на вживання числівників.

На сьогоднішній день підписано более двух тысяч международных договоров Украины межгосударственного, межправительственного и межведомственного характера с около 80 государствами мира.

64. Складіть словосполучення з поданими словами.

Завідувач, дорівнювати — рівнятися, опанувати — оволодіти, доводити — свідчити, відзначити — сказати.

65. Визначте, які варіанти словосполучень правильні. Усно введіть їх у речення.

По четвергах — щочетверга, на цих днях — цими днями, в останній час — останнім часом, іншим часом — в

інший час, у той день — того дня, на цей раз — цього разу, в таких обставинах— за таких обставин.

66. Зробіть переклад словосполучень.

Случилось по вині, сделать по приказу, работать по совместительству, выполнять по распоряжению, обратиться по адресу, отправить по назначению, по подозрению в убийстве, по прибытии поезда, комиссия по составлению резолюции, сообщить по телефаксу, по невнимательности, называть по имени и отчеству.

Міжособистісне спілкування і мовний етикет

67. Познайомтесь з формулами мовного етикету. Які з них ви використовуєте в різних ситуаціях побутового та ділового спілкування? Назвіть, які ще мовні звороти вживаються при спілкуванні.

Вибачення

Прости(-іть)

Простіть, будь ласка, я...

Вибач(-те) мене

Перепрошую

Прошу вибачення

Простіть, я не хотів(-ла)!

Ради Бога, простіть.

Прохання

Будь ласка

Не відмовте в проханні

Будь добр(-ра)

Чи не могли б ви...

Дозволь(-те)

Не заперечуєте, якщо я...

Можна

Чи не погодитесь ви

Я можу...?

У мене до вас велике

Прошу вас

прохання

У мене до вас прохання

Дозвольте, будь ласка

Вдячність

Дякую

Дуже вдячний

Дякую вам!

Дозвольте подякувати вам

Дякую, Іване!

Дякую, Миколо Андрійовичу!

Велике спасибі

Велике вам спасибі

Я вам дуже вдячна

Відповіді на подяку

Будь ласка
Не треба
На здоров'я
За що ж мені дякувати!

Згоди

Так
Так-так
Звичайно
Так, звичайно
Правильно
Ви маєте рацію
Добре
Так, добре!
Не заперечую
Вирішили
Значить, вирішили
З радістю
Із задоволенням

Незгоди

Ні
Ні-ні!
Це неправильно
Щось не віриться
Навряд чи так
Мені здається, що не так
Ні, я не згоден
Ні, як це можна

Вітання

Добрий день, Лідіє Іванівно!
Здрастуйте!
Добрий день, Ігорє!
Добрий вечір!
Добрий ранок.

Не треба
Ви дуже люб'язний

Ви маєте рацію
Без сумніву
Абсолютно з вами згоден
У мене заперечень нема
З великим задоволенням
Я не заперечую
Я розумію ваші сумніви
Я з вами згоден

Не можу з вами погодитися
Простіть, ви не зовсім праві
Не знаю, чи це так
Я не зовсім впевнений
Сумніваюся

Добрий день, колеги!
Радий вас вітати
Вітаю вас
Дозвольте привітати вас

Прощання

До побачення, Ганно Семенівно! Дозвольте попрощатися
На все добре Дозвольте піти
Будьте здорові
До зустрічі!
До скорої зустрічі!
Прощавайте

Перепитування

Що? Що ви? Простіть?
Я вас не зрозумів Простіть, будь ласка, я не розчув
Що ви сказали?
Як ви сказали?
Повторіть, будь ласка,
що ви сказали

Привітання

Вітаю вас,
Василю Григоровичу! Дозвольте вас привітати
Поздоровляю вас! Прийміть мої вітання
Із святом!
Зі світом вас!

Співчуття

Жаль Дуже вам співчуваю
Я співчуваю тобі Я дуже вас розумію
Дуже жалко, що так сталося Прийміть моє співчуття
Мені дуже жаль.
Повірте, мені дуже жаль.
Яке нещастя!

Знайомство — представлення

Познайомтесь, будь ласка Дозвольте вам представити
Представляю вам нашого Хочу вас представити
нового співробітника Дозвольте представити
Відгук: Дуже приємно Моє прізвище...

Прохання поговорити

Можна вас? Вибачте, ви б не могли приділити
Можна вас спитати? мені кілька хвилин?

Дозвольте спитати
Ви не зайняті?

Телефонні стереотипи

В і д г у к и: Ало!
Так!

Слухаю. Я слухаю! Слухаю вас!

Я вас слухаю (офіс)

Петренко слухає (офіс)

У з а к л а д а х: Черговий.

Інститут.

Приймальня тощо

Прохання: Будь ласка, Володимира Олександровича!
Можна покликати Андрія Володимировича!?
Можна попросити Ольгу Власівну!?
Чи не можна попросити до телефону ди-
ректора?

Відповідь на прохання: Будь ласка.
Зараз покличу.
Я зараз подивлюся.
Зараз дізнаюся.
Зараз перевірю.
Одну хвилину.
Степанюк на нараді.
Він у відпустці.
У разі помилки: Ви не туди потрапили.
Ви помилилися.
Ви помилилися номером.
Куди ви дзвоните?
Який номер ви набираєте?
Ви переплутали номер.

68. У яких випадках вживається «ви» і «ти» при спілкуванні?

69. Створіть рольову ситуацію. При обговоренні й розборі виконаного завдання зверніть увагу на поведінку її учасників, їх міміку, жести, інтонацію, дотримання мовно-етикетних правил.

а) ви — студент I курсу. Вам треба звернутися з проханням: до ректора, декана, зав. кафедрою, викладача, товариша;

б) ви — голова профкому. До вас прийшов: товариш, подруга, незнайомий чоловік (жінка), керівник установи, техпрацівник. Прийміть їх;

в) ви — працівник адміністрації. Вам слід по телефону попросити:

- ученого із університету виступити на конференції;
- викладача ВНЗу виступити з лекцією перед працівниками адміністрації;
- керівника підприємства надати допомогу в проведенні міського заходу;

г) ви — керівник комерційної структури. У вас у фірмі є вакантне місце. Вам слід поговорити з трьома—чотирма претендентами на це місце. Вони прийшли за оголошенням.

70. Назвіть, які формули мовного етикету ви використаєте, якщо вам треба буде звернутися: 1) до людини похилого віку, щоб дізнатися, котра година; 2) до міліціонера, щоб уточнити, як проїхати на виставку; 3) до секретаря в приймальній, щоб дізнатися, коли почнеться нарада у керівника; 4) до керівника організації, щоб дізнатися про рішення щодо вашої заяви; 5) до приятеля, щоб попросити в нього підручник; 6) до викладача, щоб попросити в нього достроково скласти екзамен.

71. Наведіть етикетні вирази, що стосуються ситуації знайомства: а) безпосередньо однієї людини з іншою; б) за участю третьої особи, що знайомить інших.

72. Якими словами ви почали б бесіду?

73. Висловте прохання про щось, використовуючи фрази ввічливості.

74. Як можна попросити вибачення: а) у рідної чи близької людини; б) у ділового партнера; в) у випадкової людини, з якою ви зіткнулися на вулиці.

75. Як припинити розмову, не образивши занадто говіркового співрозмовника? Дайте свої варіанти відповіді.

76. Як має поводитися людина, у якої виникло бажання закурити під час ділової бесіди, переговорів, прийому, у гостях?

77. Хто має першим вітатися під час зустрічі?

- а) керівник (чоловік);
- б) підлегла (жінка);
- в) підлеглий (чоловік).

78. Доцент чи професор проходить повз групу знайомих студентів. Хто вітається першим?

- а) доцент чи професор;
- б) студент(и).

79. Жінка проходить повз групу знайомих чоловіків. Хто вітається першим?

- а) чоловіки;
- б) жінки.

80. Запропонуйте кілька варіантів назв для:

- будівельної фірми;
- туристичного агентства;
- продовольчого магазину;
- рекламної агенції;
- юридичної фірми;
- фірми з автосервісу.

81. Ви зробили помітку на одержаній візитній картці, уточнивши щось у того, хто вам її вручив. Чи правильно ви вчинили?

82. В якій черговості правильно представлятися:

- а) старший — молодшому;
- б) молодший — старшому;
- в) чоловік — жінці;
- г) жінка — чоловікові;
- г) людина вищого статусу — людині нижчого статусу;
- д) людина нижчого статусу — людині вищого статусу.

83. Вам потрібно звернутися до колеги в присутності інших людей на роботі. Ви скористаєтесь звертанням:

- а) «Валентино!»; б) «Валентино Іванівно!»; в) «Пані Валю!»; г) «Пані Валентино!» ?

84. Ви вперше прослухали лекцію відомого дипломата. Після її закінчення ви вирішили з'ясувати деякі деталі, як звернетесь: а) «Пане Любомире!»; б) «Пане Дезера!»; в) ваш варіант.

85. Ви сидите в гостях у своєї подруги. Дзвінок у двері. Заходить незнайомий юнак. Ваша подруга, провівши його до вітальні:

- а) запропонувала сісти поруч з вами;
- б) скаже: «Марійко, познайомся, це — мій однокласник»;

в) скаже: «Дмитре, знайомся, це — моя сусідка і подруга Марійка».

86. Вас знайомлять із людиною під час антракту в театрі. Ви: а) мовчки посміхнетесь; б) скажете: «Радий знайомству з вами»; в) скажете: «Дуже приємно».

87. Вас запросили на вечерю, посадили поруч із незнайомою людиною. Ви: а) розпочнете розмову, не відрекомендувавшись; б) скажете: «Мене звати Дмитро Сердюк, я приятель господаря».

88. Ви знаєте незнайомку «заочно». Вас рекомендують. Що доречно сказати у відповідь?

89. Ви стоїте в черзі за квитком і раптом штовхнете того, хто стоїть попереду. Як ви будете реагувати?

90. Ви запізнилися на лекцію. Що ви скажете, зайшовши в аудиторію?

91. Ви розмовляєте з товаришем. Замріявшись, не почули його запитання. Що ви скажете?

92. Назвіть мовні формули звертання, прощання, привітання, прохання, вибачення англійською (німецькою, французькою тощо) мовою, що відповідають українським етикетним виразам. Які відмінності ви спостерігаєте?

93. Які мовні етикетні формули будуть доречними: а) у дипломатичному протоколі? б) на офіційній внутрішньодержавній зустрічі?

Теми рефератів і повідомлень

- «Мовний етикет часів козацтва».
- «Національно-мовні особливості слів-звертань у європейських народів».
- «Японський (або американський, італійський, австрійський тощо) мовний етикет привітання».
- «Звертання в промовах на дипломатичних зустрічах».

Тема VII

НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Хоча мовні канали зв'язку між діловими партнерами мають пріоритетне значення, ні в якому разі не можна ігнорувати невербальні (несловесні) засоби комунікації.

Особливо важлива роль невербальних каналів на початку спілкування. Це взаємна оцінка жестів, міміки, інтонації, голосу, пози, одягу, виразу очей тощо. Якщо ж звернути увагу на те, що сучасна ділова людина входить у велику кількість короткотермінових контактів, то уміння читати мову несловесного зв'язку стає важливою умовою ефективного спілкування.

На переговорах з партнером, перш за все, слід звернути увагу *на позу спілкування*. Представники реактивної та моноактивної культури, як правило, відчують незручність, стикаючись з театральними жестами та поведінкою поліактивних людей. Значить важливо визначити «прос-тір комфортного спілкування».

Відстань	Нація
Близька	араби, японці, жителі Південної Африки, французи, греки, іспанці, італійці
Середня	англійці, шведи, жителі Швейцарії, німці, австрійці
Велика	біле населення Північної Америки, австралійці, новозеландці

Практика визначила суттєві для ділового спілкування три групи знаків несловесного зв'язку:

- знаки ширості та захоплення;
- оціночні жести та пози;
- знаки захисту.

На переговорах з партнером не слід приймати позу, що характеризує закритість у спілкуванні й агресивність: насуپлені брови, схилена вперед голова, широко розставлені на столі лікті, стиснуті кулаки. Не слід й одягати окуляри із темним склом.

Про намагання домінувати свідчать такі пози: обидві руки на стегнах, ноги трохи розставлені або голова трохи піднята, руки перекинуті біля талії. Партнер, який прагне досягти згоди, буде також використовувати один із жестів іншого.

Найважливішим психологічним моментом є поза за столом. Коли в кабінеті столи поставити буквою «Т» і запропонувати сісти за нього відвідувачеві, це дасть йому можливість відчутти домінування. Але саме «бесіда за круглим столом» робить її учасників рівноправними. Бесіда ж за журнальним столиком буде більш неформальною. Якщо хазяїн у кабінеті з «Т»-столом не хоче демонструвати переваги, він сяде навпроти.

Дуже інформативними є *жести*. Вони можуть бути сигналом закінчення зустрічі (готовність встати із-за столу, нахиливши корпус уперед і спершись на стіл) або зацікавленості нею (рука знаходиться під щокою, але не підпирає її).

Є жести-символи: «ОК» — американський знак «усе добре» (великий і вказівний пальці створюють букву «О»). Але у Франції цей жест означає «нуль», а в Японії — гроші.

Поцілунок у маківку в Саудівській Аравії означає вибачення. В Йорданії проведення по зубах великим пальцем символізує обмеження фінансових можливостей та ін.

Якщо у нас піднятий вгору великий палець символізує найвищу оцінку, то в Греції — «заткнись».

Жести-ілюстратори використовують для пояснення сказаного. Найбільш типовим прикладом є вказівка напрямку рукою. У різних народів є відмінності в інтенсивності таких жестів.

Жести-регулятори мають важливе значення на початку і в кінці бесіди. Одним із таких жестів є *рукостискання* — найбільш поширена форма вітання у діловому світі, символ довіри, знак поваги, аспект у протоколі ділового вітання. Кваліфікований політик користується типово американським рукостисканням: правою рукою береться права рука партнера і покривається зверху лівою. Інша форма — потискуючи правицю, лівою плескають по плечу. Але це можливо лише між добрими знайомими. Взагалі потиск рук повинен бути не швидким і не повільним, не сильним і не безвольним. Особливо важливий цей жест для жінок. Їм необхідно опрацювати тверде рукостискання, щоб продемонструвати рівність і захиститися від чоловічого бажання підкреслити перевагу своєї статі. Жінка, яка хоче виявити щирі почуття до іншої жінки, не потискує їй руку, а тільки м'яко бере її в свої руки та відповідним виразом обличчя засвідчує симпатію.

І чоловік, і жінка мають потискати руки відповідно до існуючих норм. Простягаючи руку для вітання, треба подивитися людині у вічі та усміхнутися. При цьому під час знайомства називається повне ім'я. Потиск рук має бути твердим і не дуже довгим (два — максимум три рази). Руки при цьому повинні бути сухими.

Рукостискання має регіональні властивості. Так, у США воно тверде, 2—3 рази. У Німеччині — це один твердий потиск. У Франції та Бельгії — легке, швидке рукостискання. У Швеції — твердий потиск рук з обов'язковим контактом очима.

При цьому в Європі чоловік чекає, коли жінка першою простягне руку. У США такої різниці немає.

В Азії чоловік, як правило, має чекати, коли жінка простягне руку. Якщо ж вона не зробить цього, не простягайте своєї.

В Японії все залежить від ситуації, тут важливе значення має кивання головою.

В арабських країнах чоловіки та жінки не тиснуть руки один одному. Не треба дивуватися, якщо перш ніж привітатися, деякі з чоловіків-арабів накривають руку одягом.

Неодмінним елементом привітання в Бразилії, Мексиці, Греції, Іспанії, Об'єднаних Арабських Еміратах, Саудівській Аравії є обійми та поцілунок.

Ще одну групу утворюють жести-адаптори. Одним з них є «шпилеподібний жест», коли пальці рук торкаються, утворюючи шпиль, який може бути спрямований вгору чи вниз. Цей жест вказує на впевненість людини у собі.

Надзвичайно важливим у спілкуванні є *візуальний контакт*.

Очі є найвиразнішою частиною нашого тіла. У поліактивних культурах, де великий «простір комфортного спілкування», співрозмовники дивляться один на одного увесь час. Особливо це помітно в Іспанії, Греції та в арабських країнах. В Японії така поведінка сприйматиметься як груба. Як правило, в очі дивляться не більше 10 секунд. Частіше це буває перед початком розмови. Потім очима зустрічаються принагідно.

Контакт очей позначає довіру співрозмовників один до одного, їх відкритість, однак затримка погляду на очах партнера свідчить про намагання домінування.

Діловій людині слід навчитися читати *вираз обличчя* партнера. Кажуть, що у словах відтворюється думка, створена мозком людини, а на обличчі — думка природи, що сформувала конкретний психічний тип. Внутрішній стан людини: подив, страх, гнів, презирство, роздратованість, радість, сум — віддзеркалюється у виразі обличчя.

Рот не так часто виражає експресію настрою. Комунікативними крайнощами є міцне стулювання губ (французи), закопильовання губ (італійці), широка усмішка американців, ввічлива посмішка східних народів. Під час зустрічі усмішка знімає настороженість перших хвилин і сприяє впевненому та спокійному спілкуванню. Вона виражає радість зустрічі, свідчить про дружнє налаштування. Усмішка супроводжує і слова вітання. Усмішка, як і всі засоби невербального спілкування, виражає багато відтінків переживань: дружня, іронічна, насмішлива, зневажлива тощо.

Усмішки на обличчях британців, скандинавів або німців позначають прогрес у переговорах, але вони можуть

виражати знічення чи гнів, якщо усміхаються японці.

Багато можна дізнатися про людину, споглядаючи її ходу.

Важливим моментом у невербальному спілкуванні є розташування ніг. Є кілька способів схрещування ніг. Для офіційної обстановки досить схрещення гомілок у сидячій позі. Помірною є поза «нога за ногу», розслабленою і неформальною — «гомілка на коліні».

Більшість людей, влаштовуючись на роботу, тримають ноги разом, щоб підкреслити правильність своїх установок. Така позиція є звичною для англосаксів на перших зустрічах, але вони кладуть ногу за ногу після того, як переговори стають неформальними. Німці та японці можуть продовжувати зберігати позу «ноги разом» протягом кількох зустрічей.

Інформацію про людину дає *зовнішній вигляд* та *одяг*. Людина може обирати стиль свого вбрання, аби створити у партнера певний задуманий нею образ, а від іміджу залежить, як будуть з нею поводитися. Слід відзначити, що одяг справляє вплив не тільки на тих, хто оточує нас, а й на того, хто її носить.

Головна вимога до одягу — акуратність. Костюм повинен бути відпрасований, без плям, сорочка свіжою, взуття — чисте та начищене.

Одяг повинен відповідати місцю, часу і характеру подій. Краще одягатися просто, без претензій.

Влітку та вдень слід одягати світлий костюм чи плаття, взимку і ввечері — темних кольорів.

Під час приготування до переговорів слід звернути увагу на вибір ділового костюма. Для такого заходу підійдуть однотонні речі — сірі, темно-сірі, темно-сині, чорні. Кольори краваток бажано насичені, із перевагою кольору костюма.

Вибір краватки дозволяє скласти певну думку про його володаря. Яскраво-червоні виражають експресивність, непослідовність. Сполучення яскраво-червоного кольору з жовтим — розкутість, наполегливість. Сині з червоним повідомляють про доброзичливість, готовність урахувати думку опонента. Відтінки сірого підкреслюють уміння опановувати почуття. Блакитні виявляють спо-

кій. Чорна краватка вказує на бажання бути елегантним, привабливим.

В офіційній обстановці піджак слід застібати. Розстібнути гудзик піджака можна за столом під час сніданку, обіду, вечері або сидючи в кріслі.

На прийомі всіх видів рекомендується одягати білу сорочку з краваткою. Оптимальна довжина зав'язаної краватки — до пояса.

Разом із строгим костюмом слід одягати напівчеревики або черевики чорного або темно-коричневого кольорів. У літній період до нетемного костюма можна одягати світле взуття. Лаковані черевики одягають лише до смокінга чи фрака. Колір шкарпеток має гармоніювати з кольором костюма.

Колір та фасон головного убору повинні відповідати наряду й місцю. Фетровий капелюх надівають до солідного пальта, кепка не гармує з костюмом, шкіряний капелюх, головний убір з невеликими крисами носять до плаща, а також разом із спортивною курткою.

Рукавички, шарф і хустка за кольором та малюнком повинні підходити до інших деталей туалету.

Носову хустку слід тримати в розгорнутому вигляді в кишені брюк або сумці.

Жінкам не рекомендується носити багато прикрас.

Костюм ділової жінки за столом переговорів повинен бути функціональним. Найбільш популярний класичний стиль. Дуже короткі спідниці та сукні з глибоким вирізом небажані. В одязі не повинно бути яскравих кольорів, блискучих ниток. Жінка може надіти брючний костюм, але слід пам'ятати про фігуру та вік. З великою обережністю слід ставитися до в'язаних речей.

Не слід одночасно надівати золоті та срібні прикраси, зловживати парфумами.

Люди різних національностей по-різному ставляться до ділового костюма. На представників мусульманських країн справляють враження романтичність та загадковість. Наприклад, у цьому може допомогти якась ювелірна прикраса.

Американці не приділяють великої уваги одягу. Цілком прийнятним є модний гарний брючний костюм, ретельний і помітний макіяж. Перевага надається короткій зачісці.

Англійці дотримуються строгих правил етикету. Можна надіти класичний костюм спокійних відтінків. Німці в одязі консервативні. Перевага надається класичному костюму, спокійним відтінкам, помірному використанню косметики, строгим зачіскам.

Французи прекрасно розуміються на одязі й макіяжі. Корисно дотримуватися класичного стилю. Костюм можна пожвавити легким шарфом.

Італійці дуже експресивні, тонко відчують колір одягу. Діапазон зачісок широкий. Іспанцям подобаються в одязі сполучення чорного з білим або чорного з червоним.

Греку близький силует із тканини, укладеної складками, пастельна кольорова гама, м'який макіяж і каскад волосся, що спадає на плечі.

Знання особливостей впливу на сприйняття особою характерних рис співрозмовника — мови, зовнішнього вигляду, одягу, пози, міміки тощо — сприяє формуванню повнішого уявлення про людину, з якою вступають у діловий контакт. Така інформація допомагає пояснити поведження, вчинки. Користуючись нею, можна уникнути вчинків та слів, що можуть зробити людей ворогами. Необхідно навчитися прощати деякі слова, жести, зменшити свої вимоги до партнера, спрямувати спілкування в мирне русло. Той, хто опанував практикою ділового спілкування, завжди має перевагу перед партнером.

В організації бізнес-контакту важливе місце належить **напівофіційним прийомам**. Вони є важливими для поглиблення й розширення контактів, отримання потрібної інформації в іншій обстановці. Прийом є продовженням службової діяльності й до нього слід ретельно готуватися.

Існують у міжнародній практиці загальноприйняті правила, яких дотримуються на дипломатичних прийомах.

Виділяють денні та вечірні прийоми, з розсаджуванням за столом і ні.

Основними видами прийомів є:

«*Бокал шампанського*» («*Бокал вина*»): триває між 12 та 13 годинами. Подають шампанське, вина, соки, маленькі тістечка, бутерброди, горішки. Проходить стоячи. Форма одягу — повсякденний костюм або сукня.

«Сніданок» влаштовують між 12 та 15 годинами. Триває 1—1,5 год., з яких 45—60 хвилин гості проводять за столом, а 15—30 хвилин — за кавою. Подають одну—дві холодні закуски, одне рибне або одне м'ясне блюдо, десерт.

Форма одягу — повсякденний костюм або сукня, якщо про одяг спеціально не зазначається у запрошенні.

«Коктейль» починається між 17 та 18 годинами. Триває 2 години. Прийом проводять стоячи. На запрошенні вказують час початку й закінчення прийому (17.00 — 19.00, 18.00—20.00). Гості можуть приходити та йти в будь-який час. Нормальним є перебування на прийомі до 1,5 год.

Перші гості збираються протягом 15—30 хвилин.

Грубим порушенням етикету є прибуття на прийом співробітників представництв, фірм тощо пізніше свого керівника. Роз'їжджаються гості у зворотному порядку: першими їдуть керівники представництв, фірм тощо, а за ними інші співробітники.

Господар та господиня на цих прийомах протягом усього часу стоять біля входу, зустрічають і проводжають гостей. Господиня представляє знову прибулих гостей тим, з ким вони не знайомі. Якщо господині немає на місці, то прибулий гість повинен знайти її, привітатися, а потім вступати в контакт з гостями.

Подають налиті в бокали коктейлі. Їх розносять офіціанти. На столі — канапе та фрукти. Подаються канапе з солоними маслами, кремами, паштетами, рибою, м'ясом, печивом. Підходять фаршировані яйця, солоний та солодкий мигдаль, горіхи, фрукти, міні-тістечка, желе.

Прийом типу «*А ля фуршет*» проводиться у ті самі години, що й «Коктейль», але подають більше напоїв та закусок.

Стіл накривають скатертиною на 5—10 см вище від підлоги. Стіл повинен стояти дещо вище, щоб можна було їсти стоячи. Таких столів повинно бути кілька (кожний на 6—8 чоловік). Подають холодні закуски, гарячі сосиски та маленькі котлети; пригощають десертом; подають каву.

«Обід» — це найбільш почесний вид прийому. Він починається у проміжку між 19.00 та 21.00.

Стіл накривають білими скатерками. Серветки білі, накрохмалені, їх кладуть на тарілочки для хліба.

Столи ставлять у вигляді букви «П» або «Т». Почесні гості сидять обличчям до дверей. Столи прикрашають квітами й холодними закусками, після яких подають гаряче, десерт.

Урочистий прийом вимагає й парадної форми одягу. Туалети повинні бути вишуканими, але скромними.

На прийоми, що починаються до 20.00, дама може прийти у шовкових, лайкових рукавичках із сумочкою. Рукавички, однак, знімають одразу після приходу.

Англійці на своїх запрошеннях іноді пишуть: «Undress» (без одягу). Це означає, що належить бути в простому костюмі.

Парадний одяг вимагає дотримання деяких загальних правил. До фрака належать: біла краватка-метелик, накрохмалена манишка, стоячий комірець із загнутими кутиками, білий жилет, чорні лаковані черевики. У нагрудній кишені — біла носова хустинка.

До смокінга — біла накрохмалена манішка, стоячий комірець із загнутими кутиками, чорна краватка-метелик, лаковані черевики, чорний жилет.

«Вечеря» починається о 21.00 та пізніше. Від «Обіду» відрізняється лише часом початку.

Проведенню прийомів передують ретельне приготування, що охоплює: вибір виду прийому; складання списку запрошених; розсилання запрошень; складання плану розсаджування за столом; складання меню, сервірування столів та обслуговування гостей, а також підготування промов.

На прийоми типу обідів та сніданків запрошення слід розіслати за 1,5—2 тижні. Відповідь на запрошення відправляють через 3—5 днів після його отримання листом або листівкою незалежно від характеру відповіді.

Сідаючи за стіл, гості згідно з протоколом займають більш (справа від хазяйки) та менш (зліва від хазяйки) почесні місця. При розсаджуванні дотримуються таких правил:

- першими по праву й ліву руку від хазяйки сідають чоловіки, хазяїна оточують дами. Потім місця чергуються: поруч з жінками садять чоловіків, і навпаки;
- жінки не сідають з жінками і на торці столу;
- чоловік не сідає поруч із дружиною;

- два іноземця з однієї країни також не сідають разом;
- останні місця за столом займають співробітники свого закладу, але не жінки.

Хазяїн пропонує руку першій дамі і першим проходить у їдальню. Почесний гість пропонує руку господині дому й вони заходять останніми.

Гості займають свої місця після того, як сяде хазяйка.

Після закінчення сніданку чи обіду господиня встає та виходить із-за столу першою.

У більшості країн сигнал про початок обіду подають хазяїн або хазяйка. У Франції це *bon app'e'tit*, у Німеччині *guten Appetit*, в Італії *buon appetito* тощо. Англосакси не мають еквівалентного виразу в своїй мові і часто просто кидають «*right*». Японці кажуть *itadakimasu* (я приймаю).

Сервірування столу. Стіл має бути широким (0,95—1,20 м). Скатерка повинна бути чистою, накрохмаленою, випрасуваною. Краї скатерки повинні звисати на 30—35 см. Вона має гармоніювати з посудом, його кольором.

Серветки бувають різного розміру. До сніданку, вечери чи обіду подають серветки великого розміру (35 x 35 — 45 x 45 см), а до кавового, чайного столу — менших розмірів (25 x 25 — 35 x 35 см).

Серветки повинні бути одного кольору зі скатеркою.

Перед їжею серветку розстеляють на колінах. Цією серветкою злегка промокають тільки кутики роту. Після трапези серветку складають і кладуть справа від тарілки.

Якщо на стіл кладуть паперові серветки, то їх складають і закладають у спеціальні утримувачі або великі стакани.

Квіти ставлять по центру або на краю стола, якщо там не сидять люди. Букети розставляють на групу 10—12 чоловік. Колір квітів повинен гармоніювати з кольором скатерки, серветок.

На столі розкладають *столові прибори*: ложки, виделки, ножі. Справа від тарілки кладуть ножі гострим кінцем до тарілки.

Якщо в трапезі є перерва, то ніж і виделку кладуть схрещеними на тарілці. Після закінчення обіду обидва прибори кладуть на тарілку паралельно.

Промови і бесіди за столом. Якщо на сніданку чи обіді передбачається обмін промовами або тостами, господар має послати почесному гостю копію свого виступу, щоб він міг підготувати відповідь. Якщо готується важлива зустріч, то відповідь посилають заздалегідь.

Промова або тост включають: привітання на адресу почесного гостя, загальні положення, що стали приводом для зустрічі, загальноприйнятю форму побажання гостям процвітання, щастя тощо.

У відповідь почесний гість повинен висловити подяку за гостинність, схвалення взаємної зацікавленості у зустрічі й запевнення взаємних дружніх почуттів тощо.

Під час виголошення промов і тостів не можна розмовляти, наливати вина, їсти.

На офіційних прийомах промови й тости виголошуються після десерту, коли налите шампанське. На інших прийомах — не раніше 10—15 хв. після початку прийому.

Останнім часом промови виголошують на початку прийому.

Першим промову (тост) виголошує господар, а потім почесний гість.

Під час бесіди слід уникати тем сімейного життя, невдач, хвороб, політики, релігії, доходів родини, про невідомих людей.

Куріння за столом є ознакою неповаги до господині. Палити можна лише з дозволу хазяйки і лише тоді, коли подається кава і коньяк.

Неввічливо запалювати сигарету, якщо хтось говорить тост.

Якщо жінка збирається закурити, то чоловік підносить сірник чи запальничку до її цигарки. Першими закурюють старші віком, почесні гості, а потім інші.

Існує ряд *правил*, яких слід дотримуватися *за столом*.

На сніданок, обід та вечерю слід приходити вчасно.

За стіл господарі запрошуюють не пізніше ніж через 30 хвилин після призначеного строку.

Чоловіки сідають за стіл після того, як сіли дами. Вони супроводжують жінку до столу, запропонувавши праву руку. Чоловік повинен посадити жінку, відсунувши та присунувши стілець, сісти зліва від неї.

Чоловік для дами замовляє блюда, які вона сама вибрала.

Не слід приступати до їжі, перш ніж пригощання не буде запропоновано усім гостям. Чоловіки чекають, поки не почнуть їсти жінки, що сидять поруч.

Починають пити після загального тосту.

Коли подано останнє блюдо, господарі не закінчують їсти першими.

Крихти й шматочки їжі, що падають, треба зчищати непомітно носовою хустинкою.

За столом жінка може сидіти в капелюшку, але без рукавичок.

Нетактовно вставати із-за столу до закінчення вечері чи обіду.

Неввічливо розмовляти з кимось через сусіда, критикувати блюда, читати за столом листи та документи.

Якщо із-за столу встають жінки, чоловіки встають і лишаються, поки вони не вийдуть із кімнати.

Прийшовши у гості, не слід з кожним ручкатися. Обов'язково привітатися з господарями дому, а іншим вклонитися.

Якщо доводиться іти сходами, то чоловік повинен іти позаду жінки на 1—2 сходинки нижче, а спускатися — спереду.

Не слід просити у співрозмовника цигарку, якщо він не пропонує.

Чоловік повинен допомагати жінці роздягтися й одягтися в гардеробі громадського місця.

Проходити на свої місця в залі слід обличчям до тих, хто вже сидить, не примушуючи їх підніматися.

Заходячи в приміщення, чоловік повинен зняти головний убір.

Коли жінка сідає в автомобіль, то слід спочатку присісти, а потім заносити ноги. Виходячи з машини, треба одночасно поставити на асфальт дві ноги.

По вулиці чоловік повинен іти, як правило, зліва від жінки. Якщо ж жінок двоє, то посередині.

Під час офіційних зустрічей прийнято підносити подарунки. Щедрими щодо цього є жителі Сходу. Надійніше

подарувати що-небудь національне і зроблене зі смаком (гравюри, кераміка, коньяк, ілюстровані книжки тощо).

Звичайно, в одному параграфі цієї книжки важко об'єднати і представити всі елементи невербальної поведінки. Подані матеріали фіксують найзагальніші положення.

Отже, в діловому та напівофіційному спілкуванні важливо не лише що, як і коли сказати, але й як триматися в товаристві партнерів. А тому правила невербальної поведінки є так само важливими, оскільки тут також йдеться про певні традиції й табу.

Запитання і завдання

1. Охарактеризуйте основні невербальні засоби спілкування.

2. Розкрийте поняття «міжнародний етикет» та його основні засади і правила.

3. Назвіть основні правила кваліфікованої організації презентації.

4. Яким є етикет національного прапора? Яке місце прапора є почесним?

5. Як ви розумієте слова Б. Вілсона, що «прапор.., під яким ми служимо, — емблема нашої країни, нашої сили, нашого мислення і цілей як нації. Він не має інших характерних особливостей, крім тих, що ми даємо йому із покоління в покоління. Вибір — наш»?

Яким є етикет державного прапора в країні?

а) вивішування в нічний час; б) вивішування при поганих погодних умовах; в) вивішування державних прапорів кількох країн; г) вивішування національного прапору у випадку оголошення національного трауру; г) прояв пошани до державного прапора?

6. Як визначити за розташуванням національних прапорів, якій з трьох запрошених на переговори іноземних делегацій віддають найбільші почесні?

7. Що входить у підготовку до прийому?

8. Назвіть основні правила столового етикету.

9. Види прийомів згідно з міжнародною практикою.

10. Проведіть психологічний тренінг: на практиці змодуйте той чи інший засіб несловесного зв'язку:

I. Знаки ширості та захоплення:

- схвальний погляд, для якого характерні теплота, часто неприховане захоплення поведінкою співрозмовника. Такий знак часто супроводжується доброю усмішкою, доторканням до рукава чи плеча співрозмовника;
- розкриті, звернені до партнера руки. Коли партнер схвильований і хоче показати ширість своїх намагань, він нерідко використовує цей жест, ніби підкреслюючи: «Я повністю поділяю ваші погляди» тощо;
- «розкріпачення» офіційної пози. Партнер, який прихильно сприймає викладену йому пропозицію, мимоволі демонструє це зміною постави (він розслаблюється, схиляється вперед назустріч співрозмовнику). Голова нахилиється, з'являються жвавість, зацікавленість у погляді, розстібається піджак;
- руки прикладені до грудей. Цей жест відомий ще з часу Древнього Риму, він свідчить про чесність та відкритість. Римські легіонери віталися, приклавши одну руку до серця, а другу піднявши відкритою долонею до того, кого зустрічали;
- жест дотику. Ним звичайно хочуть закінчити чи перервати розмову або заспокоїти партнера.

II. Оцінні жести та пози:

- задумливий, допитливий вираз обличчя, що супроводжується характерною позою «рука біля щоки», свідчить про активну розумову діяльність партнера. Він ніби відключається від середовища. Отже, його щось зацікавило. Йому необхідно надати час для поглибленого аналізу інформації. У цей час треба обережно з'ясувати, що конкретно змусило партнера зосередитися на проблемі. Якщо дозволять обставини, краще не квапитися із з'ясуванням причини. Очевидно, партнер сам нагадає про себе додатковим запитанням і невдовзі знову стане активним співрозмовником;
- поворот голови вбік і вниз. Очі опущені. Це жест сумніву, незгоди. Партнер уникає зустрічі поглядом,

- не хоче, щоб здогадалися про його сумніви. Такий жест може означати бажання закінчити дискусію;
- характер руху рук, пальців. Під час розмови стежити треба за лівою рукою. Коли партнер не довіряє, він іноді прикриває рот лівою рукою. Про це ж свідчить почісування партнером кінчика носа. Ознакою недовіри є тісно сплетені руки. Аби розслабити партнера, треба трохи нахилитися до нього;
 - до жестів довіри належить «баня» — пальці з'єднані у вигляді храму. Цей жест свідчить також про те, що людина дуже впевнена в тому, про що вона говорить;
 - протирання скелець окулярів чи покусування їх дужок. Це своєрідна пауза для роздуму. Співрозмовник найімовірніше хоче отримати «тайм-аут» для обдумування пропозиції та формування своєї думки;
 - ходіння по кімнаті. Багато ділових людей використовують цей засіб для роздумів над складною проблемою. З партнером, що ходить по кімнаті, краще не починати розмову, доки він сам не заговорить.

III. Знаки захисту:

- холодний (жорсткий) погляд на фоні фальшивої усмішки. Вираз обличчя показує, що партнер ще володіє собою, але вже ледве стримується. Якщо не вжити деяких заходів, які знижують напруженість, співрозмовник або «зірветься», або замкнеться;
- схилена голова та підняті плечі — характерна постава незгоди та обурення. Часто при цьому малює на папері (стрілки, квадрати, кола). Якщо помічено цю групу жестів у партнера в той час, коли викладаються якісь пропозиції чи вимоги, треба негайно проаналізувати сказане. Може бути, що допущена помилка, недоречність, сприйнята співрозмовником як така, що принижує його гідність. Треба обережно з'ясувати претензії партнера;
- руки, схрещені на грудях, пальці, що вп'ялися в біцепси, найчастіше свідчать про неприйняття пропозиції. Жест характерний для ситуації, коли співрозмовники гостро полемізують та намагаються швидко переконати партнера в безумовних перевагах своєї

пропозиції. Такі пози часто-густо супроводжуються насупленими бровами, стиснутими губами, різкою жестикуляцією, нетерплячим похитуванням голови з боку в бік.

11. Як сервірувати стіл на ділових прийомах?
12. Який перелік приборів на одну особу?
13. Як покласти виделку, ножі?
14. Яким чином розставляють келихи, чарки?
15. З якого боку подається їжа?
16. Які квіти підійдуть на офіційних церемоніях?
17. Яким має бути траурний букет?
18. Як дарувати квіти?
19. Як вручають сувенір, коли?
20. Яким має бути одяг ділової людини? Чим відрізняється святкова одежа?
21. Які вимоги щодо взуття?
22. Ви запросили іноземного партнера додому. Чим його пригощатимете? Яку тему розмови за столом оберете?
23. Яким буде одяг на прийомі «фуршет»?
24. Які емоції передають жести в реченнях? Закінчіть їх, дайте кілька можливих варіантів.

Маша схопилася за голову і закричала...

Максим ляснув себе по лобі і закричав...

Дід замахав руками, повторюючи...

Хлопець сказав, почухавши потилицю...

25. Визначте, що означають вказівні жести і якими словами, окликами вони звичайно супроводжуються:

- собі за праве плече великим пальцем правої руки;
- собі під ноги;
- піднятим великим пальцем правої руки вгору;
- собі в середину грудей пальцями правої руки з одночасним кивком голови.

26. Перевірте на своїх знайомих, чи вгадають вони, що ви маєте на увазі, якщо жестом покажете предмети, зазначені в списку: штопор, петля, молоток, віник, пилка, зубило, ножиці, подушка, телефон, сокира, автомобіль, олівець, мило, скрипка, диригент, вентилятор, фортепіано.

27. Визначте, які жести можуть бути використані для вимови фраз.

Усе це не для мене.

Стукають, стукають і вгорі і внизу.
Прийшли й ті й інші.
Нехай це лишиться між нами.
Ми-то з тобою зрозуміємо один одного.
Нехай, нехай, лиши його.
Позбав мене цього, я цього не хочу.
Ні-ні, ні за що.
Ніхто нічого не зрозуміє.
Усе це не зовсім так.
Тут усе, знаєте, якось...

28. Дайте правильні відповіді на питання наведених нижче текстів:

Чи завжди чоловік повинен пропускати жінку у двері поперед себе?

- а) завжди;
- б) інколи;
- в) якщо інколи, то вкажіть, в яких випадках.

29. Визначте основні правила прийому гостей та поведінку у гостях.

30. Ви підійшли до групи з кількох осіб, серед яких є знайомі та незнайомі вам особи. Як ви будете поводитися?

- а) привітаєтесь з кожним рукоштовуванням;
- б) привітаєтесь з кожним рукоштовуванням і відрекомендуєтесь незнайомим;
- в) потиснете руки знайомим і кивнете головою незнайомим;
- г) кивнете головою усім.

31. Вкажіть, як чоловік повинен супроводжувати жінку на сходах?

- а) піднімаючись вгору;
- б) спускаючись донизу.

32. Один підходить до другого. Хто вітається першим?

- а) той, хто стоїть;
- б) той, хто підходить.

33. Під час ділової бесіди чи переговорів, які супроводжуються чаюванням, ви упустили на підлогу ложку чи серветку. Ваші дії?

34. Обов'язково при зустрічі знайомих чоловіків вітатися рукоштовуванням?

- а) обов'язково;
- б) необов'язково.

- 35. Хто кого пропускає перед дверима — той, хто входить, чи той, хто виходить?**
- а) жінка чи чоловік;
 - б) підлеглий чи керівник;
 - в) молодий чи старший;
 - г) студент чи викладач;
 - г) з двох рівних за статусом людей;
 - д) під час дощу?
- 36. Чи повинен чоловік знімати головний убір при вході до:**
- а) магазину;
 - б) службового приміщення;
 - в) ліфту;
 - г) під'їзду житлового будинку.
- 37. Коли першою вітається жінка?**
- 38. Хто кому першим подає руку?**
- 39. Чи потрібно знімати рукавички для вітання?**
- 40. Коли слід підводитися з місця?**
- 41. Одяг та прикраси — це зорові сигнали, які відразу впадають у вічі. Тому на презентації вони повинні:** а) бути модними; б) відповідати тому, що носять слухачі; в) виражати індивідуальність промовця; г) бути яскравими, щоб привернути увагу; г) свідчити про професіоналізм оратора.
- 42. На прийомі чи в гостях людина зустрілась зі своїм недругом. Чи зобов'язана вона подати руку для привітання?**
- а) зобов'язана;
 - б) незобов'язана.
- 43. Чи повинні на прийомі чоловік і його дружина сидіти поруч?**
- 44. Складіть перелік необхідних складових гардеробу ділової людини.**
- 45. Складіть короткий сценарій проведення презентації уявної солідної фірми.**
- 46. Завтра ви зустрічаєте делегацію. Що вас неодмінно має зацікавити у випуску місцевих новин? Чому?**
- 47. Що можна класти у зовнішню нагрудну кишеню піджака: ручку, олівець, гребінець, окуляри?**
- 48. Як сприймається носіння димчастих окулярів?**
- а) підносить імідж;
 - б) знижує;
 - в) не впливає.

49. Вам, як і кожному з 8 доповідачів-конкурентів, відведено по півтори хвилини для рекламного повідомлення. Який варіант одягу ви оберете?

а) світло-сірий костюм, блакитна сорочка, блідо-сіра краватка;

б) синій костюм, біла сорочка, червона краватка;

в) для такого виступу це не має значення — головне, що і як я скажу.

50. Делегацію гостей слід посадити:

а) обличчям до дверей;

б) спиною до дверей.

51. Під час бесіди американця та японця виникла така ситуація: американець і японець увесь час рухались. Американець весь час робив крок назад, а японець постійно наближався до нього. З чим пов'язана така поведінка?

52. Американський партнер, широко усміхаючись, демонструє свою дружелюбність. Чи позначиться це на результатах переговорів?

53. Який характер має описаний у цьому уривку прийом? Назвіть ключові поняття тексту.

Офіційна церемонія зустрічі (проводів) відбувається біля Маріїнського палацу, біля входу до якого встановлюються державні прапори України та країни-гостя. Біля палацу шикується почесна варта. Оркестр грає державні гімни гостя та України. Під час виконання гімнів лунає салют націй (21 артилерійський залп). Начальник почесної варти віддає рапорт. Після цього керівники двох держав оглядають стрій почесної варти. Після повернення президентів на місце початку церемонії воїни почесної варти проходять перед ними урочистим маршем. Далі відбувається церемонія представлення членів офіційних делегацій обох сторін (*Н. Тимошенко, з журн. «Політика і час»*).

Теми рефератів і повідомлень

- «Міжнародні прийоми та культурні заходи».
- «Привітання жестами».
- «Оформлення приміщення і сервірування столу».
- «У театрі».
- «У кафе і ресторані».

Тема VIII

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДІЛОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ

План

- 8.1. Поняття про спілкування і взаємодію.
- 8.2. Комунікативні потреби людини.
- 8.3. Психічні типи людей.
- 8.4. Психологічні механізми взаємодії ділових партнерів.
- 8.5. Критерії об'єктивної оцінки партнера.

8.1. Спілкування. Що це таке? Звичні для нас словосполучення спілкування *по телефону, спілкування за допомогою комп'ютера, спілкування із подругою* тощо.

Спілкування — складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми, що викликається погребами спільної діяльності і включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприймання і розуміння іншої людини.

Спілкування між партнерами має регламентований характер.

Залежно від різних ознак побутове та ділове спілкування може бути: 1) контактне — дистантне; 2) безпосереднє — опосередковане; 3) усне — письмове; 4) діалогічне — монологічне; 5) міжособистісне — масове.

Комунікативний бік спілкування полягає в обміні інформацією між людьми. *Інтерактивний* бік спілкування виявляється в організації взаємодії між індивідами, т. б. в обміні не лише знаннями, ідеями, а й діями. *Перцептивний* бік спілкування означає сприймання один одного партнерами по комунікації і встановлення на цьому ґрунті взаєморозуміння.

Отже, ділові стосунки здійснюються у вигляді *контакту* та *взаємодії*. Контакт може бути одиничним актом, у ньому відсутня система узгоджених дій партнерів по відношенню один до одного. *Взаємодія* — це систематичні, досить регулярні взаємоспрямовані дії партнерів з метою викликати наперед визначену реакцію. Така зворотна реакція викликає нову реакцію того, хто діє першим. Тобто йдеться про обмін діями чи схемами дій обох партнерів.

Мета спілкування досягається лише у випадку, коли партнери прагнуть до взаємодії, зорієнтовані на отримання взаємної згоди, задоволення потреб кожного.

Однією з умов стабільності ділових відносин між різними організаціями, підприємствами є формування емоційно стійкої цілісної групи, що складається з представників різних фірм.

Ефективне ділове спілкування передбачає взаємну презентацію партнерами свого внутрішнього світогляду, під час якої дії учасників об'єднуються, створюють нову цілісність, якій притаманні нові риси та якості. У цьому аспекті можна розглядати ділове спілкування як процес створення нової інформації, спільної для сторін, що спілкуються.

Умовами ефективної взаємодії у діловому спілкуванні є:

- обопільне прагнення досягти спільних поглядів;
- щирість поглядів на обговорювану проблему;
- дотримання принципу рівноправності сторін.

8.2. Психологи вважають, що кожну людину спонукають до діяльності її власні *потреби*, які вона прагне задовольнити. Наприклад, американський психолог А. Х. Маслоу за ознакою пріоритету виділяє:

- фізіологічні потреби;
- потреби в почутті безпеки;
- потреби в коханні, прихильності, симпатії;
- потреби визнання та адекватної оцінки;
- потреби в реалізації своїх потенційних можливостей, здібностей, талантів.

Ділова людина вступає у зв'язок, намагаючись задовольнити свої потреби та збільшити свою винагороду, зиск. Основними потребами особистості є: визнання почуття гідності, емоційна підтримка та самореалізація.

Контакт виникає і підтримується, коли людина не тільки спокійна і впевнена, що їй ніщо не загрожує, а й бачить емоційний вияв інтересу до своєї особи.

Як бачимо, в основу своєї класифікації Маслоу поклав *фізіологічні потреби*. Справді, задоволення їх — одна з найважливіших умов психічного життя індивідів. Нестача їжі, води, сну, тепла негативно впливає на поведінку особи. Наприклад, нестача кисню викликає збудження, зміну установок, зменшення критичності. Недосипання призводить до порушення біохімічної рівноваги в організмі, уповільнюється реакція, з'являється роздратованість, розсіюється увага. Почуття голоду провокує егоїзм, викликає апатію, притуплення емоцій (проте свідомо установка на голодування значно зменшує ці прояви).

Наступна життєва потреба — *потреба в почутті безпеки*. Кожна людина намагається уникнути нужденності. Вона повинна мати більш-менш задовільний матеріальний стан для того, щоб спокійно розв'язувати виробничі проблеми. Погіршення матеріальних умов життя часто стає причиною депресії, психічних зривів, іноді навіть призводить до самогубства.

Важливим для людини є *відчуття, що її люблять та поважають*. Людина хоче бути впевненою, що у неї є можливість поговорити з кимось про свої проблеми, про себе. Це третя потреба людини, вона спонукає її шукати друзів, підтримувати теплі стосунки з колегами, сусідами, родичами. Звичайно, найбільше людина задовольняє цю потребу в колі сім'ї. Людина, у якої не задоволена потреба в спілкуванні, дуже вразлива. Вона позбавлена найсильніших позитивних емоцій, що знижує її впевненість у самій собі. Усвідомлення того, що підтримка та допомога недоступні їй, робить людину роздратованою, змушує болісно реагувати на зовнішні стресові ситуації.

Четверта життєва потреба, виділена Маслоу, — *потреба визнання й оцінки*. Людині подобається відчувати своє значення, престиж свого стану, схвалення своїх вчинків. Вирішальним тут стає почуття власної гідності. Все, що порушує почуття власної гідності, породжує колосальну енергію, яка виливається в конфлікт.

Відчуття свого значення пов'язано із задоволенням п'ятої потреби — *потреби самореалізації*. Намагання людини показати, на що вона здатна, бажання змінювати навколишній світ своїми ідеями та справами, безперечно, викликає потужний внутрішній імпульс кожного. Шанси якнайкраще використати свої здібності й таланти людина звичайно шукає в роботі. І це природно, бо їй вона віддає значну частину свого життя. Обираючи професію, людина оцінює свої можливості та здібності і сподівається досягти великих успіхів в обраній галузі. Якщо людина відчуває, що вона зі своїми ідеями нікому не потрібна, у неї втрачається віра в себе, розвивається депресія, розчарування.

Щоб людина повірила у свої здібності та можливості, вона має відчутти смак перемоги, успіху. Успіх — це досягнута мета, яку людина поставила собі. Безумовно, для того, аби дії були усвідомлені, цю мету необхідно максимально точно визначити і сформулювати. Це і є перша послуга, яку можна зробити партнерові в діловому спілкуванні.

Успіх неможливий без визнання. Людина повинна відчувати своє значення, пишатися результатами своєї праці. Тому доречно, щоб керівник чи колеги при нагоді зауважували про добре виконану роботу і називали ім'я виконавця.

У діловому спілкуванні, за свідченням психологів, важливо враховувати три компоненти: *пізнавальний*, *емоційний* та *практичний*. Надмірний же вияв одного із компонентів погіршує результати контакту: зосередження тільки на *пізнавальному* компоненті призводить лише до створення методики та стратегії розв'язання проблем; *емоційне* спілкування може звестися лише до взаємообмінних переживаннями, а *практика* закінчиться лише вирішенням конкретної справи.

8.3. У спілкуванні важливо врахувати й психічні типи людей, що контактують, які виділяють за ознаками прояву в психічних характеристиках людини орієнтації на одну із трьох якостей: *сенсорика* — *інтуїція*, *етика* — *логіка*, *екстраверсія* — *інтраверсія* (за А. Аугустинавічуте).

Одним із найефективніших засобів дослідження людської психіки є соціоніка — наука, яка розглядає людські

особи (індивідуальні та колективні) як психоінформаційні системи, що взаємодіють одна з одною на основі об'єктивних законів. Згідно з соціонічним підходом, людське мислення спеціалізоване — існує 16 соціонічних типів особи, тобто 16 механізмів сприймання, переробки і продукування інформації. Це означає, що існує принаймні 16 поглядів на світ, для кожного з яких властива своя ієрархія цінностей: одного більше цікавить емоційний бік життя, іншого — логічний, третього — морально-етичний і т. ін. Зрозуміло, що той чи інший соціотип найкраще знається на тому аспекті, який стоїть найвище в його ієрархії цінностей.

Здатність психіки найкраще орієнтуватися в певному аспекті інформаційного потоку називається «психічною функцією» (термін К.-Г. Юнга). У психіці особи наявні всі 16 психічних функцій, проте з різним рівнем розвитку, що описується «моделлю типу інформаційного метаболізму».

З моделі можна встановити, що кожна психічна функція найяскравіше виявляється в одному із 16-ти соціотипів. Відповідно до своєї найскладнішої і найрозвиненішої, т. з. «першої» («програмної») функції, соціотип мислить найбільш адекватно, діє найбільш впевнено і ефективно. Дещо простіше влаштована т. з. «друга» («творча») функція, проте вона надзвичайно активна і гнучка. Решта психічних функцій мають меншу «чіткість відображення» існуючої реальності.

Від психічних типів людини соціоніка прийшла до відкриття типів народних культур. Тут народ розглядається як єдиний етносоціальний організм — особа вищого рівня, наділена етнічною ментальністю. Ідея розглядати народ як інтегральну особу не нова: її знаходимо в працях як вітчизняних, так і західних дослідників, зокрема М. Бердяєва, Л. Карсавіна, Й. Гердера, В. Гумбольдта. Новизна полягає в тому, що етносоціоніка розглядає етнос як єдину психоінформаційну систему, для якої справедлива та ж типологія, що й для окремих людей.

Наприклад, англійський національний характер відповідає типу «логіко-сенсорний екстраверт» (псевдонім — «Шерлок Холмс»), французький — «етико-сенсорний

екстраверт» («Віктор Гюго»), китайський — «сенсорно-логічний екстраверт» («Чін Фу»), американський — «логіко-інтуїтивний екстраверт» («Джек Лондон») і т.д.

Вже перші розвідки показали серйозність такого підходу. Виявилось, що соціонічні закономірності стосуються не тільки національної психіки, але й мови.

Щоб у цьому переконатися, достатньо порівняти мовні системи, які відповідають етнопсихікам, що належать до різних соціотипів. Чим більше психіка одного народу відрізняється від психіки іншого, тим виразніше спостерігаються відмінності і в їхніх мовах. Але як визначити, які етнопсихіки в цьому плані «ближчі», а які «дальші»? З погляду соціоніки вирішити це завдання неважко.

Усі 16 типів об'єднуються в чотири стійкі групи, т. з. «квадри», для кожної з яких властива своя ієрархія цінностей, своя життєва філософія, свої правила поведінки, свій гумор, свій погляд на те, що важливо, а чим можна знехтувати. Найбільше різняться між собою ті етнопсихіки, які описуються соціотипами з різних квадр, наприклад, німецька (II квадра) і французька (I), японська (IV) і американська (III), українська (IV) і російська (II) і т. д.

«Український характер описується соціотипом «етико-інтуїтивний інтроверт», а російський — «інтуїтивно-етичний інтроверт», — пише І. Каганець. Далі автор продовжує: «Вони належать до протилежних квадр (тобто таких, де системи цінностей «не перетинаються»), а відносини між ними називаються «квазітотожними». Для «квазітотожних» типів характерна зовнішня подібність при протилежних системах цінностей, чим і пояснюється те, що інколи українці і росіяни ззовні видаються подібними.

У чому ж етносоціоніка бачить різницю між українською і російською етнопсихіками? Найбільш розвиненими психічними функціями української душі є т. з. «етика відносин» («програмна» функція) і «інтуїція здібностей» («творча» функція). Що це означає? «Етика відносин» дозволяє орієнтуватися в питаннях, пов'язаних з людськими стосунками, моральністю, симпатіями. «Інтуїція здібностей» дозволяє добре бачити людські таланти, потенційні можливості, орієнтована на пошуки в людській душі «об-

раза Божого», сприймає світ як цілісність, в якій «все впливає на все».

Російська психіка ще знається на аспектах, пов'язаних з так званою білою інтуїцією і етикою драматичних емоцій. Перша дозволяє чудово орієнтуватися в питаннях, пов'язаних із «тіньовими» аспектами людської душі (недосконалість, слабкість, страждання), а друга — розпізнавати емоційний стан, вселяти ентузіазм, або, навпаки, тривогу, безнадійність.

У чому це виявляється? Найперше в тому, що українці стриманіші у вияві своїх емоцій, ніж росіяни. Це спостерігається, зокрема, у фольклорі: у росіян є такий пісенний жанр, як «страдание», а в українців — «дума», у росіян багато надзвичайно гарних голосінь — в українців лише поодинокі випадки.

Причина такої відмінності в тому, що в російській етнопсихіці «етика драматичних емоцій» є однією з двох найрозвиненіших психічних функцій — «творчою» функцією. «Творча» функція використовується особою як інструмент впливу на оточення, в даному випадку — для створення відповідної емоційної атмосфери, щоб підняти дух людини чи, навпаки, зламати його (залежно від поставлених цілей). Можливо, з цим пов'язана наявність в російській мові надзвичайно розвиненої системи лайливої лексики.

А от в українській етнопсихіці «етика драматичних емоцій» не призначена для сприймання і продукування потужних сигналів, тому українці в порівнянні з росіянами менш схильні відкрито виявляти свої емоції. Про цю особливість української душі добре висловився Тарас Шевченко:

«Удвох, кажуть, і плакати

Мов легше, неначе;

Не потурай: легше плакати, як ніхто не бачить».

З іншого боку, українці приділяють більше уваги людським стосункам. Наприклад, в Україні й досі живе традиція називати батьків на «ви», тоді як у росіян навіть до чужих, незнайомих людей зазвичай звертаються на «ти». Зрозуміло, що ці психологічні особливості знайшли відображення і в мові. Наприклад, у росіян є слово «отношения»,

яке в українській мові зустрічає аж чотири відповідники: «відносини», «стосунки», «взаємини» і «ставлення»; російському слову «любовь» відповідають українські «любов» і «кохання». Тобто аспект, пов'язаний з «етикою відносин», в українців краще «пропрацьований», тому й має більше синонімів. Як наслідок, українській мові властиві лагідність і толерантність, які дозволяють «автоматично» підтримувати спілкування на високому рівні, не вдаючись до грубості. Українською мовою важко когось образити чи принизити, навіть людину, яка зійшла з добродійного шляху. Так, наприклад, жінку, що втратила цнотливість, українці називають «повія» — «та, що живе по Вію», тобто за давніми законами сім'ї, яка не ділилась на шлюбні пари. Російські відповідники цьому слову дуже образливі — «шлюха», «потаскуха» та інші. Це пов'язано з тим, що «етика відносин» є для російської душі однією з найменш усвідомлюваних психічних функцій.

А тепер спробуємо порівняти, як відбивається на національних характерах наявність різних психічних функцій, пов'язаних з «інтуїтивними аспектами» світосприймання. Оскільки «інтуїція здібностей» найперше націлена на виявлення у людини творчого потенціалу, то не дивно, що українці — народ з надзвичайно розвиненим магичним мисленням, великою магичною традицією. Якщо проаналізуємо українську пісенність, то побачимо надзвичайну популярність мотиву чарування. У росіян він відсутній, за винятком однієї билини, та й то київського циклу. З цією функцією також пов'язані традиційна українська повага до індивідуальності, довірливість, ліризм, схильність бачити Божий задум у найпростіших речах, прагнення до самовдосконалення.

У росіян добре розвинута психічна функція «біла інтуїція», яка також сфокусована на людині, але цікавиться дещо іншим. «Біла інтуїція» дозволяє чудово знатися на таких аспектах, як страждання людської душі, її слабкість, безсилля, безталання, допомагає бачити заховану в людині небезпеку.

Усе це врешті-решт формує критичне ставлення до людських здібностей: «Мы, русские, всегда так. Может быть, это и хорошая наша черта — способность видеть

свои недостатки, но мы пересаливаем, мы утешаемся иронией, которая у нас всегда готова на языке» (Л. Толстой, «Анна Каренина»). Можливо, з цим пов'язані російські «всепонимание і всепрощение», адже вони виникають з переконання, що люди — грішні і слабкі істоти. У всякому разі, російська мова володіє чи не найбільшим арсеналом для того, щоб переконати людину, що вона «порох і в порох обернеться».

Цікаву думку читаємо у Григорія Кульчицького: «Русский язык действительно уникален и резко выделен среди любых других языков. Прежде всего — тем, что свыше 40 процентов его лексики носит оценочный характер. (В любом другом языке оценочная окрашенность его словарного запаса не превышает 15 процентов). Этот факт хорошо известен лингвистам и культурологам... В русском имеется лишь 2000 лексических единиц (слов) для выражения индивидуальных черт личности. Для сравнения — в немецком таких слов — 4000, в английском — 17000. Индивидуальность, неповторимость другого человека — явно не предмет повышенного интереса в этом коллективистском опыте».

В українській етнопсихіці «біла інтуїція» знаходиться чи не на останньому місці в ієрархії цінностей, тому для українців російський нігілізм щодо людської душі не тільки незрозумілий, але й викликає активне несприйняття. Це дозволяє зрозуміти несподівано різку оцінку, яку дає російській літературі український письменник Валерій Шевчук: «Російські письменники, мені здається, надто вже зосереджуються на людській ущербності, копірсяються в ній, я б сказав, із якоюсь мазохістською насолодою. Загалом, їхня література робить мене ще нікчемнішим, ніж я є, надламає мене іще дужче».

Щодо психічних функцій української і російської душі, ще варто сказати про т. з. «найбільш вразливе місце» — психічну функцію, по якій особа найменше впевнена, схильна до спрощеного розуміння світу, діє прямолінійно, нетворчо. Для української душі це т. з. чорна сенсорика — психічна функція, яка «спеціалізується» на таких аспектах, як вольовий тиск, влада, примус, підко-

рення, агресивність тощо. В результаті українці відчувають відразу до будь-якої грубої влади, будь-який зовнішній вольовий тиск вони сприймають дуже хворобливо, і ця їхня риса простежується принаймні з часів Київської Русі. Тому й не дивно, що в українській мові відсутнє слово «пытка» — для цього вживається латинське «тортури». Зате є слово «поступ», якого немає в російській мові, тому росіяни користуються латинським — «прогрес». На відміну від українців, у росіян «чорна сенсорика» є «цінністю» — т. з. «сугестивною» психічною функцією, по якій інформація сприймається некритично, справляє ефект навіювання, гіпнозу. Як наслідок, росіяни найкраще сприймають тверду, рішучу владу, без якої їм загрожують анархія і хаос. Зрозуміло, стверджує І. Каганець, що це відображено і в мові, порівняйте:

подавляющее большинство — переважна більшість
падеж (падати) — відмінок (відмінний)
склонение (пригинати) — відмінювання («відмінок»)
союзник («союзник», «спів'язень») — спільник («з-пів,
учасник або «з-половини», рівноправний).

Порівняйте також слова українського і російського гімнів:

*Боже Великий, Єдиний,
Нам Україну храни
Волі і Світу промінням
Ти її осіни.
Світлом Науки і Знання
Нас усіх просвіти!*

*Боже, царя храни!
Крепкий, державный
Царь православный
Царствуй на славу,
На славу нам,
На страх врагам!*

У свою чергу, для українців сугестія (навіювання) відбувається по т. з. «діловій логіці», яка відповідає за чесну працю, дотримання правил, процедур, законів, тому українці люблять, щоби все було «по закону», згідно зі звичаями і традиціями. У росіян по-іншому — «ділова логіка» є «вразливою функцією». З одного боку, це дає підстави для нестандартного мислення, коли відкидаються будь-які правила та авторитети і з'являється можливість прийти до унікальних рішень. З другого боку, нехтування минулим досвідом нерідко призводить до того, що розвиток часто починається «з чистої дошки» і йде «своим,

особым путем», на що звернув увагу ще Петро Чаадаєв у своїх «Философических письмах».

Через лексичний склад мови можна проаналізувати кожен рису народної психіки (і не тільки українців чи росіян), пояснити багато ефектів, які досі вважалися загадковими. Зокрема, соціонічний підхід переконливо показує, що ставити питання про вищість тієї чи іншої мови так само абсурдно, як питання «що більше: грам чи сантиметр?», адже різні мови спеціалізуються на різних аспектах інформаційного потоку і дозволяють пізнавати світ зі свого, унікального погляду. Тому людина, що володіє різними мовами, отримує свого роду «стереоскопічне бачення», дістає можливість адекватнішого розуміння суті речей. Насамкінець зауважимо, що соціоніка не претендує на вичерпне пояснення всієї різноманітності виявів людського духу. Але вона показує, що навіть такі надзвичайно складні і хаотизовані явища, як психіка і мова, все ж знаходяться в рамках певних закономірностей, які піддаються раціональному поясненню.

Найкращим психічним типом є дуалізований (спокійний, гуманний, чутливий).

8.4. Знання соціальної сумісності дозволяє зрозуміти глибинні причини незгод та конфліктів і створити максимально безконфліктні робочі групи на ділових переговорах.

Конфлікт — зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок або поглядів двох чи кількох людей. Для появи конфлікту потрібна наявність інциденту (приводу), коли партнери починають утискати інтереси іншої сторони.

Конфлікти в діловій сфері викликаються різними причинами: порушення або недотримання норм ділової етики; зіткнення протилежних думок, різних оцінок і підходів. В умовах конфліктної ситуації важливо припинити критику та виявити причини появи конфлікту, намагатися зрозуміти партнера. Витримка і такт працюють на усунення морально-психологічної тональності конфлікту. Отже, важливо виробити стиль поведінки: пристосування; компроміс; співробітництво; ігнорування конфлікту; суперництво, конкуренція.

У діловому спілкуванні партнери пропонують один одному три речі: товар чи послугу, свою фірму чи установу та самого себе як консультанта, радника чи співбесідника. Тому ділові люди повинні вміти об'єктивно оцінювати як партнера, так і себе, намагатися вдосконалювати ділову поведінку.

Для ефективної побудови тактики і стратегії ділового спілкування, організації взаємовигідної спільної діяльності партнерам необхідно об'єктивно оцінити і врахувати особливості характеристики один одного. У діловому спілкуванні визначають формальні й неформальні методи сприйняття, вивчення та оцінки особистості. До перших відносять цілеспрямовані бесіди, вивчення біографій та документів, різні тести. До других — інтуїтивні засоби.

З використанням формальних методів досягається ясність та визначеність сприйняття, бо процес оцінки ставиться під контроль свідомості. Практика свідчить, що в діловому світі прийнято, перш ніж виходити на контакт із фірмою, вивчати біографії її керівників. Соціальне походження, життєвий шлях людини часто дають багато інформації про її можливі життєві принципи, мотиви, інтереси та інші важливі для ділового спілкування характеристики, які варто брати до уваги.

Тести, як формальний метод оцінки особистості, непридатні для вивчення партнера, але ними можна скористатися для самоаналізу та самодіагностики.

Слід мати на увазі, що у спілкуванні не все у сприйнятті особистості відбувається усвідомлено.

Щоб навчитися ставити під контроль свідомості оцінку іншої людини та свою поведінку, необхідно ознайомитися із загальною схемою сприйняття людиною будь-чого, в тому числі й ділового партнера.

Психологи стверджують, що у своїй реакції на ситуацію 90% керуються почуттями і тільки 10% — розумом.

Отже, якщо при спілкуванні спочатку викликати у партнера приємні відчуття, впевненість у тому, що ваші наміри добрі, буде набагато легше завоювати його розум доказами доцільності та законності того, що йому пропонується. Якщо ж у перші хвилини контакту почуття не будуть завойовані, апелювати до розуму буде важко.

Для аналізу сприйняття партнерами один одного на рівні підсвідомості дуже важливе розуміння психологічних механізмів експектації та емпатії, природи їх виникнення та розвитку.

Експектація — це підсвідоме формування судження про людину, яке складається спочатку без визначення його словами. У розмові, наприклад, співрозмовники ніби передбачають поведінку одне одного. Життєвий досвід показує, що здатність до цього люди набувають тільки постійно перебуваючи на очах один в одного.

Емпатія — це спроможність розуміти хід думок та емоційний стан іншої людини. Цей психологічний механізм дозволяє людині мовби зсередини подивитися на партнера, побачити його систему мотивів.

Обидва ці механізми проявляються постійно за умови доброзичливих стосунків та позитивного загального ставлення до інших людей. Сформувати таке ставлення допомагає розуміння того, що є об'єктивні якості, закладені в психіці людини природою, які дуже важко, іноді неможливо змінити. Але якщо в спілкуванні не реагувати на них гостро, то воно стане більш ефективним.

Хоча психологічні характеристики людини дуже різноманітні, можна визначити деякі однорідні групи людей залежно від ознак, які беруться за типологічну основу. Знати такі типології діловій людині необхідно.

Визначення психологічного типу особистості є найважливішим чинником успіху ділового спілкування, бо типологічно різні люди по-різному, іноді прямо протилежно реагують на одну й ту саму інформацію, один і той самий метод її передачі. У цьому процесі найперше — треба визначити темперамент і характер партнера. Є чотири різновиди темпераментів людей, які залежать від вроджених якостей їх нервової системи: холеричний, сангвінічний, флегматичний та меланхолічний. Відтворюючись у життєвій активності та емоційній стійкості людини, темпераменти позначаються й на характері спілкування. Наприклад, такі риси спілкування, як емоційність, жвавість, виразність, багато в чому визначаються темпераментом.

Холеричний темперамент характеризується підвищеною збуджуваністю та неврівноваженістю. У стосунках з людьми йому притаманні перепади від симпатії до антипатії. Холерики гарні у спілкуванні, вони експресивні, виразні в рухах, мова їх емоційна. Оточуючим вони здаються яскравими натурами, але їхній настрій не буває стабільним. За певного збігу обставин людина холеричного типу здатна проявити велику силу волі, динамічність. Найбільшу вигоду від діяльності холерика можна отримати, якщо постійно забезпечувати йому зміну характеру діяльності, проблем, завдань.

Сангвінічний темперамент також відзначається великою динамікою та активністю, найлегший з усіх типів у спілкуванні, сангвініки пристосовуються до змін обставин. Вони товариські, комунікабельні, легко переживають неприємності. Товариськість та неконфліктність сангвініків створюють умови доброзичливого клімату в робочій групі.

Флегматичний тип має характерною ознакою слабку збуджуваність та чутливість. Це люди спокійні, витримані, в рухах дещо уповільнені. У них не буває різких перепадів настрою. Відзначаються також наполегливістю в досягненні мети. Щоб отримати позитивний результат, їх не слід квапити.

Меланхолічний тип характеризується підвищеною чутливістю та збудженістю. Люди цього типу часто відчувають перебільшений страх у небезпечних ситуаціях. Меланхоліки досягають значних успіхів у роботі, яка потребує високої точності та уваги, для них головне в роботі — спокійна, доброзичлива обстановка. Вони ще більш спокійні, ніж флегматики, у них спостерігається схильність до нудьги, вони часто усамітнюються.

Якщо робоча група для укладання угоди з партнером буде створена без урахування доцільних сполучень темпераментів, то дуже ймовірна конфліктна ситуація та затримка переговорів. Тому слід пам'ятати, що в парах партнерів, які взаємно не сприймають один одного, частіше зустрічаються сполучення «холерик — холерик», «сангвінік — сангвінік» та «флегматик — сангвінік». Найбільший

діапазон узгодження з іншими типами темпераменту мають меланхоліки, які усталено зберігають відносини з меланхоліками, флегматиками та сангвініками. Поєднання в групі меланхоліка з холериком зустрічається лише вряди-годи, оскільки холерики через свою нестриманість погано співіснують з будь-якими типами темпераменту.

Сангвінікам та флегматикам не потрібна довірлива обстановка, бо вони здатні самі вирішувати свої проблеми. Тому їхні стосунки стабільніші.

За характером, тобто за такими рисами, як замкнутість чи відвертість, намаганнями усамітнитися чи бути завжди на людях, комунікабельністю, психологи поділяють людей на інтровертів та екстравертів. Інтроверт зосереджений на своєму внутрішньому світі, екстраверт — звернений назовні.

Інтроверта можна охарактеризувати як людину, заглиблену в себе, свої думки, переживання. Його духовне життя може бути емоційним та багатим, але зовні це не проявляється. Інтроверт не любить допускати сторонніх у свій внутрішній світ. Він відчуває більший спокій та впевненість наодинці, не шукає широкого кола спілкування, обирає собі одного товариша і дуже прив'язується до нього. Комунікативні здібності в інтроверта розвинуті слабо, а тому в компаніях та на публічних виступах він почувається невпевнено.

Екстраверт, навпаки, не любить самотності, завжди прагне спілкування. Ці люди легко знайомляться, мають широкі зв'язки, але характер їхнього спілкування не відзначається глибиною. Для них важливу роль відіграє сам контакт з людьми.

Однак у чистому вигляді інтроверти й екстраверти у житті мало зустрічаються. Частіше — *нормверти*, які під впливом обставин чи життєвого досвіду набувають характерних ознак інтровертів чи екстравертів.

Визначення темпераменту та характеру партнера, як бачимо, дає багато інформації для обрання правильного способу спілкування з ним. Але ділова людина може отримати додаткову корисну інформацію, вивчаючи типи, визначені за іншими характерними особливостями психіки людини.

Так, наприклад, доцільно знати, до якого типу людей за цільовими установками у спілкуванні належить партнер.

Психологи вважають, що три компоненти психіки людини, якими вона наділена природою, — пізнавальність, емоційність і практичність, — формують три типи її цільових установок.

Якщо у людини розвинена установка у спілкуванні на пізнання світу і себе, то вона належить до типу «мислителя». Для цього типу головне — отримати від партнера нову інформацію, і цю потребу слід обов'язково задовольнити, щоб виник позитивний емоційний контакт.

Установка людини на отримання задоволення від обміну почуттями, емоціями дозволяє віднести її до типу «співрозмовника».

Якщо в поведінці людини, у спілкуванні переважає потяг до владнання своїх конкретних справ, психологи відносять її до типу «практиків».

Ділова поведінка людини визначається взаємодією трьох компонентів психіки, причому кожен з них необхідний, важливий у ділових контактах.

У розвитку ділового спілкування надзвичайно важливу роль відіграють характерні особливості контактності партнерів. З цих позицій слід враховувати поради психологів, які, за здатністю виходити на контакт, розрізняють такі типи людей: «черепахи», «хамелеони», «леви», «дикобрази», «безбарвні».

«Черепахи» ховають свої почуття та переживання під «панциром», вони не здатні на їх бурхливі прояви.

«Хамелеони» «тримають ніс за вітром», вони добре і швидко підігрівають співрозмовника: співчують, обурюються, підлещують залежно від обставин.

«Леви» перебувають у постійному русі, діях, їх внутрішній світ не обмежується переліком службових справ. Вони відчують свою ділову перевагу й пишаються цим.

«Дикобрази» завжди стривожені, ворожі, вони ніби постійно очікують неприємностей від оточення.

«Безбарвні», здається, розчиняються в навколишньому середовищі, вони нічим не помітні, не залишають сліду в пам'яті.

Визначивши, до якого типу належить діловий партнер, можна побудувати тактику спілкування з ним, не створюючи ситуацій, за яких би йому довелося вийти за межі свого психологічного типу. Так, «черепашу» не слід викликати на відвертість, «дикобраза» — тривожити негативними прогнозами розвитку явищ тощо. Слід пам'ятати, що людина може належати до будь-якого типу і водночас поєднувати риси інших типів.

Дуже важливо звернути увагу на те, що один і той самий співрозмовник часто міняє свій «класифікаційний тип» залежно від ходу бесіди, позиції своїх ділових партнерів, загальних та особистих інтересів, які вони представляють і відстоюють.

Основними критеріями, відповідно до яких складена наступна класифікація типів ділових співрозмовників, є: компетентність; відвертість та ширість співбесідника; володіння прийомами спілкування з іншими учасниками розмови; зацікавленість у темі й успіху бесіди.

«Абстрактними типами» співрозмовників є наступні:

1. **Сварлива людина, «нігіліст».** Такий співрозмовник часто виходить за професійні рамки бесіди. У ході бесіди він нетерплячий, нестриманий і збуджений. Своєю позицією та підходом він знічує співбесідників і несвідомо наводить їх на те, щоб вони не погодилися з його тезами й переконаннями. По відношенню до нього слід себе поводити так:

- обговорити з ним та обґрунтувати суперечливі моменти, якщо вони відомі, до початку бесіди;
- завжди залишатися холоднокривним і компетентним;
- ретельно стежити за тим, щоб по можливості рішення формулювалися його словами;
- якщо можна, надати іншим можливість спростувати його твердження, а потім відхилити їх;
- притягнути його на свій бік, спробувати зробити з нього позитивну людину;
- говорити з ним віч-на-віч у перервах і паузах переговорів, щоб дізнатися про істинні причини його негативної позиції;

- в екстремальних випадках наполягати на тому, щоб ділова бесіда була призупинена, і продовжити її пізніше;
- за столом або в приміщенні посадити його в «мертвий кут».

2. Позитивна людина. Це, звичайно, найприємніший тип співрозмовника, добродушний і працелюбний, він дозволяє разом з ним зробити висновки і спокійно провести дискусію. По відношенню до нього слід зайняти таку позицію:

- разом з'ясовувати і закінчувати розгляд окремих випадків;
- стежити за тим, щоб усі інші співрозмовники були згодні з цим позитивним підходом в даній діловій бесіді;
- у важких і суперечливих питаннях, ситуаціях шукати допомогу й підтримку у співрозмовника цього типу;
- у групі співбесідників посадити його там, де є вільне місце.

3. Усезнайка. Цей думає, що він усе знає найкраще. Про все в нього є своя думка, він завжди вимагає слова. У спілкуванні з ним слід дотримуватися таких правил:

- посадити його поряд з тим, хто веде бесіду;
- час від часу нагадувати йому, що інші також хочуть висловитися;
- дати йому можливість зробити проміжні висновки;
- у разі сміливих та ризикованих тверджень дайте можливість іншим співрозмовникам виробити й висловити свій погляд;
- іноді ставити йому складні спеціальні питання, на які за необхідності може відповісти той, хто веде бесіду.

4. Базіка. Часто безтактно й безпричинно перериває хід бесіди. Не зважає на час, який витрачає на свої випадки. Як до нього ставитися:

- як до усезнайки, посадити його поближче до того, хто веде бесіду або до іншої авторитетної особи;
- з максимальним тактом зупиняти;
- коли він відхилиться від теми бесіди, спитати його, у чому він бачить зв'язок з предметом бесіди;

— спитати поіменно учасників бесіди, яка їхня думка.

5. **Боягуз.** Цей тип співрозмовника відрізняється не-достанною впевненістю в публічних виступах. Він швидше промовчить, аніж висловить думку, в якій невпевнений. З такою людиною слід поводитися делікатно:

- задавати йому легкі інформаційні питання;
- похвалити його, щоб він розвинув свої зауваження;
- допомагати йому формулювати думки;
- спеціально подякувати йому за його внесок у бесіду.

6. **Холоднокровний недоступний співрозмовник.** Така людина закрита, часто відчуває себе поза часом і простором, поза темою конкретної ділової бесіди, оскільки усе це йому здається недостойним уваги й зусиль. Будь-яким чином слід:

- зацікавити його в обміні досвідом;
- спитати його: «Здається, Ви не зовсім згодні з тим, що сказано. Звичайно, нам усім було б цікаво дізнатися, чому?»;
- у перервах та паузах бесіди спробувати з'ясувати причини такої поведінки.

7. **Незацікавлений співрозмовник.** Тема бесіди його взагалі не цікавить. Тому треба:

- ставити йому питання інформативного характеру;
- надати темі бесіди цікавої й привабливої форми;
- ставити стимулюючі питання;
- намагатися з'ясувати, що цікавить його особисто.

8. **«Велике цабе».** Такий співрозмовник не витримує критики — ні прямої, ні непрямої. Він поводить себе зверхньо. Тому позиція повинна бути така:

- не можна дозволити грати роль гостя під час бесіди;
- треба дати можливість зайняти рівноправну позицію;
- не допускати ніякої критики на його адресу в присутності інших;
- завжди чітко розуміти, що йдеться про одну ділову бесіду, і розуміти, хто є ініціатором цієї бесіди;
- відпрацювати метод діалогу «так — але».

9. **Чомучка.** Здається, що цей співрозмовник тільки для того й створений, щоб придумувати й задавати питання. Як з ним упоратися:

- усі його питання відразу спрямовувати до всіх співрозмовників, а якщо він один, то йому самому;
- визнавати його правоту, якщо немає можливості дати йому потрібну відповідь.

У діловому спілкуванні кінцевою метою є розробка взаємоприйняттого всіма партнерами рішення на основі глибокого аналізу суті проблемної ситуації. У зв'язку з цим являє інтерес класифікація людей за характером пізнавальної діяльності та способами і причинами прийняття рішень. За такими ознаками психологи розрізняють типи: емоційний, аналітичний, відчуваючий та інтуїтивний.

Емоційний тип керується в поведінці своїм минулим. Він невпевнено почуває себе в нових умовах, намагається уникнути рішень, які розривають його зв'язок із минулим. У молодості такі люди здатні до ризику, а починаючи з середнього віку, стають консерваторами. Для них значущі лише ті події, які залишають яскравий слід у пам'яті. Емоційні люди важко змінюють свою думку про іншу людину. Вони розглядають події лише з позицій особистої оцінки: що—кому—коли—хтось зробив.

Аналітичний тип відзначається деякою байдужістю у ставленні до оточення, подій. Та це на перший погляд. Події глибоко цікавлять цих людей, але тільки як суто логічний процес. Вони самі живуть за створеним ними графіком і стежать, до якої системи входять вчинки інших людей. Вони не швидкі в діях. Перш ніж діяти, вони повинні подумати. Внаслідок цього аналітичний тип частіш бездіяльний у кризових ситуаціях. Однак, якщо криза поглиблюється, зростає їхня спроможність подолати її. Жоден тип не здатний так, як вони, планувати майбутню діяльність. Причому люди цього типу обстоюють план дуже активно, якщо він розроблений ними. Мова — засіб їхньої боротьби. За умови не досить розвинутого інтелекту вони перетворюються на догматиків, набувають рис самовпевненості, пихатості, зарозумілості.

Відчуваючий тип сприймає дійсність, не посилаючись ні на минуле, ні на майбутнє. Прекрасно впорується з кризовими ситуаціями та несподіванками.

Інтуїтивний тип часто створює враження людини легковажної, нереалістичної. У цих людей постійно виникають різні ідеї, які вони відразу ж намагаються реалізувати.

Вони, як правило, дуже непунктуальні. Добре надихають інших передбаченням майбутнього, добрі агітатори. Якщо вони розумні та врівноважені — добре передбачають майбутнє. Якщо їхній інтелект невисокий, вони здатні суттєво зашкодити оточуючим. Свої переконання такі люди обстоюють дуже запально. Життя часто втомлює їх, вони мало його цінують. Поспішливі вони і в спілкуванні.

Крім того, слід враховувати, що існують міжнародні команди, де француз, німець чи японець бачать усе в межах свого кругозору. Р. Льюїс запропонував такий підхід, коли перевага стає на боці взаєморозуміння партнерів і при цьому слід врахувати можливі проблеми, що можуть виникати, наприклад, у британців з французами, іспанцями, італійцями. Основа взаєморозуміння у кожному випадку буде різною:

Великобританія Франція	Великобританія Іспанія	Великобританія Італія
Почуття переваги	Любов до театру, інтриги	Гнучкість
Месіанізм	Прагнення підтри- мати невдачу	Поміркованість
Орієнтованість на тривалий термін співробітництва	Невизначеність, ді- яльність як-небудь	Експорт заради ви- живання
Консерватизм	Гумор	Дипломатичність, почуття такту
Інтерес до мистец- тва та науки	Недовіра до фран- цузів	Любов до мистецтва
Імперське минуле	Почуття власного достоїнства	Товариськість, уміння вести світ- ську бесіду
Зневажливе став- лення до мови	Індивідуалізм	Звертання один до одного на ім'я
	Слабке знання іно- земних мов	Прагнення компро- місу
	Життя збоку від панівних європей- ських тенденцій	

За наявності несумісності перший крок до адаптації треба зробити, щоб не допустити роздратування, наприклад, італійця при нагадуванні, що його найвідомішим товаром є спагеті; від балакучості француза; іспанець може образитися на зауваження про непунктуальність. Головними засобами, щоб уникнути роздратування, є здоровий глузд, гарні манери й зваженість суджень. Наприклад, компанія Unilever обрала керівником маркетингу в Південній Америці не бразильця чи аргентинця, а індійця, який пройшов курс мовного та крос-культурного навчання, оскільки він виявляв орієнтованість на людей, уміння вести переговори й сердечність.

8.5. Звичайно, об'єктивна оцінка партнера залежить від того, наскільки ми володіємо методами, але треба звертати увагу і на деякі психологічні чинники, що зумовлюють необ'єктивність висновків.

По-перше — це погляди, думки осіб, які можуть сформувати негативну чи позитивну установку на партнера, що заважатиме організації ефективного спілкування з ним. Як перебільшено позитивна, так і перебільшено негативна оцінка не дозволить критично оцінити партнера, його поведінку.

По-друге — стереотипи. На основі якихось суджень складаються деякі стандарти, що заважають виходити за їх межі: «Усі огрядні — добряки», «Усі блондинки — легковажні», «Люди з вузьким лобом — невеликого розуму» тощо. Слід позбавитися впливу таких тверджень. Кожна людина — це завжди індивідуальність. І, виявляючи у людей риси, зафіксовані досвідом як негативні, слід обов'язково шукати якісь інші добрі ознаки, що обов'язково сприятиме ефективному спілкуванню.

Не менш важливим чинником об'єктивної оцінки є психічний стан людини. Піднесений настрій одного з партнерів може позитивно вплинути на стан іншого, додати йому оптимізму та створити позитивний емоційний контакт. Протилежні наслідки у разі поганого настрою.

Суть такого чинника, як гала-ефект, полягає в тому, що часто якась деталь, елемент у поведінці чи зовнішньому вигляді партнера подобається чи не подобається іншо-

му, і це почуття формує загальну комплексну оцінку самої людини. Щодо цього зауважимо: по-перше, немає людини без вад, а, по-друге, те, що нам дуже сподобалося чи ні, може в подальшому здатися випадковістю.

Індивідуально-психологічні особливості партнера, якщо вони не визначені достатньо глибоко та всебічно, можуть також призвести до помилки в обраному стилі спілкування з ним.

Коли ми оцінюємо іншу людину, то переважно підсвідомо виділяємо в ній якості, які цінуємо у себе чи в інших людях. Розумна людина намагається завжди оцінити розум, красива — красу, хитра — ступінь наївності тощо.

Спрошення — це чинник, під впливом якого перебільшується результат першого враження про партнера. Як відомо, цей ефект дуже сильний, а тому треба бути готовим переглянути свої оцінки партнера з часом, набувши досвіду спілкування з ним.

Проте, хоча життєвий досвід і набагато спрощує ефект першого враження, повністю ігнорувати його недоцільно.

Негативний досвід спілкування теж є чинником, що впливає на оцінку партнерів. Помилки, які колись призвели до неприємностей в спілкуванні, накопичуються в підсвідомості, і це значно заважає спілкуванню. Тут має значення все: манера партнера говорити, його жести, одяг. Усе те, що нагадує нам прикрі невдачі.

І, нарешті, інтеграційний чинник — комунікаційна некомпетентність, тобто незнання законів спілкування.

Маючи уявлення про психологічні моменти спілкування, про методи оцінки партнера, ділова людина може так побудувати діалог, що він буде максимально насичений позитивними емоціями. У цьому разі буде ефективною взаємодія ділових партнерів, будуть створені передумови для прийняття правильних рішень.

Запитання і завдання

- 1. Що таке спілкування?**
- 2. Назвіть соціально-психологічні типи людей.**
- 3. Як під час ділової розмови можна нейтралізувати недоліки в підходах до бесіди того чи іншого абстрактного типу партнера?**

4. Які є критерії об'єктивної оцінки співрозмовника, або ширше — ділового партнера?

5. Які якості ділової жінки найбільш цінуються чоловіками, і які якості ділового чоловіка найбільш цінуються жінками?

6. Визначте типологію та основні риси стилів керівництва.

7. Розкрийте етичні аспекти культури дискусій.

8. Визначте основні шляхи та методи: а) запобігання загостренню конфлікту; б) врегулювання конфліктів.

9. Назвіть риси характеру, необхідні вітчизняному підприємцю.

10. Доповідач не стоїть на місці, ходить перед слухачами. Як це позначиться на сприйнятті його виступу?

11. У діловому контакті необхідно:

а) примирити позиції, а не інтереси;

б) примирити інтереси, а не позиції;

в) примирити і інтереси, і позиції.

12. Під час ділової бесіди партнер грається авторучкою. Що це може означати?

13. У висловлюваннях партнера є те, з чим ви незгодні, з деякими моментами ви можете погодитися. З чого ви починаєте висловлювати свою думку?

14. Які риси людини ви можете виділити за характером вбрання: коли людина у військовому; коли людина з'являється у светрі; у майці з яскравими написами; у шкіряному одязі?

Теми рефератів і повідомлень

• «Варіанти розв'язання протиріч на переговорах або типи рішень».

• «Тактичні прийоми, що застосовуються на всіх етапах переговорів».

• «Тактичні прийоми, які готуються завчасно».

• «Методи переговорів, що використовуються на етапі уточнення позицій».

• «Методи переговорів, які застосовуються на етапі обговорення позицій».

• «Методи переговорів, що вживаються на етапі узгодження позицій».

• «Недоліки під час ведення переговорів».

• «Умови, необхідні для успішного ведення переговорів».

• «Головні показники успішності переговорів».

• «Тестування як метод оцінки партнера».

Тема ІХ

НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Діловий світ неоднорідний як у соціально-політичному, так і в національному плані. У кожного народу є власні культурні традиції, свій національний характер. Навіть народи-сусіди, що сповідують одну релігію, часто мають суттєві відмінності в мові та звичаях.

Спеціалісти з міжнародних контактів дотримуються різних поглядів на те, як представники різних народів та регіонів світу повинні враховувати національні особливості спілкування при проведенні спільних справ. Одні вважають, що інтенсивність ділового спілкування призводить до розмивання національних кордонів. Глобалізація інформаційних систем, розвиток міжнародних політичних, економічних і культурних зв'язків сприяє взаємодії національних стилів спілкування, формує єдині параметри переговорів. Інші, навпаки, схильні надавати національним особливостям дуже великого значення.

Справді, національні особливості не можна не враховувати в діловому спілкуванні. Їх слід знати, щоб запобігти конфліктним ситуаціям.

Отже, **національний стиль спілкування** — це лише типові, найбільш поширені, найбільш вірогідні особливості мислення й поведінки. Тому при першій зустрічі з іноземцем слід знати такі орієнтири.

Австралія

У спілкуванні з діловими партнерами слід уникати надмірної метушні, а разом з тим і педантичності. Австралійці надають перевагу спокійним, неспішним співбесідам. Найбільш популярна тема — відпочинок. Ав-

стралійці дуже люблять спорт, тому треба приготуватися до розмови про скачки, серфінг, футбол і под.

В Австралії дуже популярні червоні вина місцевого виробництва. Тому у бесіді з партнером не зайвим буде відзначити смакові якості австралійських вин, — і ви завоюєте свого співбесідника. У цій країні ділові люди не надають особливої ваги одягу. У гості прийнято прийти хоча б з пляшкою вина.

Дистанція між співбесідниками велика (60 — 100 см).

Англія

Для бізнесменів цієї країни характерний консерватизм, відданість традиціям. Слід зазначити, що такий консерватизм не завжди обтяжливий, бо дозволяє швидко та економно вирішувати багато ділових проблем. У всякому разі, можна бути впевненим, що, згідно з англійськими традиціями, під час ланчу можна зателефонувати будь-якій офіційній особі, це буде доречно. Оскільки слова англійця — вексель, усних домовленостей треба додержуватися ретельніше, ніж письмових.

У переговорах з англійцями слід мати на увазі, що вони дуже спостережливі, добрі психологи, не сприймають фальші.

Британські фірми приймають рішення повільніше, навіть від японських, але ступінь ризику в рішенні мінімальний. Проведення переговорів з англійцями базується на використанні фактичного, статистичного, довідкового матеріалу в значному обсязі. Для розвитку відносин з фірмами з інших країн важливе значення має характер політичних стосунків з нею Англії.

Англіїці дуже чутливі до знаків уваги поза переговорами. Тому діловим колегам в Англії необхідно надсилати листи з привітанням до свята чи дня народження.

Арабські країни

Канони мусульманської релігії ускладнюють обмін діловою інформацією. Все ж араби часто укладають контракти з іноземцями. Головне — уникати таких вчинків, що принижують гідність арабів: зловживання алкоголем, непристойний одяг, фамільярність по відношенню до жінок. Іноземні жінки приймаються без чадри.

Араби цінують щирість у переговорах та розраховують на взаємну повагу. Слід триматися ближче при розмові з арабом, ніж з британцем або німцем. Вони надають великої ваги «контакту поглядів».

Оскільки сім'я має першочергову роль в житті арабів, то треба виявляти щирі цікавість до всіх членів родини вашого партнера. При відвідуванні країн добре буде привезти з собою подарунки, які він, зауважте, не буде відкривати при вас.

Треба їсти правою рукою і брати лише ті блюда, що вам запропонують.

Зустрічаючись з арабами, ви повинні говорити не лише багато, а й голосно, емоційно, переконливо.

Західна Європа

Тут діють чотири правила вишуканої поведінки: ввічливість, простота, вихованість, гідність. Особливою ознакою доброго виховання є точність в усьому.

Належна увага приділяється зовнішньому вигляду. Слід зауважити, що в цих країнах при зверненні до партнера краще називати його за титулом, тобто вживати такі слова, як *директор, доктор, інженер*. Так, у Швейцарії досить сказати «пане директоре», у Німеччині треба до цього додати прізвище. Деякі розбіжності спостерігаються і в проведенні переговорів. Так, у Швейцарії та Австрії цьому процесу притаманна стримана манера — цілеспрямованість і сухість.

Популярними темами спілкування є розмір помешкань, престиж автомобілів, відпустка. Жителі Швейцарії люблять говорити про гроші. Економність нації позначається й на стилі життя: під час ділової поїздки навіть директор фірми користується комунальним транспортом.

Під час відвідування ресторанів прийнято давати чайові в розмірі 10% вартості послуг. Сувеніри не люблять, краще дарувати квіти.

Індія

Необхідно насамперед знати, що, хоч у цій країні користуються англійською мовою, вона значно відрізняється від класичної за вимовою.

Психологічною основою ділового спілкування в Індії є повага до «карми» — долі. Тому дуже поважають прогно-

зи астрологів, що враховується при організації переговорів та підписанні договорів.

Індійці без поспіху сприймають інформацію та приймають рішення. Вони спокійно реагують на затримку виконання обов'язків.

Психологія «індійського купця» орієнтує на прагнення обхитрити колегу. При організації переговорів слід звернути увагу на обов'язковість презентації товару, уміння йти на розумний компроміс та поступки.

На ділових прийомах не слід виступати з ініціативою випити спиртне — це повинні робити господарі.

Доречним подарунком будуть цукерки, настінні годинники, коньяк. Тут цінується церемонія вручення подарунків.

Італія

Будь-яке знайомство з представниками ділового світу тут починається з вручення візитівок. Переговори повинні проводити особи приблизно одного статусу. Слід зауважити, що переговори відбуватимуться інтенсивніше, якщо італійці переконані у можливості встановлення довгострокових відносин.

Італійці чітко ставляться до правил ділової етики. Але водночас багато питань вони згодні вирішувати у неофіційній обстановці, в дружній атмосфері.

Оскільки італійці пишаються своєю країною як колискою багатьох видів мистецтв, то треба бути готовим вести розмову на ці теми.

Іспанія

Національною особливістю психології іспанських бізнесменів є дотримання філософії «мачеїзму» (розподіл ролей між жінкою і чоловіком, коли чоловік багато працює, а жінка створює сприятливі обставини для цього).

Більшість іспанців вважає чинниками успіху в ділових справах долю та вдачу. Важливими є протекціонізм, приятельські та сімейні зв'язки.

Китай

Китайський народ не може, наслідуючи жорсткі принципи конфуціанства та інших давніх традицій, не проектувати їх на ділову культуру.

Китайці віддають перевагу офіційності. Вони чітко дотримуються дистанції між начальством та підлеглими. Схвально ставляться до залежності від впливових людей. Під час переговорів чи офіційних зустрічей вони сідають відповідно до службової ієрархії, обмінюються візитівками.

Слід до старшого групи виявляти більшу повагу й увагу.

Китайські бізнесмени ведуть переговори повільно й монотонно. Рішення найчастіше приймає заступник або віце-голова.

Китайці рідко говорять «ні». На переговорах у них переважає дух колективізму, тому ніхто не каже «я», а лише — «ми».

Велике значення в організації прийому мають обіди, під час яких слід покуштувати кожний делікатес.

На зустріч треба приходити вчасно, принаймні не запізнюватися.

Китайці заявляють про свій ухід заздалегідь, продовжують прощатися вже на вулиці. «Золотими» правилами поведінки для китайців є ввічливість, повага, смиренність.

США

Американський бізнес донедавна характеризувався як агресивно-безжалісний, де все підпорядковане лише одному — грошам. Проте останнім часом характер американської ділової етики дещо змінюється.

Кодекси поведінки створюються великими корпораціями.

Тут дуже цінують усні домовленості та довіру партнера. Але не слід забувати і про юридичне оформлення відносин, бо, як і всюди, трапляються нечесні партнери.

У спілкуванні з американськими діловими особами важливе значення має офіційність одягу, уміння поводитися у товаристві, але найбільше цінується компетентність та уміння відстоювати свої інтереси, фаховий рівень. Характерні особливості американської нації — працелюбність, активність, наполегливість. У цілому американці намагаються не робити зайвого, здатні приймати і ризиковані рішення, дуже уважні до ділових контактів.

Угорщина

Угорці дуже прагнуть мати вигляд аристократів, а тому часто відмовляються від дріб'язкового торгу. Вони володіють особливим талантом самоіронії та критики, але не допускають цього відносно себе. Тут треба бути обережним у спілкуванні.

Угорці схильні до вишуканості та елегантності у зовнішньому вигляді. Треба бути готовим отримати від них специфічні сувеніри у вигляді свині, що означає побажання матеріального благополуччя.

Франція

У діловому житті Франції велику роль відіграють особисті зв'язки та знайомства, що базуються на взаємних послугах. Французи не здатні приймати ризикованих рішень, вони не люблять, коли їх підганяють у процесі прийняття рішень. Дуже цінують аргументи, підкріплені фактами й аналізом. Основна увага приділяється не цінам, а технічним характеристикам товарів. Віддають перевагу діловим паперам французькою мовою з відображенням цін у франках. Добре, якщо тексти документів оформлені кольоровим фото. Французи чекають порівняння товарів із конкретними товарами.

У Франції прийнято користуватися словами «мсьє», «мадам». Французи не люблять захоплення іноземними речами, звичками тощо. Вони люблять підкреслювати свою незалежність.

Багато ділових питань вирішуються у неофіційних умовах. Під час таких прийомів про ділові справи прийнято говорити лише після того, як гості перейшли до десерту.

У Франції вважається за велику честь одержати від ділового партнера запрошення на вечерю. З'явитися слід на чверть години пізніше від зазначеного часу, принести подарунок (цукерки, вино). Оскільки кухня є предметом національної гордості француза, гостеві слід похвалити страви, напої.

Японія

Бізнесмени цієї країни віддають перевагу першому контакту при особистій зустрічі. Таке знайомство краще здійснити через посередника. В Японії дуже важливо, щоб ділове спілкування здійснювали особи приблизно одного статусу. Безумовним є обмін візитівками. Специфічною є манера вести розмову. Необхідно пам'ятати, що японське «так» означає не згоду зі змістом повідомлення, а ствердження того, що думка, викладена в цьому повідомленні, зрозуміла. Японець ніколи не говорить «ні». Для такої ситуації він вдається до виразів «це дуже важко» або «це треба більш досконало вивчити». Велике значення в цій країні надається неформальним відносинам. Японець віддає перевагу не рукостисканню, а поклону. Листи треба віддавати японцю двома руками.

Японці нормально сприймають подарунки, але розкривати їх у присутності того, хто подарував, не етично. Не рекомендується дарувати японцям квіти: вони знають і шанують дуже складну мову квітів та букетів, а неправильний вибір композиції може сприйматися як недоречний натяк, засмутити партнера.

Знання національного стилю ведення ділових переговорів та ділового етикету важливе, але має слугувати лише своєрідним орієнтиром до того, як партнер діятиме на переговорах. Дотримуватися тільки цього стилю не слід — краще знайти деякий компроміс з урахуванням місця, часу, умов спілкування.

Запитання і завдання

1. Що таке «національний стиль спілкування»?
2. Наскільки важливе знання національної специфіки партнера?
3. Визначте національні особливості ділового спілкування представників зарубіжних країн.
4. Проведіть рольову гру за участю ділового партнера-іноземця, перекладача й вітчизняного бізнесмена:

- а) офіційний прийом-коктейль;
- б) екскурсія по країні;
- в) брифінг;
- г) ділова бесіда.

Змоделюйте «участь» представників різних країн.

Теми рефератів та повідомлень

- «Помилки, яких припускаються вітчизняні підприємці у діловому спілкуванні з іноземцями».
- «Культурно-психологічні відмінності між вітчизняними і західними підприємцями».

Т Е М А X

БЛОК УСНОГО ТА ПИСЬМОВОГО КОНТРОЛЮ ЗАСВОЄННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗНАТЬ ТА ПРАКТИЧНОГО ОВОЛОДІННЯ НОРМАМИ СУЧАСНОЇ МОВИ ТА ЕТИКИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

1. Висвітліть проблему співвіднесення термінів і понять: мова національна і мова державна.

2. Розкажіть про етапи становлення української мови як державної.

3. У чому полягає державотворча функція мови?

4. Лінгвістичне і соціокультурне поняття престижу української мови.

5. Теорія двомовності. Охарактеризуйте двомовність на українському етнокультурному просторі.

6. Дайте характеристику мовної ситуації в Україні:

а) періоду УНР та визвольних змагань 1918—1921 рр.;

б) 1960-х рр.;

в) кінця 1960-х — середини 1980-х рр.;

г) періоду державної незалежності.

7. Прокоментуйте текст:

Як і все прекрасне, мова народу не повинна б потребувати захистів, вона має бути нашим життям, нашою повсякденністю, адже ми цю мову берегли на фронтах, вона допомагала нам бути людьми. Ганебним є ставлення до нашої мови багатьох збюрократілих, цинічних рідних чиновників, які вважають: можна зробити кар'єру на занедбуванні своєї національної культури і навіть на спонуканні дітей до аморальних вчинків, якими є відступництво від рідного слова.

Чуємо деколи, що мова наша не багата нюансами, не така витончена, як, скажімо, французька. Але звідки ж тоді в українських піснях оця естетична чистота, цнотли-

ва краса, рідкісна милозвучність? Звідки таке багатство поетичної символіки й мистецька довершеність, музичність образів, які приваблювали і Бортнянського, і Бетховена, і Лисенка? Прочитайте у перекладі на українську мову Пушкіна і Шота Руставелі, Шекспіра і Сервантеса, і ви відчуєте божественну розкіш слова, сонцяйні ритми поезії (*О. Гончар*).

Виберіть найяскравіші, на вашу думку, характеристики мови.

8. Прочитуйте три-чотири висловлювання класиків української літератури про красу української мови.

9. Перекладіть українською, спробуйте продовжити думку письменника, підтвердивши міркування власними життєвими спостереженнями:

Язык — духовное богатство народа. «Сколько я знаю языков, столько раз я человек», — говорит народная мудрость. Но богатство, воплощенное в сокровищах языков других народов, остаётся для человека недоступным, если он не овладел родной речью, не почувствовал её красоты. Чем глубже человек познаёт тонкости родного языка, тем тоньше его восприимчивость к игре оттенков родного слова, тем больше подготовлен его ум к овладению языками других народов, тем активнее воспринимает сердце красоту слова... (*В. Сухомлинский*).

10. Перепишіть текст, замінивши цифри числівниками у потрібній граматичній формі.

1. За даними перепису 1989 року, в Україні визнали рідною українську мову 33,27 млн. чол. з 51,45 млн. чол. усього населення, тобто близько 64,7 % (з них 32,83 млн. етнічних українців, 0,18 млн. етнічних росіян і 0,27 млн. представників інших національностей). 2. За період державної незалежності серед друкованої продукції, що випускається в Україні, повільно зростає питома вага україномовної книги. Якщо у 1989 р. ця кількість становила близько 23 %, то в 1991 р. — 33,7 %, 1995 р. — 46,8 %. У 1995 році з 231 назви виданих шкільних підручників 160 назв становили україномовні.

11. Назвіть і охарактеризуйте функціональні стилі сучасної української літературної мови. Визначте, зразками яких

стилів є наведені уривки. Аргументуйте відповідь, вказавши характерні стильотвірні ознаки.

1. Постаць Івана Франка в історії української літератури — це постаць велетня духу, речника народних дум і правди. У важкі часи безправ'я і духовної темряви він був для України і університетом, і енциклопедією, і академією наук, і поетом, що залишив своїм нащадкам коштовні перлини громадянської та інтимної лірики, і прозаїком, що оспівав перші класові битви робітників на західноукраїнських землях, і видатним драматургом, перекладачем, літературознавцем, критиком, громадським діячем (*З журналу*). 2. У пошуках відомостей про походження, етнічні особливості, культуру і зв'язки давніх народів слід спиратися лише на наукові джерела, які умовно можна поділити на історичні й мовознавчі (філологічні) (*Г. Півторак*). 3. Ніч пройшла хутко, наче хтось узяв і вилив зразу, як відро води, ті десять-дванадцять годин у минуле. Ранок застав нас у гарячих суперечках... (*В. Винниченко*). 4. Я, Процюк Іван Петрович, народився 18 серпня 1951 року в с. Вишеньки Київської обл. в сім'ї робітника. В 1965 році закінчив Вишенську неповну середню школу. У цьому ж році почав трудову діяльність у тракторній бригаді місцевого колгоспу. 5. Дорогий друже! Велике спасибі за Твого листа від 20 серпня. Приємно було дізнатися про останні Твої новини, а ще приємніше — отримати від Тебе книги, яких я давно чекав...

12. Перепишіть текст, вставте пропущені орфограми і поясніть їх.

Офіційно-діловий стиль функціональний різновид літературної мови, що використовується в офіційному спілкуванні (між установами, окремою особою та установою, між посадовими особами; ділові взаємини на виробництві). Це стиль державних документів — указів, договорів, законів, актів тощо. Особливості мовного оформлення зумовлені специфікою його використання.

Продовжіть текст, додавши відомості про сфери використання та лексичні і синтаксичні особливості текстів офіційно-ділового стилю.

13. Поняття «документ», «ділові папери». Назвіть і охарактеризуйте ділові папери, найчастіше уживані у Вашій професії.

14. Перекладіть українською подані словосполучення. У мові яких документів вони могли б бути використані? Наведіть приклади.

Полномочный представитель, законодательный акт, дружественные взаимоотношения, официальный визит, бессрочный кредит, денежное вознаграждение, оговоренные условия, бессодержательное выступление, учредительное собрание, соответствовать требованиям, ставить в известность, протокол согласования, наболевший вопрос, принять к сведению, новоприбывший исполнитель, устранить несогласие сторон, текущий год, гарантировать успех мероприятия, единогласное решение, жилищные условия, государственный заём, избирательный округ, расхождение мнений, обжалованию не подлежит, дальнейшее использование, шекотливое положение, ужесточить требования, с вашего разрешения, язвительное замечание.

15. Вставте, де потрібно, пропущені орфограми та розділові знаки. Визначте вид ділового документа.

а) Я Онищук Ст...пан Павлович адреса м Київ вул Шовковична 3 кв 27 доручаю громадян...ці Загайкевич Надії Тимофі...вні яка прож...ває у м Т...рнополі вул Садова 16 кв 47 продати будинок який є моєю влас...ніс...тю в м Бережани Т...рнопільської обл по вул Зеленій 4. Також уповноважую вище...названу особу зді...снювати усі необхідні юр...дичні та фінансові дії пов...язані з продажем вказаного майна;

б) Присутні члени правлін...я ТОВ «Промінь» Лисиченко М.Д. Теофілов Г.М. Мерзлячук О.К. Жароносик В.С. Загірна М.П.

Слухали І Клопотан...я голови правлін...я М.П. Загірної про звільнен...я її із займаної посади у зв...язку з погіршенням стану здоров...я.

Ухвалили І Прохан...я М.П. Загірної задовол...нити

2 В о голови правлін...я призначити Жароносик В.С.;

в) НАКАЗУЮ

І Затвердити т...мчасові прав...ла митного контролю за переміщен...ям через митний кордон України пр...дметів

валюти і цін...остей що належать громадянам і ввести їх у дію з 31 грудня 1991 року

2 Чинні нормативні акти видані до 31 грудня 1991 року застосовувати виключно в частині яка н... суп...речить цим Прав...лам та ін...шим законодавчим актам України;

г) Я моло...ший науковий співробітник від...ілу соціології Петрахович Аркадій Данилович дійсно отримав від завідувача господарством Інституту Долішнього К.Л. матеріальні цін...ості на суму 560 гривен... та канцелярс...кі товари для забе...печення матеріал...ної бази спіл...ного дослідного про...кту Інституту та Державної л...бораторії проблем професійної орі...нтації молоді;

г) Прошу пр...йняти м...не на посаду інж...нера ... програ...іста з посадовим місячним окладом 437 грн.

16. Вибірково використовуючи поданий лексичний матеріал, побудуйте словосполучення, які могли б уживатися у мові ділових паперів.

Запропонувати...
(кого? що?)

допомога
нова концепція

Розробити...
(що?)

проект
програма
зустріч

Присвятити увагу...
(чому?)

аналіз ситуації
проблема
сучасний стан

Вжити заходи щодо...
(чого?)

переговори
катаклізм
попередження захворювання

Цікавитися...
(чим?)
інвестиція

перебіг подій
успішність студентів
політична ситуація

17. З поданих уривків виберіть правильний варіант оформлення заяви. Обґрунтуйте свій вибір.

а) Прошу дирекцію поставити мене, Іваночка Григорія Федоровича, на квартирну чергу;

б) Вважаю, що Ви повинні негайно поставити мене на квартирну чергу;

в) Прошу поставити мене на квартирну чергу;

г) Вимагаю найближчим часом поставити мене на квартирну чергу.

18. Пригадайте формули мовного етикету:

а) звертання;

б) вибачення;

в) подяки;

г) запевнення;

г) прощання.

19. Напишіть зразок листа-відмови, використовуючи у ключі мовні формули:

• На жаль, ми не можемо...

• Дуже прикро, але ми не маємо змоги...

• З огляду на ускладнення фінансово-економічної ситуації...

• Реальний стан речей не дозволяє...

• Зважаючи на це, не можна...

• Продовження контракту неможливе...

• Неприємно Вас розчарувати, але...

• Сподіваємось, що у майбутньому з'явиться можливість відновити нашу співпрацю...

20. Орієнтуючись на ключові фрази, змодельуйте комунікативну ситуацію «Прошу вибачення у ділового партнера»:

• Прошу вибачити за...

• Щиро перепрошую за...

• Вибачте за неуважність...

• Мені дуже неприємно, що склалася така ситуація...

• Даруйте, що змусили Вас хвилюватися...

21. Назвіть реквізити доповідної записки. Складіть зразок доповідної записки на ім'я президента концерну про форс-мажорні обставини.

22. Укладіть тексти:

а) запрошення на презентацію;

б) аудіореклами фірми;

в) оголошення про випуск акцій додаткового тиражу;

- г) інформації про банкрутство;
- г) вітання з нагоди професійного свята.

23. Орієнтуючись на ключові фрази, подайте фрагменти листа-претензії та реклаमाції.

Ключові фрази:

- Нас неприємно вразив той факт...
- Було дуже прикро дізнатися...
- Дивно, але ми не отримали від Вас відповіді на лист від...
- На жаль, це суперечить умовам нашої угоди...
- Нас не зовсім задовольняє Ваш звіт...
- Ваша відмова видається не цілком обгрунтованою...
- Ми не схвалюємо Вашої позиції щодо...
- Хочемо висловити свою принципову незгоду...
- Хід виконання угоди починає нас непокоїти...
- Надсилаємо Вам претензію стосовно...
- Просимо терміново вжити заходів щодо...

24. Перекладіть українською:

- Нам очень неприятно, что...
- Жаль, что сложилась такая неприятная ситуация...
- Мы очень обеспокоены таким положением дел...
- Мы не согласны с Вашим мнением относительно...
- Крайне удивлены Вашим неожиданным отказом...
- Просим объяснить эту непонятную и в значительной мере обидную для нас ситуацию...
- Предъявляем рекламацию на отгруженный Вами товар...
- Просим в срочном порядке заменить бракованные детали...

25. Заповніть пропуски у текстах запрошень.

- Раді будемо бачити Вас у ... на ювілейному...
- Маємо приємність запросити Вас на урочистий вечір, приурочений...
- Маємо честь запросити Вас на урочистий обід, який влаштовується на честь...
- Запрошуємо Вас на діловий прийом...
- Від імені ... запрошуємо Вас на презентацію...

26. Дайте визначення документів «Особиста нота», «Вербальна нота», «Пам'ятна записка», «Меморандум». Укладіть текст одного з таких документів.

27. Проілюструйте мовні формули звертань до посадових та титулованих осіб високих рангів, коли йдеться про дотримання норм міжнародного етикету:

- до монархів (королів та їхніх дружин);
- до князів монаршого дому;
- до осіб, які обіймають високі державні пости;
- до Глави держави Ватикан;
- до посла держави.

28. Обґрунтуйте важливість дотримання норм етикету ділового телефонного спілкування.

29. Складіть текст телефонної розмови, використовуючи імена та по батькові у різних відмінках. Зверніть увагу на мовні формули привітання, представлення, прощання.

30. Перепишіть словосполучення. Виправте, де потрібно, помилки у суфіксах та відмінкових закінченнях імен та по батькові:

Звертаюся до Ігора Ільча; розмова із Львом Василієвичем; вибачтеся перед Наталею Савівною; візит до Максима Віталійовича; попросіть Тараса Миколовича; проконсультуйтеся із Костьом Івановичом; шановний Олександр Мефодієвичу; виплатіть Богданові Омеляновичу; розшукайте Сергія Лукича; прем'ювати Івана Кузьмовича; приймальня Оксани Анатоліївної; вітаю Вас, Олег Якович.

31. Виправте помилки:

Прошу надати мені позику розміром...

У випадку несплати боргу в оговорений строк правління має право стягнути усю зайняту суму...

Усі позови, пов'язані з просроченням виплати компенсації, будуть розглянені згідно до процедури...

Зайом записано на особовий рахунок члена каси взаємопомочі...

Дипломник — посадове лице, яке займається дипломатичною діяльністю...

Надіслали вітальну адресу співробітникові...

Ціннісність міжнародного партнерства...

Стосунки між Росією та Україною мають фундаментальне значення для всіх європейців...

32. Побудуйте типові для мови ділових паперів структури логічної послідовності, використавши слова таким чином, у результаті, отже, з цією метою, з цього погляду, враховуючи.

33. Перепишіть текст, вставляючи пропущені літери та розділові знаки.

Нині відбуваєт...ся уніф...кац...я укра...нс...ко...т...рмінологі... міжнародного права. Часто можна спост...рігати співіснуван...я а...солютно прот...лежних поглядів на в...користан...я тих чи інших термінів. Декому до вподоби терміни «амбасадор» «амбасада» дехто захоплю...т...ся словами «колізія» «імплементація» інші ж відчувають ант...патію до таких термінів. Як зазначає дослідник С. Караванський анал...зуючи зокрема слово «амбасада» воно пр...шло до галицького варіанта українс...кої мови з пол...с...кої мови. Але ж за княжої доби і за Козач...ини в Укра...ні при...мали і посилали послів. Потреби вит...скати з ужитку українс...кі слова зазначає він на користь «чужаків» немає ніякої.

Зразком якого функціонального стилю української мови є цей текст?

34. З'ясуйте, користуючись словниково-довідковою літературою, походження і значення поданих слів. Наведіть приклади термінологічних сполучень із цими словами.

Асамблея, аташе, візит, гімн, декларація, денонсація, дипломат, дипломатія, імідж, імпічмент, інкорпорація, комюніке, консенсус, консул, нота, суверенітет, фактор.

35. Дайте українські відповідники словам іншомовного походження: анархія, апеляція, асиміляція, асоціація, дефект, домінування, емоції, консенсус, ліміт, пріоритет, реєстр, симптом, фіксація.

Складіть речення, використовуючи ці слова.

36. Перекладіть речення з російської мови українською, знайдіть запозичені слова і поясніть правопис у них м'якого знака та апострофа. Усно провідмініайте ці слова.

1. Рантье — это человек, который не принимает участия в производстве, а живет за счёт доходов от ценных бумаг, на проценты от капитала. 2. Одним из наиболее распространённых в США, Канаде, Великобритании и других странах считается законопроект, который носит название «билль». 3. Современные интерьеры требуют

использования жалюзи, изготовленных из параллельных пластинок. 4. Альянс — это союз, объединение на основе договорных обязательств. 5. Экономическая конъюнктура западных стран значительно повлияла на введение евровалюты. 6. Модное ныне слово «досье» обозначает собрание документов, относящихся к какому-либо вопросу, делу, лицу, а также папку с такими документами. В последнее время слово «досье» вытесняет английское заимствование файл — папка, дело, досье.

37. Из поданих синонімічних рядів виберіть слова, які, на Вашу думку, доречні у текстах офіційно-ділового стилю. Обґрунтуйте свій вибір. Проілюструйте сполучуваність цих слів.

Відносини — взаємини — стосунки — зносини;

іноземний — іншомовний — закордонний;

скасувати — відмінити;

зміст — значення — суть — сутність — сенс;

загальний — спільний;

завжди — завше;

жінка — дружина;

житель — мешканець;

домагатися — добиватися — досягати;

лікарня — шпиталь;

галузь — сфера — ділянка — царина;

відсоток — процент.

38. Поясніть різницю у значеннях слів:

особовий — особистий;

показник — покажчик;

вживати — споживати;

близький — ближній;

воєнний — військовий;

гуманний — гуманістичний — гуманітарний;

дилема — проблема;

економічний — економний;

комунікабельний — комунікативний — комунікаційний;

комфортабельний — комфортний;

презентація — репрезентація.

39. Перекладіть слова з російської мови українською. Порівняйте правопис в обох мовах. Складіть речення з п'ятьма словами на вибір.

Убеждение, пропагандирование, Полесье, упрямство, злоупотребление, чувство, судья, честность, статья, долголетие, совместительство, управление, возрождение, священный, рассчитывать, Прикарпатье.

40. Утворіть від поданих слів прикметники, поясніть правопис і введіть їх у словосполучення.

Агентство, Президент, парламент, доцент, кількість, контраст, щастя, тиждень, дилетант, журналіст, проїзд, честь, вартість.

К л ю ч: журналіст — журналістська практика;
область — обласна адміністрація.

41. Утворіть форми родового, знахідного і орудного відмінків однини поданих іменників. Із трьома-чотирма словами на вибір складіть речення, де б вони уживалися у таких формах.

Дипломат, сертифікат, юрист, брокер, чай, спонсор, ратифікація, рішення, співдружність, папір, знання, ім'я, земля, меморандум, систематизація, спілкування, традиція, ширість.

42. Перепишіть, розкриваючи дужки, вживаючи правильні відмінкові форми та прийменники.

Представляти ... (країна); дозвіл ... (виїзд); відповідно ... (постанова); згідно ... (розпорядження); зайти ... (зал); покладатися ... (колега); увести ... (кабінет, кімната); увести ... (склад комісії); послати ... (пошта); заступник ... (навчальна робота); нарада ... (питання трудової дисципліни).

43. Перекладіть слова українською мовою, визначте і зіставте категорію роду в обох мовах.

Президиум, зв'язь, філіал, рукопись, кризис, дробь, боль, корь, шатёр, насыпь, степь, сыпь, кружка, посох.

44. Подані іменники поставте у родовому відмінку однини, поясніть їх правопис.

Острів, ринок, інсайдер, вівторок, четвер, фініш, вік, століття, телефон, факс, посол, директор, аташе, симптом, стимул, дефект, аргумент, вітер, ґрунт, штаб, комітет, ансамбль, ступінь, рівень, поршень, реферат, рід, оркестр, кисень, експеримент, характер, експорт, імпорт, маршрут.

45. Запишіть українською мовою:

а) прізвища: Астафьев, Сидоров, Степашин, Николаенко, Сергеев, Тимирязев, Писарев, Сенкевич, Лер-

монтов, Державин, Кузнецов, Белый, Горький, Крайнев, Палацкий, Воробьёв, Соловьёв, Ильюшин, Дьяконов, Помяловский, Лубянцев, Ельцин, Ананьин, Румянцев;

б) географічні назви: Батуми, Челябінск, Кутаіси, Егоршино, Эльбрус, Цимлянск, Елкіно, Ачинск, Кисловодск, Индигирка, Троицк, Марьино, Эстония, Цюриппинск, Ижевск, Россия, Майское, Набережные Челны, Болдино, Чистые Пруды, Амударья, Сьерра-Леоне, Орёл, Соловьёво.

46. Від поданих імен утворіть чоловічі та жіночі імена по батькові.

Іван, Максим, Леонід, Євген, Кузьма, Анастас, Віталій, Олександр, Микола, Сергій, Віктор, Юрій, Мирослав, Дмитро, Ігор, Лука, Геннадій, Михайло, Валерій, Валентин, Богдан, Юхим, Анатолій.

47. З поданими прізвищами складіть речення так, щоб вони стояли у жіночому і чоловічому роді в родовому та орудному відмінках.

Марочко, Малько, Заєць, Прокопович, Ілленко, Бондар, Юркевич, Рябошапка, Бурдейний, Приходько, Процюк, Бичковський, Біленко, Дацун, Савчук, Майдан, Рябець, Михно, Лебідь, Кузьмук, Снігур, Нитченко, Скопенко.

48. Від поданих власних назв утворіть прикметники за допомогою суфікса -ськ-. Поясніть звукові зміни, які при цьому відбуваються у деяких словах.

Кагарлик, Прилуки, Львів, Кривий Ріг, Тернопіль, Запоріжжя, Бережани, Луцьк, Київ, Одеса, Париж, Прага, Будапешт, Черкаси, Норвегія, Цюрих, Гаага, Туреччина, Шотландія, Нідерланди, Ірак, Нью-Йорк, Козелець, Чернівці, Карпати, Альпи, Волга, Забайкалля, Закарпаття, Золотоноша.

49. Від поданих слів утворіть присвійні прикметники і введіть їх у словосполучення.

а) Віталій, Іван, Галина, Одарка, Лука, Петро, Матвій, Павло, Софія, Віра, Любов, Катерина, Любомир, Олег, Людослав, Антін, Артем, Анатолій, Дмитро, Світлана, Тетяна, Наталія, Ксенія, Олена, Марія.

Зразок: Микола — Миколин — Миколина — Миколине.

б) посол, держсекретар, представник, батько, мати, учитель, друкар, слюсар, брокер, коваль, вантажник, менеджер, кур'єр, мачуха, свекруха, чоловік, студент, кранівник, бібліотекар, дипломат, консул, священник.

Зразок: батько — батьків — батькова — батькове.

50. За поданим зразком утворіть від поданих прикметників вищій і найвищій ступені порівняння.

Вигідний, дивовижний, повний, красивий, молодий, великий, гострий, гарний, світлий, веселий, мудрий, суворий, легкий, добрий, вузький, темний, дрібний, тонкий, низький, білий, докладний, цінний, довгий, дзвінкий, чистий, далекий, заможний, старий.

Зразок: вигідний — вигідніший — найвигідніший.

51. Провідмініайте числівники:

а) триста двадцять один, вісімсот шістдесят сім, тисяча шістсот вісімдесят три, чотириста дев'яносто чотири, дев'ясот п'ятдесят дев'ять;

б) п'ятдесят восьмий, вісімдесят сьомий, сто сімдесят шостий, чотириста дев'яносто третій, дванадцятий, двадцять дев'ятий, сімсот шістдесят другий.

52. Доберіть до поданих дієслів відповідні слова і запишіть їх у вигляді словосполучень.

Друкувати, об'єднати, вилучити, придбати, надіслати, організувати, повідомити, нагадати, надати, підіймати, підписати, затвердити, зазначити, підтримати, вирішувати, депонувати, цікавити, планувати, відокремити, виконувати, передбачити, виділити, підготувати, заперечити, денонсувати.

Із утворених словосполучень виберіть ті, які могли б уживатися у Вашій фаховій мовній практиці, складіть із ними речення.

53. Навівши п'ять-шість типових формул мовного етикету, проілюструйте роль дієприслівникових зворотів в офіційно-діловому стилі. Уведіть їх в контекст.

54. Замість крапок вставте пропущені прийменники та сполучники.

Стаття ... основ законодавства; одне ... найважливіших завдань; охорона прав людини ... Україні; усі системи ...

підрозділи; ... разі нагальної потреби; затвердити ... виконання; комісія ... розслідування; відпустка ... хворобу; звернення ... виборців; втілювати ... життя принципи; навчатися ... вищому навчальному закладі; звернутися ... консульство ... візою; заборонені ... ввезення товари; товари ... послуги.

55. Перекладіть українською. Порівняйте використання прийменників в українській та російській мовах.

Без видимої причини; ввести закон в силу; в значительной степени; восстановить в должности; в соответствии (с чем); в течение года; в целях предотвращения; вход по приглашениям; к Вашему сведению; комиссия по приёму; совет по защите; мероприятия по предупреждению; назвать по фамилии; по делам службы; по долгу службы; по желанию; по закону; по крайней мере; по направлению к городу; по небрежности; комиссия по расследованию; по нынешним временам; по обоюдному согласию; по понедельникам; по постановлению; по совместительству; послать по почте; расписка в получении; совпадать по времени.

56. Які Ви знаєте невербальні засоби ділової комунікації. Поясніть залежність розвитку комунікативної ситуації від соціально-психологічних типів людей, задіяних у ній.

57. Що таке суперечка, дискусія, полеміка, сварка? Який із цих способів спілкування несумісний з нормами ділового етикету?

58. Обґрунтуйте правомірність визначення «національний стиль спілкування».

ОРІЄНТОВНИЙ ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Поняття «етикет» та історія його виникнення.
2. Основні види і правила сучасного етикету.
3. Правила привітання і представлення.
4. Основні правила прийому гостей та поведінки у гостях.
5. Правила поведінки за столом і в громадських місцях.
6. Поняття та основні засади ділового етикету.
7. Культура успішного підприємництва як етична проблема.
8. Основні документи, які слід заповнити під час влаштування на роботу.
9. Як підготуватися і поводитися під час співбесіди щодо працевлаштування.
10. Загальні правила ділового телефонного етикету.
11. Найбільш поширені помилки ділового телефонного спілкування.
12. Основні види письмових документів ділового листування.
13. Загальні правила оформлення ділової кореспонденції.
14. Поняття та основні правила організації презентації.
15. Специфіка організації основних видів ділових прийомів.
16. Основні принципи оформлення офісу.
17. Поняття та структура переговорів.
18. Основні стадії та етапи переговорного процесу.
19. Основні тактичні прийоми ведення ділових переговорів.
20. Правила успішного ведення конструктивних переговорів.

21. Важливі компоненти створення власного ділового іміджу.
22. Значення зовнішнього вигляду, одягу, зачіски для ділового іміджу.
23. Основні правила оформлення візитних карток.
24. Правила обміну візитними картками.
25. Поняття і загальні ознаки іміджу фірми (установи, організації).
26. Основні принципи та підстави для вдалого вибору назви фірми.
27. Поняття та основні види спілкування.
28. Поняття та типи ділового спілкування.
29. Структура процесу ділового спілкування.
30. Врахування психологічних аспектів ділового спілкування.
31. Основні правила етикету керівника фірми.
32. Типологія та основні риси стилів керівництва.
33. Поняття та основні функції ділової бесіди.
34. Основні етапи та умови ефективності ведення ділової бесіди.
35. Поняття та ознаки високої культури мовлення.
36. Ділова риторика і принципи мовного впливу на слухачів.
37. Невербальні засоби спілкування та їх значення для ділової людини.
38. Співвідношення понять «суперечка», «дискусія» і «полеміка».
39. Етичні аспекти культури дискусій.
40. Поняття конфліктів та їх типологія.
41. Основні шляхи, методи і засоби запобігання загостренню конфліктів та їх врегулювання.
42. Поняття міжнародного етикету та протоколу.
43. Основні засади міжнародного етикету.
44. Правові засади і національні особливості ділового етикету представників зарубіжних країн.

СЛОВНИК ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ

- Авторитетність** — здатність людини мати певну вагу серед людей, користуватися їх визнанням і повагою.
- Вербальний** — що стосується звукової людської мови; словесний.
- Взаємодія партнерів** — це систематичні, досить регулярні взаємоспрямовані дії партнерів з метою викликати наперед визначену реакцію.
- Виразні рухи** — система даних від природи або вивчених рухів (жести, міміка, пантоміміка), за допомогою яких людина невербальним шляхом передає інформацію про свій внутрішній стан або зовнішній світ іншим людям.
- Висококонтекстуальна культура** — орієнтована на діалог культура, що здобуває інформацію через встановлення професійних та особистих зв'язків.
- Двомовність** — ознака функціонування двох державних офіційних мов, що складається в тих державах, які утворюються шляхом об'єднання двох етнічних спільнот і належних їм територій, на кожній з яких поширена одна етнічна мова.
- Державна мова** — офіційна мова державних установ, мова освіти, науки, культури тощо.

- Ділова бесіда** — зустріч, що передбачає обмін думками, інформацією, пропозиціями.
- Ділова мова** — мова (слова, специфічні вирази), що використовуються в умовах офіційно-ділового спілкування, тобто на виробництві, у службовій сфері, для письмового закріплення розпорядчо-адміністративного врегулювання державних та ділових стосунків.
- Ділове спілкування** — спілкування, пов'язане з організацією виробництва, виконанням службових та посадових обов'язків, з підприємницькою діяльністю, укладанням договорів, прийняттям рішень, оформленням документів тощо.
- Діловий етикет** — форма ділового спілкування, яка допомагає орієнтуватися у повторюваних ситуаціях відповідно до принципів та норм поведінки у соціальних групах.
- Діловий прийом** — зустріч офіційних осіб з метою поглиблення та розширення контактів; отримання необхідної інформації в неофіційній обстановці.
- Діяльність** — специфічний вид людської активності, спрямований на творче перетворення, вдосконалення оточуючого світу та самого себе.
- Догмати** — незмінювані принципи, переконання.
- Експестація** — це підсвідоме формування судження про людину, яке складається спочатку без визначення його словами.
- Екстраверт** — людина, схильна проводити час у спільній діяльності з іншими людьми, ніж лишатися спокійною та самотньою.

- Емпатія** — це спроможність розуміти хід думок та емоційний стан іншої людини.
- Етикет** — зведення правил поведінки, прийнятих у певних соціальних колах: форма поведінки, правила ввічливості у суспільстві.
- Жест** — рух рук людини, що виражає її внутрішній стан або вказує на якийсь об'єкт у зовнішньому світі.
- Ієрархічна дистанція** — міра міжособистісного впливу керівника щодо підлеглого у сприйнятті останнього; часто визначається національною культурою.
- Індивідуальний стиль діяльності** — стійке сполучення особливостей виконання різних видів діяльності однією й тією самою людиною.
- Ініціатива** — вияв людиною активності, що не стимулюється ззовні і не визначається незалежними від неї обставинами.
- Клімат соціально-психологічний** — загальна соціально-психологічна характеристика стану малої групи, особливо людських взаємин, що в ній склалися.
- Коллективне програмування** — спосіб навчання з раннього віку окремої групи або нації правилам та установкам групової поведінки.
- Контакт партнерів** — переважно одиничний акт ділових стосунків партнерів без системи узгоджених дій відносно один одного.
- Крос-культурний** — заснований на порівнянні переконань, установок і т. ін. різних культурних груп і національностей.

- Культура** — звичай, переконання, мистецтво та всі інші продукти людської думки, створені певною групою людей у певний час.
- Культура мови** — дотримання ustalених норм вимови, слово- та формовживання й побудови фраз.
- Культура, орієнтована на діалог** — культура, в якій інформацію збирають, входячи в особистий контакт з іншими людьми.
- Культура, орієнтована на формалізовану інформацію** — культура, в якій інформацію збирають переважно із друкованих джерел і баз даних.
- Культурний вияв або подія** — дещо з того, що ми робимо або говоримо, на підставі чого люди інших культур можуть судити про наші життєві погляди (культурні установки).
- Культурний імперіалізм** — намагання нав'язати іншій культурі принципи своєї культури.
- Культурний шок** — відчуття шоку або дезорієнтації, що переживають люди, які стикаються з чужою, незнайомою культурою.
- Ментальний** — такий, що належить до сфери мислення.
- Міміка** — сукупність рухів частин обличчя людини, що виражає її стан або ставлення до того, що вона сприймає (уявляє, обдумує, згадує тощо).
- Мова** — це система звукових, письмових знаків або символів, що служать засобом людського спілкування, мислительної діяльності, способом вираження самосвідомості особистості.

- Мова менеджменту** — мова, що використовується менеджером або керованою ним групою для розв'язання організаційних завдань.
- Мовна політика** — заходи держави щодо розв'язання питань розвитку мови (мов) у соціумі, країні.
- Мовний етикет** — система стійких формул спілкування, рекомендованих суспільством для встановлення мовного контакту співрозмовників, підтримання спілкування у виразній тональності відповідно до їх соціальних ролей і рольових позицій відносно один до одного в офіційних і неофіційних обставинах.
- Мовний шаблон** — ідіоматичний мовний зворот, що сприяє самоідентифікації групи або культури.
- Монохронна культура** — культура, орієнтована на точність і дотримання правил, представники якої надають перевагу виконанню однієї справи в певний час.
- Національна мова** — мова певної нації; засіб реалізації духовної культури народу.
- Національний стиль спілкування** — це типові, найбільш поширені особливості мислення й поведінки.
- Норми соціальні** — прийняті в даному суспільстві чи групі правила поведінки, що регулюють взаємини людей.
- Переговори** — зустріч партнерів з метою обговорення проблем, прийняття домовленостей. Це рішення оформляється у вигляді договору чи угоди, де передбачені взаємні обов'язки сторін.

- Поліактивна культура** — культура, представники якої схильні займатися кількома справами в один і той самий час, часто в незапланованій послідовності і які звичайно є екстравертами та орієнтовані на людей.
- Політемпорал** — людина, схильна займатися кількома справами в один і той самий час, часто без чіткого плану.
- Приєм** — офіційний захід, що проводиться на честь важливих подій та ювілейних дат для надання почесностей чи з метою вираження гостинності керівним особам інших держав, дипломатичним представникам, а також для здійснення дипломатичних та інших функцій.
- Протокол** — це сукупність правил, умов, традицій, що регулюють порядок проведення дипломатичних актів.
- Психологічна сумісність людей** — здатність людей знаходити взаєморозуміння, налагоджувати ділові та особисті контакти, співробітничати один з одним.
- Реактивна культура** — культура, представники якої рідко самі починають дію або дискусію, надаючи перевагу тому, щоб спочатку вислухати іншу сторону та визначити її позицію і тільки потім реагувати і формулювати власну.
- Роль** — поняття, що означає поведінку людини в певній ситуації, яке відповідає положенню, що займає людина (напр., роль керівника, підлеглого тощо).
- Слухаюча культура** — культура, представники якої добре слухають, ніколи не перебивають і виявляють велику повагу до думок

інших; вони утримуються від необдуманих вчинків і дають рішенню визріти.

Співробітництво — прагнення людини до узгодженої, налагодженої роботи з людьми. Готовність підтримати й надати їм допомогу.

Традиції — це насамперед визначений порядок того, що, коли і як обов'язково потрібно робити.

Цінності — норми, принципи або думки про важливість тих чи інших якостей, особливо ті, які прийняті в певній групі.

Шовінізм — схильність до захоплення своєю країною, безпідставне переконання у тому, що своя країна найкраща.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Акишина А.А., Акишин Т.Е. Этикет русского телефонного разговора. — М., 1990.

Арредондо Л. Искусство деловой презентации. — Челябинск, 1998.

Богдан С.К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. — К., 1998.

Бороздина Г.В. Психология делового общения. — М., 1999.

Ботвина Н.В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови. — К., 1999.

Братко-Кутинський О. Феномен України. — К., 1996.

Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. — Ростов-на-Дону, 1995.

Деловой этикет / Автор-сост. И. Афанасьев. — К., 1998.

Дороніна М.С. Культура спілкування ділових людей. — К., 1998.

Єрмоленко С.Я. Мова і держава // Вітчизна. — № 1—2. — С. 30—32.

Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. — М., 1989.

Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. Этические и социально-психологические основы бизнеса: Практич. пособие. — М., 1995.

Лебедева М.М. Уметь вести переговоры: Практические рекомендации по подготовке и проведению переговоров. — М., 1991.

Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. — М., 1999.

Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Шевчук С.В. Російсько-український і українсько-російський словник: Відмінна лексика. — К., 1995.

Мищич П. Как проводить деловые беседы. — М., 1983.

Новий російсько-український словник-довідник / *Єрмоленко С.Я., Єрмоленко В.І., Ленець К.В., Пустовіт Л.О.* — К., 1996.

Паламар Л.М., Кацавець Г.М. Мова ділових паперів. — К., 1993.

Проблеми розвитку і застосування мов в Україні. — К., 1998.

Руденко Г.М. Основи дипломатичного протоколу. — К., 1996.

Сопер П. Основы искусства речи. — К., 1996.

Тимошенко Н. Державний прапор — символ країн // Політика і час. — 1997. — № 10. — С. 62—66.

Тимошенко Н. Особливості найменування міжнародних договорів // Політика і час. — 1998. — № 8. — С. 57—60.

Українська мова / За ред. С. Єрмоленко. — Ополе, 1999.

Універсальний довідник-практикум з ділових паперів / *Бибик С.П., Михно І.Л., Пустовіт Л.О., Сютя Г.М.* — К., 1997.

Хлопова Т.И., Лебедева М.М. Протокол и этикет для деловых людей. — М., 1995.

Хойер В. Как делать бизнес в Европе. — М., 1990.

ЗМІСТ

<i>Передмова</i>	5
Тема I. Мова та її функції. Мова і національна картина світу.....	8
Запитання і завдання	20
Теми рефератів і повідомлень	25
Тема II. Мова і держава. Поняття офіційної та державної мови. Мови міжнаціонального та міжнародного спілкування	26
Запитання і завдання	38
Теми рефератів і повідомлень	43
Тема III. Сучасна українська ділова мова: етапи становлення, проблеми та перспективи розвитку	44
Запитання і завдання	50
Теми рефератів і повідомлень	52
Тема IV. Мовна культура ділових партнерів.....	53
Запитання і завдання	73
Теми рефератів і повідомлень	80
Тема V. Поняття культури. Типи культур	81
Запитання і завдання	87
Теми рефератів і повідомлень	101
Тема VI. Культура мови в діловому спілкуванні. Мовний етикет	102
Запитання і завдання	110
Теми рефератів і повідомлень	127

Тема VII. Невербальні засоби ділової комунікації	128
Запитання і завдання	140
Теми рефератів і повідомлень	146
Тема VIII. Соціально-психологічні основи ділової взаємодії	147
Запитання і завдання	169
Теми рефератів і повідомлень	170
Тема IX. Національні особливості ділового спілкування	171
Запитання і завдання	177
Теми рефератів і повідомлень	178
Тема X. Блок усного та письмового контролю засвоєння теоретичних знань та практичного оволодіння нормами сучасної мови та етики ділового спілкування	179
<i>Орієнтовний перелік питань підсумкового контролю</i>	194
<i>Словник основних понять</i>	196
<i>Список літератури</i>	203

БОТВИНА Наталія Володимирівна

**МІЖНАРОДНІ
КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ:
МОВА ТА ЕТИКА
ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Редактор *Н.О. Феткулова, С.П. Барандич*
Комп'ютерна верстка *О.М. Колосюк*
Художник обкладинки *О.В. Чичик*

Підписано до друку 29.10.2002. Формат 84x108 1/32.
Папір офсетний. Гарнітура Таймс. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 13,0. Наклад 1500 прим. Зам. № 503.

Видавець

«Видавництво «АртЕк»

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК, № 157 від 23.08.2000 р.

01133, м. Київ, вул. Івана Кудрі, 38-б.
Тел. (044) 295-29-32, тел./факс (044) 295-71-18.

Кольороподіл, виготовлення фотоформ
Дизайн-центр «СОВА»

01133, м. Київ, вул. Івана Кудрі, 38-б.
Тел. (044) 295-81-83.

Друк

Друкарня видавництва «АртЕк»
02160, Київ, вул. Регенераторна, 4.

З пропозиціями звертатися:
E-mail: iris_nataly@mail.ru

НБ ПНУС



783019