**Тема 9.Основи красномовства. Культура міжперсонального спілкування. Виробнича нарада. Ділова бесіда. Публічний виступ**

**9.1.** Майстерність публічної мови як показник мовної компетенції фахівця.

**9.2.** Види сучасного публічного мовлення.

**9.3.** Підготовка до виступу.

**9.4.** Особистість лектора.

**9.5.** Лінгвістичний аспект міжперсонального спілкування.

**9.6.** Типи спілкування. Мовний етикет усної формиділового спілкування.

**9.7.** Ділові засідання. Наради.

***Теоретична частина***

Мовна культура – це живодайний корінь

культури розумової,

високої справжньої інтелектуальності.

В. Сухомлинський

**9.1.** **Майстерність публічної мови як показник мовної компетенції фахівця**

Про справжнього фахівця можна говорити тоді, коли він нелише має блискучу кваліфікацію, а й володіє високою мовленнєвою культурою. Це означає, що професійний успіх значною мірою залежить від того, наскільки адекватно фахівець сприймає людей, як звертається до партнера, чи знаходить прийнятний тон і стиль спілкування, чи вміє чути співбесідника, чи намагається зрозуміти його, які добирає слова, щоб підтримати або переконати.

Культура мовлення фахівця має відповідати сучасним літературним нормам, характеризуватися лексичним багатством, логічністю, точністю, чистотою, виразністю, доцільністю й бути показником культурного рівня особистості, надійним інструментом розв’язання виробничих і професійних завдань. Як бачимо, процес формування висококваліфіко-ваного фахівця є недостатнім, якщо в нього не будуть сформовані мовленнєві навички й комунікативна компетенція.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Зверніть увагу!*** |
| Літературна мова як складник національної культури становить колективну творчість освічених людей, які визнають цей засіб пізнання й спілкування суспільно важливим і ефективним щодо можливостей застосування літературного стандарту в різних сферах спілкування, у різних функціональних стилях, щодо жанрової різноманітності висловлювань, мотивованих комунікативними ситуаціями й потребами мовного самовираження (*С. Єрмоленко*). |

У сучасному трактуванні професійне спілкування означає усний контакт між партнерами (співбесідниками) з метою розв’язання ділових проблем або виробничих питань і базується на трьох складниках: а) уміння зацікавити співбесідника в корисності запропонованої теми (проблеми); б) створення взаємної довіри; в) використання засобів упливу та переконання при передачі інформації під час спілкування.

Таким чином, щоб досягти мети спілкування, необхідно володіти певними ораторськими навичками, уміннями й компетентностями. Цією проблемою займається теорія комунікації, яка складається з таких наукових гілок, як функціональна стилістика, лінгвістика тексту, комуніка-тивна лінгвістика, культура мовлення, теорія мовленнєвого етикету, риторика.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Запам’ятайте!*** |
| **Рито́рика** – це наука про способи переконання та впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей. Ця наука вивчає методику творення тексту, визначає його структуру, найпридатнішу для зрозумілого й аргументованого викладу думки. |

Ораторське мистецтво з’явилося з виникненням людського суспільства. Перше уявлення про стародавнє красномовство дають джерела риторики Стародавньої Греції часів правління Перікла (V ст. до н.е.). Почесне місце в історії ораторського мистецтва належить **Сократу**(рис. 10.1) (469–399 рр. до н.е.), який є одним з родоначаль-ників відкривання істини шляхом бесіди, суперечки, дискусії.

Свої бесіди Сократ будував у формі запитань і відповідей. Основною метою бесід філософ уважав виховання високих моральних якостей, зокрема доброчесності та правдивості.

Видатнимучнем Сократа був **Платон**(рис. 10.2)(427–347 рр. до н.е.). Він визначав предмет і суть красномовства як майстерність переконання. Платон розробив питання про два види здібностей (синтезу й аналізу), необхідні ораторові в ораторському мистецтві. Він зазначав, щоб промова оратора була прекрасною, розум оратора повинен досягати істини.

|  |  |
| --- | --- |
| *Рис. 10.1. Сократ* | *Рис. 10.2. Платон* |

Цілу епоху в розвитку риторики становить творчість **Аристотеля**(рис. 10.3)(384–322 рр. до н.е.) – найуніверсальнішого серед давньо-грецьких філософів.

Створюючи теорію красномовства, Аристотель значно розширив предмет риторики порівняно з поглядами, що існували до нього. Риторика, учить Аристотель, не стосується якогось окремого, специфічного класу предметів. Риторика здатна знаходити способи переконання щодо кожного предмета.

Риторикою користуються на кожному кроці: вона однаково необхідна як у справах, що стосуються побутових потреб, життя окремої людини, так і в справах державного значення: коли людина починає схиляти іншу людину до якоїсь думки чи дії або відмовляти її від чогось, вона мимоволі вдається до риторики. Під впливом грецької риторики почало розвиватися красномовство у Стародавньому Римі.

Риторика стає актуальною в обох своїх функціях – як теорія красномовства і як популярний виклад основ етики. Риторична школа в Римі починає навчати мистецтва вести бесіду на різні теми – від теоретичних проблем філософії, питань про Всесвіт до конкретних судових справ.

Вершиною розвитку ораторського мистецтва Стародавнього Риму є діяльність **Цицерона**(рис. 10.4) – одного з найвидатніших ораторів світу, видатного теоретика красномовства (106–43 рр. до н.е.).

|  |  |
| --- | --- |
| *Рис. 10.З. Аристотель* | *Рис. 10.4. Цицерон* |

Цицерон уважав, що перед оратором стоїть три завдання: учити, робити приємність, справляти сильне враження. Уся сила оратора – в умінні підкорити собі свого слухача (табл. 10.1).

*Таблиця 10.1*

**Поради Цицерона**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Говори зрозуміло |
| 2 | Говори легко, але не дуже багато, давай іншим можливість виступити |
| 3 | Не перебивай |
| 4 | Будь ввічливим |
| 5 | Прагни говорити вишукано |
| 6 | Ніколи не критикуй інших людей, коли їх немає поряд |
| 7 | Не відволікайся на другорядні речі |
| 8 | Не говори про себе |
| 9 | Ніколи не втрачай витримки |

Теорія римського красномовства найповніше викладена в працях **Квінтіліана**(рис. 10.5) (близько 35–95 рр. н.е.) – римського ритора,учителя красномовства. Для доброго оратора, зазначає Квінтіліан, необхідні такі природні якості, як увага, пам’ять, здатність імпровізувати, пристрасть. Він наголошував, що природні індивідуальні ораторські нахили слід розвивати: немає досконалості там, де природі не допомагає праця.

Найбільш відомими ораторами Київської Русі були **МитрополитІлларіон** (рис. 10.6) та **Кирило Туровський**(рис. 10.7). 1049 р. у храмі Святої Софії в Києві в присутності княжого роду й киян Митрополит Ілларіон виголосив урочисту проповідь, яку назвав «Словом про закон і благодать».Єпископ Кирило Туровський – автор численних повчань, послань, молитов – мав надзвичайний ораторський і поетичний талант, за що визнаний у народі Другим Златоустом. Кирило Туровський був не тільки оратором і письменником, а й учителем риторики. Він радив уважно ставитися до слова, шукати відповідники в рідній мові для «прикрашення достойних діянь».

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Рис. 10.5.* *Квінтіліан* | *Рис. 10.6. Митрополит Ілларіон* | *Рис. 10.7.* *Кирило Туровський* |

Національне красномовство слов’ян базувалося як на класичній риторичній спадщині давнього світу, так і на досягненнях західноєвропейської думки. Кращі ідеї слов’янської риторики розвивали єпископ **Макарій, Симеон Полоцький**, кращі гуманісти-просвітителі **М. В. Ломоносов, Феофан Прокопович, Петро Могила.**

**Феофан Прокопович** розвинув ідею трьох родів промов і вчення про три стилі на основі естетики класицизму й принципу логічної трихотомії: зміст промови (*тема, предмет, мета, результат*); експресивність (*почуття, емоції, психічний стан промовця*); мова (*мовне вираження, засоби, форми*).

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Теоретична довідка***  |

Феофан Прокопович визначив, який тематично-предметний зміст, яка міра експресії і які мовні засоби відповідають поняттю «високий стиль», а які – поняттям «середній» та «низький» стилі.*Високим* (величним, поважним) рекомендується говорити про видатні й дуже важливі справи – божественні (небесні) і людські (суворі й справедливі закони, мудрі й героїчні вчинки, перемоги). *Середнім* (поміркованим) стилем потрібно говорити про теми й предмети звичайні, про людське життя, але гідно, поважно. Це стиль життя, він широкий, скромний. *Низьким* (простим, фамільярним) стилем говорять про справи малі, щоденні, побутові, господарські, сімейні. Мовні засоби цього стилю не мають величі, урочистості, тобто звичайні.

Тривалий час риторика була наукою про публічне усне мовлення, про способи доведення й переконання, про форми впливу на аудиторію.

У ХVІІІ столітті погляди на предмет риторики змінюються. У своїй книзі «Краткое руководство к красноречию» (1748 р.) **М. В. Ломоносов** визначив риторику як науку про писемне й усне мовлення. Його «Риторика» була фундаментальною науковою працею, яка визначила розвиток цієї науки в Росії не тільки у ХVІІІ столітті, а й у майбутньому.

У ХІХ–ХХ ст. українську риторику збагатили видатні діячі: львівський митрополит**Г. Яхимович**, адвокат і політик **М. Міхновський**, письменник, публіцист **І. Франко**, провідний державний діяч **М. Грушевський**, науковець і політичний діяч **М. Драгоманов**.

Поступово загальна риторика починає розпадатися на самостійні дисципліни – стилістику, поетику, герменевтику, теорію літератури – і низку спеціальних риторик, які з’явилисяв суспільній сфері діяльності: дипломатичне красномовство, судове, академічне, політичне, духовне, торгове (ділове), військове. Таке виділення спеціальних риторик зумовлене специфікою функціонування мови в різних галузях суспільного життя й різними завданнями спілкування.

**9.2. Види сучасного публічного мовлення**

***Публічне мовлення***– це особливий вид тексту, створений за законами риторики й орієнтований на переконання. Залежно від змісту, призначення, форми чи способу виголошення публічний текст (мовлення) може поділятися на такі види: *доповідь, промова, бесіда, репортаж, лекція*. У публічному мовленні найповніше виявляють риси розумово-мовленнєвої діяльності оратора.

Ораторське мистецтво сучасності має такі складники: ораторський монолог і ораторський діалог.

Основні форми *ораторського монологу*: соціально-політичне, парламентське, академічне, суспільно-побутове, судове, лекційно-пропагандистське, конфесійне, професійне (ділове) красномовство.

 Доосновнихрізновидівдіалогуналежать:*суперечка(дискусія, полеміка, еклектика, софістика);диспут;бесіда-полілог;ділованарада;інтерв’ю, прес-конференція;діловагра;круглийстіл;вечірзапитаньівідповідей.*

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Теоретична довідка***  |

До *соціально-політичного* красномовства належать такі жанри: політична промова, мітингова промова.

*Політична промова* – це головним чином парламентська промова.

*Мітингова промова* має на меті з’ясувати, зробити зрозумілою якусь актуальнугромадську проблему, спонукати слухачів до дій. Для неї характерніпосилена експресивність, виразність, вона часом стає прелюдією до мобілізації колективних зусиль для важливої та невідкладної мети. Прикладом можуть слугувати мітингові промови.

*Парламентське* красномовство має чимало «секретів» публічного переконання аудиторії: оригінальність думок, ґрунтовні спостереження, яскраві описи, щирі почуття тощо.

*Академічне красномовство* поділяють на власне академічне (наукова доповідь, реферат, огляд, дискусія), красномовство вищої школи (лекція, цикл лекцій), шкільне красномовство (лекція, розповідь, опис, бесіда). В Україні зародження академічного красномовства пов’язано із функціонуванням Острозької школи та Києво-Могилянської академії. Видатними ораторами в жанрах академічного красномовства були М. Максимович і М. Костомаров.

Головні риси академічного красномовства – доказовість, бездоганна логічність, точність мислення, чітка термінологія, позбавлена будь-якої двозначності.

*Суспільно-побутове красномовство* – це влучне, гостре, або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події в приватному житті або в окремій гострій чи цікавій ситуації. Сьогодні жанрами суспільно-побутового красномовства є: ювілейні, похвальні промови, вітальне слово, застільне слово (тост), усна побутова оповідь, анекдот, надгробне (поминальне) слово.

*Судова промова* повинна ефективно впливати на суд, допомагати формуванню переконань суддів і присутніх у залі суду громадян.

*Лекційно-пропагандистське красномовство* – це: а) науково-теоретичні лекції; б) науково-популярні лекції (лекція-концерт, кінолекція, лекція-екскурсія); в) науково-методичні лекції (лекція-інформація, лекція-інструктаж, лекція-показ, лекція-бесіда, лекція-репортаж, лекція-спогад).

*Конфесійна (церковна) промова* має великий вплив на слухачів завдяки духовному змісту Біблії й естетичній силі всіх видів мистецтва – архітектури, іконопису, музики (хоровий спів у православних, органна музика в католиків), цілющим ароматам кадильниць, лампад.Заздалегідь продумана, розрахована на емоційне піднесення прихожан, церковна проповідь виголошується під час богослужіння. Припиняється дійство, замовкає орган, припиняється хоровий спів та інші ритуали, і на амвоні з’являється духовна особа, розпочинаючи своє слово.

*Професійне красномовство* реалізується в ділових, звітних доповідях та ділових промовах.

*Ділова доповідь* містить виклад окремих питань із висновками та пропозиціями. Інформація в ній розрахована на підготовлену аудиторію, готову до сприйняття, обговорення та розв’язання запропонованих проблем. Максимального результату буде досягнуто, якщо учасники зібрання завчасу ознайомлені з текстом доповіді. Тоді можна очікувати активного обговорення, аргументованої критики, суттєвих доповнень і виваженого рішення.

*Доповідь звітна* містить об’єктивно висвітлені факти й реалії за визначений період діяльності керівника, депутата, організації чи її підрозділу. У процесі підготовки до звітної доповіді доповідач мусить чітко окреслити мету, характер і завдання, до кожного положення добирати аргументовані факти, вивірені цифри, переконливі приклади, влучні й доречні цитати.

*Ділова пр*о*мова* орієнтована на логічно-виважене сприйняття слухачів. Частіше цей виступ не має самостійного значення, він зрозумілий і сприймається лише в контексті проблеми, яку обговорюють на конкретному зібранні.

 **9.3. Підготовка до виступу**

Ситуацій, у яких доводиться виступати перед публікою, безліч, і розповісти про специфічні особливості кожної з них практично нереально. Проте вміння грамотно презентувати наявний матеріал – завдання майже універсальне. Без сумніву, воно необхідне вдіяльності будь-якого фахівця.

Отже, студент (майбутній фахівець, менеджер) обов’язково має навчитися наукового підходу до підготовки виголошення інформації, знати структуру виступу, особливі прийоми, які допомагають зробити будь-яке виголошення інформації вдалим.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Запам’ятайте!*** |

Виступ повинен складатися з таких частин:

вступ – 20 %;

основна частина – 60 %;

заключна частина – 20 %.

Відомо, будь-який виступ перед аудиторією обов'язково спирається на визначену мету – проінформувати, переконати або створити настрій у слухачів. Він має базуватися на переконливості, широкому використанні всіх засобів усної форми мовлення (жестів, міміки, пауз, інтонації), безпосередньому контакті йустановленні зв'язку з аудиторією. А тому перед виголошенням інформації (доповіді, виступу, лекції) треба визначити тему, мету, завдання виступу.

***Початок*** має чітко й переконливо відображати причину й мету виступу, розкривати суть конкретної справи, містити докази. Першочергове завдання доповідача на цьому етапі – привернути й утримати увагу аудиторії, тому речення мають бути короткими й стосуватися винятково суті питання. У вступі варто інтонаційно виділяти найважливіші місця й виражати своє ставлення до предмета мовлення.

В ***основній частині*** слід розкрити суть проблеми, навести докази, пояснення, міркування. При цьому бажано добирати переконливі цифри, факти, цитати, але ілюстративний матеріал не мусить поглинати зміст лекції або доповіді.

Завершуючи виступ, потрібно зробити ***висновки***, які мають відповідати темі, узгоджуватися зі вступом і не суперечити загальному стилю викладу.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Теоретична довідка***  |

Для кращої підготовки необхідно кілька разів прочитати доповідь уголос перед уявною публікою й перед своїми найближчими колегами, здатними сприймати текст по-дружньому, але критично. Можна прослухати свою доповідь у записі. При цьому в усіх ситуаціях слід робити нотатки зауважень і критичних оцінок, це допоможе поступово «відшліфувати» текст, «ужитися» в образ аж до осмислення ролі жестів, міміки, пауз, інтонації, додаткової інформації, практичних і життєвих ситуацій. Також не треба нехтувати будь-якою можливістю провести тренування в озвученні тексту. Кожна така спроба зміцнює позицію, позбавляє нерішучості, робить «сухий» текст грамотним і логічним висловлюванням, а «ліричні відступи» в заздалегідь продуманому місці доповіді привернуть увагу й утримають контакт з аудиторією на відповідному рівні, дадуть змогу трохи перепочити.

Щоб виступ був удалим, слід знати, що для ефективного усного мовлення необхідно:

- довгі й складні речення замінювати на короткі, прості (або складне речення поділити на два простих);

- використовувати в «ключових» позиціях тексту вставні словосполучення типу *можна сказати, як кажуть у таких випадках* і звертання, покликані активізувати увагу слухачів (*шановні колеги, товариші, панове, як ви знаєте*... тощо);

- не використовувати в тексті виступу незрозумілих термінів, «книжності», визначити місця, які Ви не будете читати,а лише розповідати, щоб побачити своїх слухачів і відчути їхню реакцію;

- розчленовувати текст паузами й словами:*отже, таким чином, загалом, потім, далі*;

- акцентувати час від часу увагу слухачів на основному предметі розмови, бо їм важко все почуте «тримати в пам’яті»;

- для перетворення монологу в діалог потрібно перебудувати текст таким чином, щоб у ньому хоча б в окремих частинах були запитання й відповіді, які може формулювати й сам доповідач:

*Що вирізняє цю проблему від попередньої? Насамперед те, що...;*

*Чи правильно це? Ні, неправильно;*

*Як Ви думаєте...;*

*Чого не вистачає в запропонованій автором концепції?*

*Як Ви вважаєте…*

Після виголошення виступів часто трапляються дискусії. Кожний учасник, звичайно, матиме гідний вигляд, якщо дотримуватиметься визначених правил.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Цікава інформація!*** |

– Краще поступитися опонентові тим, чим можна поступитися, акцентуючи увагу на тому, де ваші погляди не збігаються (*Так, у цьому Ви маєте рацію, а я помилявся. Але я сподіваюся, що ми можемо розглянути ще одне питання, де наші погляди не збігаються*)*.*

– Дуже ефективно «перекидати місток» між власними поглядами й поглядами опонента.

– Не потрібно давати опонентові зрозуміти, що Ви маєте намір переконати його й упевнені, що цього досягнете.

– Необхідно намагатися уникнути тих питань, де Ви нічого не можете довести. Ваше втручання в їх обговорення – це додатковий сильний аргумент опонентові.

– Заради справи необхідно навчитися слухати критику без зайвих емоцій та амбіцій, погоджуватися з опонентом, коли він має рацію, уміти програвати з гідністю – тоді це не сприймається як програш; і вигравати спокійно, без тріумфу – тоді Ваш опонент швидше стане якщо не Вашим прихильником, то аж ніяк не Вашим ворогом.

– І виграючи, і програючи, уникайте надмірного вживання займенника «я», бо це принижує гідність протилежної особи.

Кожний майбутній фахівець (менеджер, управлінець, керівник підрозділу) має знати, що**:**

1. *Красномовство неможливе, якщо оратор не знає досконало предмет, про який має говорити.*

Щоб досягти досконалості або наблизитися до неї, не варто задовольнятися першою знайденою інформацією. Необхідно вивчити проблему всебічно і продовжувати збір інформації до того часу, поки не одержите вичерпної відповіді на запитання, які могли б виникнути у Вас особисто. Можливо, з одержаних матеріалів до кінцевої редакції промови (доповіді чи виступу) увійде лише мала частина. Проте Ви будете впевнені, що це найважливіше. До того ж, упевненість у своїх знаннях – це те, що разом із досвідом дозволяє уникнути страху перед аудиторією.

**2.***«Занотовуйте на місці, відразу: нотатка вартує воза спогадів».*

Цю універсальну, по суті, пораду Емерсона необхідно використовувати й у разі збирання інформації, позначаючи цікаві ідеї, факти, цифри, імена, афоризми й інші знахідки, а також ті міркування, які спали Вам на думку під час прочитання матеріалів; необхідно не забувати точно відзначити джерело, до якого Ви зверталися, і вказати, де можуть бути використані дібрані матеріали. По-перше, нотатки полегшують запам'ятовування, а думки, що з’явилися під час таких записів, можна успішно використати в промові разом з тими, які були покладені в її основу. По-друге, звертайтеся до записів, переглядаючи їх, тоді Вам легко буде пригадати, звідки взято ті або ті факти, і легко знайдете початкові матеріали.

Більшість знавців ораторського мистецтва ставляться до процесу складання записів дуже серйозно, і для систематизації даних рекомендують робити записи на спеціальних картках, зважаючи при цьому на стандартні правила розміщення й оформлення інформації. Дехто вважає, що можна обмежитися записами в блокнотах. Між іншим, історія знає випадки, коли важливі думки з’являлися так несподівано, що записи робили навіть на шпалерах. Отже, де і як вести записи – справа особиста.

**3. *Серйозно ставтеся до перевірки відомостей.***

Можна пережити**багато** неприємних емоцій, коли в дібраний Вами фактичний матеріал закрадеться якась неточність. Якщо, збираючи відомості, Ви зверталися до експертної інформації, варто завізувати кінцевий варіант таких матеріалів, адже в процесі їх трактування Ви могли припуститися помилки.

Не допускайте вільного цитування. Так Ви не просто збережете довіру слухачів у разі використання одержаної інформації, а й зможете уникнути неточностей. Тому будьте максимально уважними. І не варто самомуперевіряти відомості: скористайтеся досвідом газет та інших періодичних видань, уяких публікації зазнають правлення декількох редакторів і коректорів, перед тим, як будуть опубліковані.

**4.*Створіть умови для обмірковування матеріалу.***

Як правило, при обмірковуванні теми автоматично «відпадає зайве», унаслідок чого автор фокусує увагу на найістотнішій інформації. Паралельно генерує нові ідеї, обмірковує спосіб організації матеріалу, установлює логічні зв'язки, послідовність частин, упорядковує й уточнює окремі думки, опрацьовує яскраві формулювання, ще раз аналізує головну ідеюта способи її вираження.

Кожний майбутній фахівець повинен знати основні правила побудови грамотних і логічних висловлювань різних типів і вміти застосовувати їх на практиці. Невивчене з мови впродовж навчанняперешкоджає професійному вдосконаленню й кар’єрному зростанню.

**9.4. Особистість лектора**

 Глибоке та всебічне знання предмета – важлива умова успіху оратора. Неписане правило риторики: *«Ми слухаємо не мовлення, а людину, яка говорить».*

 Лектора визначають такі якості: ерудиція, артистизм, привабливість, упевненість у собі, приязність, щирість, об’єктивність, повага до слухача, зацікавленість у результатах виступу.

 Дуже важливу роль відіграє й зовнішній вигляд оратора, його мова.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Зверніть увагу!*** |

Людина, яка стоїть перед аудиторією, повинна мати бездоганний вигляд. Це, як правило, діловий костюм традиційного крою, що позитивно впливає на слухачів. Те ж стосується й зачіски, прикрас, макіяжу в жінок. Зовнішній вигляд оратора покликаний підкреслювати його професіона-лізм, ділові якості.

 Під час виступу оратору (лектору) необхідно слідкувати за мімікою та жестами. Його обличчя має бути серйозним, привітним, приязним.

 Жести підкреслюють мовлення, пожвавлюють його, уточнюють та розшифровують. Існують жести необхідні (потрібні), а є жести шкідливі, такі що відволікають від промови. Дратують метушливі жести та ті, що постійно повторюються. Не можна крутити ґудзик, прикраси, смикати себе за ніс, волосся, перебирати папери на столі.

 Публічна промова примушує оратора опанувати всім багатством голосу. Якщо лектор говорить невиразно, нерозбірливо, тихо, монотонно, дуже голосно, шепелявить, то можна сказати, що виступ слухачіне запам’ятають.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Цікава інформація!*** |

Кожний звук має чотири характеристики: висоту (високий, низький); силу (від шепотіння до крику), тривалість (швидкість вимови), тембр (забарвленість).

 Висота й сила голосу будуть змінюватися залежно від умов виступу, виду промови, стану оратора. Високий тон швидко стомлює, низький –примушує слухати з напругою.

 Нормальний темп мови, коли почуте легко засвоюється, – близько 120 слів на хвилину. За дуже швидкою мовою важко слідкувати, повільна мова примушує слухачів займатися сторонніми справами.

 Важливу роль відіграє інтонація, оскільки вона передає внутрішній стан людини.

Лектор має піклуватися про чистоту вимови, про дикцію.

 Ідеальна промова передбачає вміння точно, чітко й логічно сформулювати свою думку, уявити, на кого вона розрахована, яка мета виступу, знання мови, її норм і правил, уміння безпомилково обрати стиль та мовні засоби відповідно до мети, уміння володіти мовленнєвим апаратом.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Запам’ятайте!*** |

 –Виступайте лише тоді, коли є що сказати.

 – Не починайте промову відразу, почекайте 15-20 секунд, поди-віться на аудиторію, посміхніться й скажіть: «Я вас вітаю».

 – Читаючи з аркуша, читайте так, наче говорите зі співбесідником.

 – Не зупиняйте свій погляд на окремих обличчях. Тривалий погляд викликає неприємне почуття.

 – Говоріть виразно.

 – Використовуйте весь словниковий запас, уникаючи канцеляризмів і вульгаризмів.

 – Збуджуйте увагу слухачів використанням різноманітних засобів активізації аудиторії: риторичними запитаннями, проблемними ситуаціями, залучайте аудиторію до міркувань.

 – Тримайте паузу.

 – Поєднуйте слово з жестом. Жести мають бути точними, міміка доброзичливою.

 – Змінюйте темп мови й тон голосу. Це підвищує рівень сприйняття.

 – Майте в запасі жарти, переконливі приклади з власного досвіду.

 – Намагайтеся, щоб початок виступу був незвичайним, а закінчення запам’яталося. За необхідності підбивайте підсумки.

 **9.5. Лінгвістичний аспект міжперсонального спілкування**

Якщо політичне красномовство, що враховує специфіку виступу перед великою аудиторією, використовує одні прийоми, то ділова риторика, що в основному зорієнтована на персональне спілкування, – інші. Ділова риторика відрізняється від усіх інших спеціальних риторик тим, що розглядає сферу міжперсонального спілкування в соціальному аспекті. Персонально адресована мова має такі специфічні риси, які варто враховувати, вибудовуючи успішну комунікацію.

Предметом ділової риторики є правила та прийоми ефективного ділового спілкування. Результативність мови стає тим практичним показником мовленнєвої майстерності, який забезпечує персональний престиж, зростання та конкурентоспроможність. У сучасному західному менеджменті сьогодні віддають перевагу таким якостям керівника, як уміння працювати з людьми, здатність переконувати у своїй правоті, презентувати власні досягнення, стимулювати роботу підлеглих.

Сучасна риторика, що акумулює всі досягнення психології, лінгвістики тексту, соціолінгвістики, логіки, культури мови, є наукою про доцільне, ефективне й гармонійне мовлення.

Як будь-яка наука, риторика розвивається за своїми законами.

*Перший закон сучасної риторики* – закон спрямування мови на адресата. Цей закон проголошує: перш ніж почати розмову, необхідно уявити собі слухача, співбесідника, його соціальний статус, освітній, культурно-мовленнєвий рівень, особистісні якості. Слід також врахову-вати важливість, зацікавленість і доступність інформації для слухача.

*Другим законом сучасної риторики* є закон спрямування до мети й орієнтації адресата мовлення. Його суть полягає в тому, що сторони, які спілкуються, або тільки мовець позначає словесно свою мету, і спільними зусиллями вони просуваються до її розв’язання. Особливо це є важливим, коли необхідно спрямувати адресата під час ділових переговорів. Для цього на початку повідомляютьі узгоджують структуру переговорів (бесіди, дискусії): перелік питань, які будуть розв’язувати, їх черговість, підбиття підсумків з кожного питання. У такому разі можуть бути використані окремі фрази:

*Отже, щодо відшкодування взаємної заборгованості ми ухвалилирішення про взаємозалік боргів і покриття витрат товарами народного споживання.*

*На жаль, щодо третього пункту ми з Вами поки не досягли компромісу.*

Часто в спонтанному мовленні для позначення етапів крокування до мети використовують когезивні засоби (засоби зв’язку), що вказують на послідовність частин повідомлення: *по-перше..., по-друге..., наступне питання..., далі визначимо..., про це я скажу згодом..., забігаючи наперед..., я повинен сказати..., як буде вказано далі..., подивимося, як..., зараз перейдемо до розгляду наступного питання...* тощо. Завдяки використанню таких слів виникає ефект «просування» до визначеної мети, ефект закріплення смислових блоків. Це необхідно, оскільки структура мови повинна бути зрозумілою не лише для того, хто говорить, а й для адресата. Особливо важливо в діловому спілкуванні, коли рішення ухвалюють обидві сторони.

*Третій закон сучасної риторики* – це закон дієвості мовлення, який задовольняє слухача та може бути емоційно позитивно сприйнятий. Це універсальний принцип комунікації, бо ми намагаємося спілкуватися з приємними для нас особами. Насолода бесідою ще з часів Платона належить до найвищого виду насолод. Відомий Дейл Карнегі головним секретом «мистецтва спілкування з людьми» називає вміння цінувати й заохочувати людину до діяльності, задовольняти «її прагнення до власної значущості».

Підкреслити «значущість» партнера можна не тільки через похвалу, а й за допомогою компліментів (*оскільки Ваша фірма є найбільшимпостачальником металу, ми хотіли б укласти з Вами угоду про...*); етикетних формул (*маємо честь запросити, дозвольте висловити Вам щиру подяку, за послугу, вельмишановний Володимире Степановичу...*); жестикулювання; тону (увічливого, рівного) та манери спілкування.

У процесі викладання професійного мовлення риторикавідіграє роль синтезатора багатьох наук, спрямованих на розвиток мовної особистості та підготовку висококваліфікованого фахівця.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу человечки фото | ***Професійна комунікація*** |
| Мусимо запам’ятати: чого не треба, не **складати**В усному й писемному мовленні помітно надуживають словом ***складати*** в не властивих йому значеннях «бути чим-небудь, являти собою щось» і «утворювати якусь кількість, давати в сукупності»: *складати основу, складати етап, складати виняток,складати особливість,складати труднощі, складати третину прибутку, складати двадцять відсотків* і под. Такі конструкції являють собою невдалі переклади з російської мови (пор. *составлять основу, составлять этап, составлять исключение, составлять особенность, составлять двадцать процентов…*).У значеннях «бути чим-небудь, являти собою щось» і «утворювати якусь кількість, давати в сукупності» потрібно вживати дієслово ***становити***. [10, с. 122].***Завдання.*** 1. Визначте, як правильно: **настоювати** чи **наполягати**(*Вихованець І. Р. Розмовляймо українською : мовознавчі етюди / Іван Вихованець; післямова А. Загнітка. – К. : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2012. – 160 с.*). 2. Змоделюйте мовленнєву ситуацію «Зустріч з професією» і проведіть комунікативну гру. З цією метою:• запросіть на зустріч осіб різних професій;• підготуйте гостям запитання про особливості їхніх професій.  |

**9.6. Типи спілкування. Мовний етикет усної форми ділового спілкування**

У сучасному житті діловій людині доводиться виконувати безліч соціальних ролей і потрапляти в різні ситуації спілкування. Ці ситуації, як вважають дослідники із соціальної психології, можуть бути типізовані й складають систему, у якій виділяють такі типи спілкування:

а) *анонімнеспілкування*, тобто стосунки між незнайомими людьми, тимчасові контакти, які не передбачають подальшого знайомства. Таке спілкування можна спостерігати на вулиці, у транспорті, у громадських місцях;

б) *функціональне спілкування*, тобто стосунки, пов'язані з діяль-ністю людей. Це можуть бути ділові взаємини між незнайомими людьми, з яких принаймні один виконує службові функції, наприклад, між продавцем і покупцем, водієм та пасажиром, міліціонером і громадя-нином, службовцем установи та відвідувачем. Також це можуть бути службові стосунки в колективі працівників. У межах таких стосунків виокремлюють симетричні ситуації спілкування (коли співрозмовники рівні за службовим статусом) і асиметричні ситуації спілкування (коли спілкуються керівник і підлеглий, викладач і студент, декан і батьки студента);

в) *неформальне спілкування*, тобто стосунки в різноманітних колективах за інтересами (спортивні секції, садові товариства), а також взаємини між друзями, приятелями, знайомими, сусідами.

г) *інтимно-сімейне спілкування*, тобто стосунки між подружжям, батьками та дітьми, родичами.

Усі перелічені типи спілкування однаково важливі в житті людини, жоден з них не можна вважати другорядним. Але нас цікавить перш за все функціональне спілкування як таке, що супроводжує професійну діяльність людини. Саме мовна діяльність у процесі функціонального спілкування є предметом вивчення.

Серед проблем функціонального спілкування одна з найскладніших – спілкування керівника з підлеглим. У цій багатоаспектній діяльності неабияка роль належить мові, адже саме в ній виявляють себе такі важливі риси керівника, як такт, вимогливість, щирість у стосунках, здатність креативно мислити. Нерідко буває так, що нечітко сформульоване завдання, невдалий вибір звертання, зайва мовна категоричність, постійне використання імперативних мовних засобів призводять до непорозумінь і навіть конфліктів, яких можна було б уникнути, якби керівник краще володів мовою, знав її невичерпні лексичні, словотвірні та синтаксичні можливості. Обов'язковою умовою спілкування керівника з підлеглим є ввічливість, а також знання правил мовного етикету й обов'язкове їх дотримання в найскладніших ситуаціях.

Кожний з типів спілкування передбачає дотримання відповідних етичних норм і правил, які регулюють поведінку людей. Сукупність таких правил називають **етикетом**.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Зверніть увагу!*** |

У перекладі з французької мови слово «*етикет*» означає *ярлик, форму поведінки, церемоніал*. Правила етикету з'явилися з початком розвитку цивілізації, коли люди усвідомили, що їхнє співжиття та спілкування має бути впорядкованим. У більшості національних культур правила етикету зазнали розвитку та видозміни аж до повного заперечення одних приписів та впровадження інших. У сучасному житті етикет вимагає перш за все узгодження вчинків людини із загальноприйнятими суспільними нормами. Тому вимоги етикету спонукають людину до стриманості та контрольованості в поведінці. Людина може по-різному ставитися до свого співрозмовника, але етикет у поєднанні з почуттям власної гідності та самоповаги не дозволяє їй відкрито висловлювати незгоду чи іншим чином виявляти негативне ставлення. Поняття етикету може бути застосоване до манер, поводження в різних ситуаціях, рухів, жестів, одягу і, чи не найбільшою мірою, мовленнєвої поведінки.

*Мовний етикет* – це прийняті в товаристві людей спеціальні висловлювання ввічливості, а також правила їх використання в різних ситуаціях спілкування. Такі висловлювання формувалися впродовж тривалого часу і внаслідок частої повторюваності закріпилися в мові як стандартні стійкі конструкції, окремі словесні формули, які людина не конструює щоразу, а відтворює їх у своєму мовленні.

Мовний етикет позначений рисами національної самобутності, він пов'язаний з традиціями кожного народу, його історією, культурою, ментальністю. І хоча в сучасному світі діють загальноприйняті, універсальні правила, існують і відмінності у проявах етикетної мовної поведінки людей різних національностей. До особливостей національ-ного етикету слід ставитися з повагою, їх варто знати так само, як, скажімо, мистецтво та інші культурні надбання народів, що населяють нашу планету.

Більшість ситуацій міжперсонального спілкування супроводжується різними проявами мовленнєвого етикету. Яким би не був зміст розмови, вона завжди містить висловлювання, що являють собою етикетні знаки. Такі висловлювання, передаючи привітання, прощання, подяку, вибачення, побажання, складають тематичні групи різних за структурою мовних одиниць (слів, словосполучень, речень).

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Теоретична довідка***  |

*Мовні засоби вираження ввічливості.* Важливим елементом спілкування є привертання уваги. Така необхідність може виникати в будь-якому типі спілкування й часто створює для мовця, який прагне до ввічливості, проблеми. Це пов'язано з тим, що, привертаючи до себе увагу, мовець здебільшого повинен якось назвати співрозмовника, проявляючи при цьому і своє ставлення до нього.

В умовах анонімного спілкування найбільш поширеною формою є звертання без іменування співрозмовника: *Вибачте, можна у Вас запитати про...; Перепрошую, я хочу звернутися до Вас із проханням; Чи не могли б Ви сказати...*Можливе підкреслено ввічливе звертання, більш характерне для людей старшого віку: *Вибачте, що турбую, допоможіть мені, будь ласка,...; Чи не будете Ви такі люб'язні підказати мені...*

Для привертання уваги використовують також звертання, до складу яких уходить іменування співрозмовника. Це можуть бути форми кличного відмінка: *громадянине, громадянко, пане, пані, панно, добродію, добродійко, колего.* Ці форми використовують як в анонімному спілкуванні, так і в умовах функціонального спілкування, зокрема й тоді, коли співрозмовники знайомі один з одним.

Для привертання уваги знайомого чи незнайомого співрозмовника існує і звертання *товаришу*. Ця форма має давню традицію вживання: так зверталися один до одного козаки на Запорожжі. У давні часи це слово символізувало рівність, взаємоповагу, визнання свободи особистості, щирість і простоту стосунків.

Звертання, які розглядали, у формі множини вживають і в ситуаціях публічного виступу, коли є потреба звернутися до аудиторії*: Громадяни! Панове! Пані й панове! Добродії! Колеги! Шановні громадяни! Вельмишановні пані й панове! Вельмишановні добродії! Шановні колеги! Дорогі колеги! Панове делегати!* Дружнім звертанням до молодіжної аудиторіїможе бути *Друзі! Дорогі друзі!*

У функціональному спілкуванні, коли співрозмовники знайомі, найбільш поширене звертання на ім'я та по батькові. Ця офіційна форма йменування виразно передає повагу до людини. Для представників багатьох професій вона є обов'язковим засобом звертання. Увічлива, висококультурна людина, як правило, пам'ятає імена та по батькові всіх колег, з якими доводиться спілкуватися. Однак якщо ви не впевнені, що точно знаєте ім'я та по батькові співрозмовника, краще, попросивши вибачення, перепитати його про це, ніж перекручувати ім'я та по батькові людини.

У функції звертання ім'я та по батькові ставиться в кличному відмінку: *Дмитре Миколайовичу, я хочу попросити Вас про одну послугу; Інно Віталіївно, приготуйте, будь ласка, звіт за І квартал.*

Для привернення уваги іноді використовують й інші звертання. Так, в анонімному спілкуванні побутового характеру доводиться чути: *приятелю, друже, дівчино, молодий чоловіче, хлопчику, дівчинко.*Такі звертання є ситуативними, тобто такими, що придатні для використання відповідно до ситуації з урахуванням насамперед віку співрозмовника.

Привертання уваги співрозмовника передбачає з його боку реакцію, яка має словесні засоби вираження. Найчастіше вживають питання *що?*краще з іменуванням співрозмовника (більш увічливо): *Що, Петре Івановичу! Що, колего?* Коли співрозмовник не впевнений, що звертаються саме до нього, він, звичайно, перепитує: *Ви до мене звертаєтесь? Вибачте, це Ви мені? Перепрошую, Ви в мене запитуєте? Ви хочете щось сказати?* В умовах функціонального спілкування більш доцільними будуть вирази: *Слухаю! Я Вас слухаю! Слухаю Вас! Будь ласка! Прошу! Готовий Вас вислухати.* Реагування з допомогою таких виразів є підкреслено ввічливим, створює необхідну для успішного спілкування атмосферу приязні, знімає напруження.

Не менш важливо навчитися правильно реагувати на прихідвідвідувача, підлеглого, колеги. Як правило, це такі запитання: *Ви до мене? У Вас до мене справа? Ви мене чекаєте? Ви не мене чекаєте? Ви хочете мені щось сказати?* Так реагують і на співрозмовника, який ще не звернувся словесно. Подібні вияви ввічливості особливо необхідні з боку особи, яка обіймає вищу посаду, старша за віком чи званням, оскільки вони свідчать про увагу до молодшого й таким чином заохочують його до спілкування.

Для успішного спілкування важливим є вибір доцільної форми звертання в листі. Залежно від рівня стосунків між адресантом та адресатом можливі різноманітні формули мовленнєвого етикету. Це може бути офіційне звертання до знайомого чи малознайомого адресата: *Шановний пане Лісовий* (*голово, директоре, редакторе* й под.)або *Вельмишановний пане Лісовий* (*голово, директоре* й под.).

Різноманітними в українській мові є етикетні формули привітання. Вони можуть уживатися відповідно до ситуації та стосунків між співрозмовниками. Найбільш уживаними є вирази: *Здрастуй(те)! Добрий день (ранок, вечір)! Доброго дня (ранку, вечора)!* У мові людей старшого покоління можливе привітання: *Доброго здоров'я!* Існують вирази для більш офіційного привітання, зокрема й зверненого до аудиторії: *Дозвольте Вас привітати! Радий Вас вітати! Вітаю Вас (від імені...).*

У ситуації прощання також можуть бути використані різноманітні етикетні формули. Найбільш уживаним і нейтральним є вираз: *До побачення*. Часто використовують вирази, у яких мовець сподівається на продовження спілкування:*До зустрічі! До понеділка! До вечора! До літа! Сподіваюся, ми ще побачимося!*В окремих ситуаціях доцільним буде вислів *Прощай(те)!* або його розмовний варіант*Прощавай(те)!* В офіційних ситуаціях використовують вираз*Дозвольте попрощатися.* Прощання може бути одночасно й побажанням: *Усього Вам доброго! Усього Вам найкращого! Бувайте здорові! Хай щастить! На добраніч! Щасливої дороги!* Такі вирази вживають у ситуаціях неофіційного мовлення.

Перш ніж попрощатися, співрозмовники досить часто висловлюють своє враження від зустрічі: *Ми приємно провели час; Мені приємно було поспілкуватися з Вами; Я задоволений нашою зустріччю; Добре, що ми провели разом цей вечір.* Подібні висловлювання вживають і наприкінці ділової зустрічі: *Добре, що ми про все домовилися; Приємно, що ми знайшли спільну мову; Чудово, що ми дійшли згоди в розв’язанні питання.* Прощанню може передувати подяка за успіх ділової зустрічі: *Дякую, що вислухали мене; Дуже вдячний Вам за цінні поради; Дякую, що приділили мені увагу; Дякую, що Ви погодилися зустрітися зі мною.* У ситуаціях офіційного спілкування можливе вибачення: *Вибачте, що затримав Вас; Вибачте, що потурбував Вас; Вибачте, що забрав у Вас так багато часу*.

Ситуація знайомства передбачає використання стереотипних виразів, які не лише передають бажання мовця познайомитися, а й одночасно свідчать про його ввічливість. Коли знайомство здійснюється без посередника, мовець може використати відповідно до ситуації більш офіційні вирази: *Дозвольте познайомитися* або *Дозвольте відрекомендуватися*. У ситуації неофіційній уживають висловлювання: *Будьмо знайомі; Я хотів би з Вами познайомитися.* У відповідь співрозмовник називає своє ім'я, ім'я та по батькові, прізвище (із зазначенням або без зазначення посади) залежно від рівня офіційності ситуації та віку співрозмовників. Коли в знайомстві бере участь посередник, він уживає такі вирази: *Познайомтеся, будь ласка; Знайомтеся;* у більш офіційній ситуації: *Дозвольте Вам відреко-мендувати; Рекомендую.*

В українській мові також є різноманітні можливості для висловлення подяки, вибір яких визначає ситуація мовлення. Найуживанішими, стилістично нейтральними є вирази: *Спасибі; Дякую,* які можуть бути більш розгорненими: *Спасибі за допомогу; Дякую за те, що допомогли мені.* До слів подяки можна додавати означальні прислівники та словосполучення: *дуже, щиро*. Дещо офіційне забарвлення має вираз: *Я Вам вдячний*. Цей вираз може бути поширеним: *Я Вам дуже (щиро, глибоко, надзвичайно вдячний).*

Офіційну подяку висловлюють, уживаючи дієслово*хотіти*, що дає змогу мовцеві висловити своє схвалення діяльності співрозмовника: *Я хочу подякувати Вам! Я хотів би подякувати Вам! Я хочу висловити Вам свою глибоку подяку!* Більш офіційною, з відтінком урочистості, є подяка з використанням дієслова*дозвольте*, найчастіше такі вирази вживають у ситуації публічного виступу: *Дозвольте висловити нашу глибоку (щиру, найщирішу) подяку!* В офіційному спілкуванні можна подякувати за поздоровлення, привітання, побажання чи рецензію за допомогою виразів: *3 глибокою вдячністю приймаємо Ваші поздоровлення з нагоди...! Ми з вдячністю вислухали Ваші зауваження щодо...!*

Етикет вимагає, щоб висловлена вдячність не залишалася без відповіді. У відповідь на подяку співрозмовник уживає один з традиційних виразів: *Будь ласка! Прошу! Не варто! Це такі дрібниці! Я Вам також вдячний! Мені було приємно допомогти Вам! Завжди готовий Вам допомогти! Завжди до Ваших послуг!* Останні вирази можна використовувати і в офіційному мовленні.

Надзвичайно важливим у спілкуванні є вдалий вибір форми вибачення. У різних типах спілкування найчастіше вживають стилістично нейтральні вирази: *Пробачте! Вибачте, будь ласка!* Вони можуть бути доречними у випадку будь-якої значної чи незначної провини. Вираз *Даруйте!* частіше вживають, коли висловлюють незгоду з думкою співрозмовника. Люди старшого віку використовують більш поширені вирази: *Прошу вибачення! Прошу вибачити мені!* Є вирази, що мають офіційне забарвлення: *Я хочу попросити у Вас вибачення! Я повинен попросити у Вас вибачення!* Більш офіційним є вираз: *Дозвольте попросити у Вас виба­чення!*

Також уживають вирази: *Я не хотів Вас образити! Я не хотів завдавати Вам прикрощів (неприємностей)! Прошу Вас, не ображайтеся! Я завинив перед Вами! Я завдав Вам стільки клопоту (турботи, хвилювань, прикрощів)! Мені дуже жаль (прикро, шкода), що так сталося! Я відчуваю свою провину перед Вами!*

У відповідь на вибачення вживають вирази: *Будь ласка! Прощу! Не варто (турбуватися)! Це дрібниці!* Такі етикетні формули позитивно впливають на ситуацію, знімають психологічне напруження, створюють умови для довірливого, приязного спілкування.

Ми розглянули різноманітні висловлювання етикету, якими може супроводжуватися міжперсональне спілкування. Як бачимо, мова надає людині багато можливостей, щоб увічливо привітатися й попрощатися, чемно подякувати, щиро попросити вибачення, вдало відреагувати на слова та запити співрозмовника. Володіння цим мовним багатством та вміле його використання допомагає людині створити бажаний імідж, забезпечує діловий успіх, сприяє поліпшенню та зміцненню стосунків у колі сім'ї та друзів. Тому треба вчитися оцінювати слова та вирази з погляду їх доречності в кожній конкретній ситуації, прагнути до найбільш оптимальної мовленнєвої поведінки.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Цікава інформація!*** |

***Телефонна розмова***

Набувши значного поширення, телефон помітно звузив сферу ділового листування. Телефонний зв’язок забезпечує безпосередній і двосторонній обмін інформацією на будь-якій відстані; по телефону ведуть переговори, дають консультації, обумовлюють і узгоджують важливі ділові зустрічі. У деяких країнах переговори по телефону набули юридичної сили, навіть якщо вони не підтверджені офіційним документом.

*Телефонна розмова* – це один із видів усного мовлення, до того ж специфічний: оскільки співрозмовники не бачать один одного, то неможливо передати інформаціюневербальними засобами комунікації: мімікою, жестами, виразом очей та обличчя. Під час телефонних ділових розмов особливо важливо використовувати лексичне багатство (синоніміку, точність термінології, усталені звороти), а також інтонаційні можливості мовлення.

Спілкування по телефону іноді утруднюють як об’єктивні (несправність апарату, навколишній шум), так і суб’єктивні причини, яких необхідно позбуватися («проковтування» складів і слів; звичка перепитувати або повторювати сказане, а ще – дефекти мовлення).

Утруднює спілкування також і невміння співрозмовника висловлюватися коротко, простими реченнями, правильно побудованими – без пропусків, перескакувань, малозрозумілих скорочень. Перешкоджає сприйняттю інформації й надто сильний голос: по телефону слід розмовляти середнім за силою голосом.

Треба говорити не дуже швидко, але чітко йзрозуміло, говорити в мікрофон телефонної трубки. Тон розмови має бути спокійним, витриманим, увічливим.

Оскільки ділові партнери часто знайомляться заочно, по телефону, важливо справити приємне враження на співрозмовника. Для цього слід дотримуватися низки вимог.

Ділова телефонна розмова складається з таких компонентів:

* момент встановлення зв’язку;
* виклад справи;
* заключні слова – знак, що розмову закінчено.

*Момент встановлення зв’язку* іноді забирає час і зусилля,особливо в людей багатослівних, неорганізованих.

Початкові фрази в службовій розмові повинні вказувати не лише на те, що зв’язок між сторонами встановлено (*– Алло! – Я слухаю! – Вас слухають!*), але й визначити ці сторони.

Службова особа, знявши слухавку, одразу може назвати своє прізвище, місце роботи. Той, хто починає розмову, повинен відрекомендуватися, а також сказати, від чийого імені він говорить (установа, службова особа). У відповідь теж називають себе, свою посаду (при цьому сторонні вітаються).

Якщо той, хто телефонує, забув назвати себе, то співрозмовник змушений запитати: *«Пробачте, з ким я розмовляю?».* На анонімний дзвінок можна не відповідати.

Якщо Ви помилилися номером, перепросіть і припиніть розмову словами: *«Пробачте, я помилився номером».*

Якщо хочуть розмовляти не з тим, хто взяв слухавку, тоді кажуть: *«Добрий день! Чи можу я попросити до телефону…?»*

На це відповідають: *«Добрий день! Одну хвилинку, я зараз передаю слухавку».* Або: *«Прошу зачекати».* Або: *«На жаль,… вийшов, буде о третій».*Відповідьзалежить від ситуації.

Ознакою особливої ввічливості вважають такі початки фрази: *Чи можна звернутися…, Чи можна покликати…, Вам не важко попросити…, Чи не могли б Ви допомогти…*

Існує низка ввічливих форм відмови: *Вам не важко буде зателефонувати ще раз?…, На жаль, ще немає…, Чи не могли б Ви зателефонувати через годину?*

Окремі прізвища важко сприймати на слух. Тому такі прізвища ставлять у кінці речення й вимовляють якомога виразніше, щоб усі звуки й склади були зрозумілі.

 *Виклад справи* – це введення в курс справи, формулювання питання, обговорення ситуації, позитивна чи негативна відповідь. Кожен із цих етапів слід будувати чітко, коротко, без зайвих подробиць. Обговорення ділової ситуації – найважливіший і найдовший за часом тривання етап будь-якої телефонної розмови. Лаконізму тут досягають за допомогою детально продуманого переліку головних і другорядних питань, які вимагають короткої й конкретної відповіді.

Установлено, що короткі фрази легше сприймають на слух, ніж довгі. Слід пам’ятати, що ведення надто довгих службових розмов – це прояв безцеремонності та неповаги до тих, хто чекає звільнення телефону. Розмова по телефону не повинна перетворюватися в монолог, треба дати змогу висловитися співрозмовникові. Для цього слід робити паузи, логічно викладати свої думки.

 *Ініціатива закінчення розмови* належить тому, хто зателефонував, але якщо співрозмовник старший за віком або службовим становищем, слід віддати перевагу йому щодо завершення розмови. Обидва співрозмовники повинні послуговуватися формулами ввічливості, поваги: *Добрий день! Прошу! Будь ласка! Будьте люб’язні! Пробачте за турботу! Дякую за увагу! До побачення!*

Якщо ж зв’язок під час розмови переривається, то,за правилом ввічливості, набирає номер той, хто телефонував.

 Довідкову інформаціюпо телефону надають чітко, по-діловому, але спокійно, ввічливо, щоб співрозмовник усе зрозумів (біля службового телефону, яким усікористуються, має бути блокнот для записів, телефонна книга, книга службових адрес і телефонів).

 У години прийому відвідувачів телефон або вимикають зовсім, або ведуть розмову лише в разі потреби.

 Кілька загальних зауваг: під час безпосереднього звертання до співрозмовника його слід називати на ім’я та по батькові або на прізвище з обов’язковим уживанням назви посади чи звання або слів*«пан», «добродій»*(залежно від ситуації).

 Тільки близьких друзів і знайомих можна привітати по телефону зі святом чи сімейною подією, запитати про стан здоров’я. Якщо з людьми у Вас офіційні стосунки, то вітати слід особисто.

 Висловлювати співчуття по телефону небажано, лише особисто або листом.

 Звертатися до приятеля чи знайомого по службовому телефону в приватних справах не слід.

 Зателефонувати комусь додому можна у визначений правилами етикету чи заздалегідь погоджений час.

**9.7. Ділові засідання. Наради**

Найвиразніше людина виявляє себе підчас виконання професійних обов’язків. Від її знань та вміння робити свою справу, від культури поведінки, мовної майстерності часто залежать результати професійної діяльності.

Спільна діяльність неможлива без наявності контактів (постійних чи тимчасових) між членами колективу, без обміну інформацією з метою успішного розв’язання завдань. Тобто ділові взаємини залежать від тих ролей комунікантів, які вони відіграють у процесі діяльності;обов’язків, які вони виконують, або які на нихпокладають.

До колективних форм спілкування належить нарада. Виокремлюють декілька видів нарад: *інформаційні, диспетчерські, селекторні,дискусійні.*

Під час *інформаційних нарад* керівник організації чи підрозділу інформує підлеглих про будь-які зміни або новації, знайомить (представляє) нових менеджерів з колективом.

*Диспетчерські наради* покликані організовувати роботу великого колективу, наприклад, заводу. Під час диспетчерських нарад керівники підрозділів звітують перед головним інженером, директором заводу про виконання планових завдань.

*Селекторна нарада* передбачає спілкування з керівниками підрозділів, які перебувають не в одному приміщенні, а на своїх робочих місцях, іноді навіть в іншому місті. Наприклад, міністр проводить селекторну нараду з директорами заводів.

*Дискусія –* це публічний діалог, у процесі якого виявляють і протиставляють різні погляди, позиції. Метою дискусії є вияв істинної думки, пошук правильного рішення.

Уважають, що будь-яка велика справа починається з маленької наради, пошуку колективного погляду на проблему. ***Нарада*** – один з найефективніших способів обговорення важливих питань й ухвалення рішень в усіх галузях виробничого, громадського, політичного життя. Опитування серед менеджерів свідчить, що вони, залежно від рівня управління, 50–70 % свого робочого часу проводять на нарадах.

Оптимальна кількість учасників наради – 10–12 осіб. Готуючись до наради, слід насамперед потурбуватися про формулювання порядку денного. Рекомендують відбирати для обговорення не більше п’яти проблем. Це сприяє концентрації уваги, більш швидкому прийняттю конкретних рішень.

Позитивний ефект від наради буде досягнутий лише тоді, коли її учасники за рівнем професійних знань і практичного досвіду відповідатимуть рівню винесеної на обговорення проблеми, яка має бути значущою для всіх присутніх. Слід пам’ятати, що і проблему, і причину її виникнення учасники наради можуть розуміти по-різному, і розбіжності слід виявити відразу та обговорити їх. Якщо менеджер (керівник) ставиться серйозно до думок тих людей, яких він запросив на нараду, щиро вірить у їхнє бажання співпрацювати, то зможе створити атмосферу, співучасникомякоїпрагнутиме стати кожен. Якщо учасники будуть добре поінформовані заздалегідь, то вони його в цьому підтримають. Для того, щоб нарада була ефективною, менеджерові, який вестиме її, треба мати не тільки організаторський хист, а й зосереджувати свою увагу на тому, щоб стежити за перебігом дискусії, обмірковувати й добирати слушні запитання, систематизувати різні погляди, вчасно робити висновки. Звичайно, той, хто проводить нараду, бере на себе відповідальність, уносячи пропозицію про те, *кому, що* і *як* треба зробити. Після ухвалення рішення важливо запропонувати учасникам висловити своїсумнівита обговорити їх.

|  |  |
| --- | --- |
| Картинки по запросу зверни увагу | ***Зверніть увагу!*** |

*Планування наради охоплює:*

* визначення тематики;
* порядку денного;
* завдань наради;
* приблизного складу учасників;
* дати й місця проведення;
* підготовку доповіді й проекту рішення.

*Після проведення наради:*

* вчасно проконтролювати виконання завдань;
* ефективно й максимально виконати позитивні рішення наради у виробничому процесі, у разі потреби нейтралізувати негативні проблемні ситуації.