**Тема.                         Структура ділового спілкування. Техніка ділового**

 **спілкування. Мовленнєвий етикет**

**План**

1.     Форми та функції ділового спілкування.
2.     Бар'єри в спілкуванні, його рівні.
3.     Сучасні теорії міжособових стосунків.
4.     Основні види ділового спілкування: публічний виступ, ділова бесіда, службова нарада та переговори.
5.     Основні правила ділового спілкування.
6.     Мовленнєвий етикет у діловому спілкуванні.

**Студенти повинні:**
***знати***основні функції, рівні ділового спілкування, види міжособових стосунків;
***вміти***говорити, слухати, формулювати запитання, сприймати партнера та вести переговори.

**Література**

Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. Сучасні ділові папери: Навчальний посібник -К.: А.С.К., 2003. — 400 с.
Зубков М.Г. Мова ділових паперів. — Харків: Торсінг, 2001.- 384 с.
Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне й непрофесійне спілкування — Донецьк: ТОВ ВКФ "БАО", 2004. — 480 с.
Культура фахового мовлення: Навчальний посібник / за ред. Н.Д.Бабич.- Чернівці: Книги ХХІ, 2005. -572 с.
Мацюк З.О. Станкевич Н.І. Українська мова професійного спілкування — К.: Каравела, 2005.
Мацько Л.І. Кравець Л.В. Культура українського фахового мовлення Навч. посіб. — К.: ВЦ "Академія", 2007. — 360 с.;
Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців: Навчальний посібник. — К.: Арій, 2008. — 424 с.
Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: модульний курс. — К., 2008 — 448 с.
Шевчук С.В., Кабиш О.О. Практикум з українського ділового мовлення: Навчальний посібник. — К.: Арій, 2008. — 160 с.

**Методичні вказівки**

**Форми та функції ділового спілкування**

Спілкування – один із виявів соціальної взаємодії. Сучасна наука виділяє спілкування: 1) як обмін інформацією – *комунікацію*; 2) взаємодію – *інтеракцію*; 3) сприймання людини людиною – *парцепцію*.

Види спілкування: *вербальне* і *невербальне*. Розрізняється також: *контактне –* *дистантне*; *безпосереднє – опосередковане*; *усне – письмове*; *міжособистісне – масове*; *монологічне – діалогічне*; *приватне – офіційне*; *нормативне – ненормативне* і т.д.

Спілкуванню властивий діалоговий характер. Воно відбувається між двома людьми; рідше – між людиною і групою, ще рідше – між людиною і суспільством. Діалог складається щонайменше з двох реплік: фрази-стимулу і фрази-реакції: *Як ся маєте? Дякую, добре*. Спілкувальний етикет у своєму вербальному і невербальному вияві – явище загальнолюдське. Водночас йому завжди притаманні етнічні особливості, національна своєрідність. Це спричинене специфікою природно-кліматичних умов, способами господарювання, контактами з іншими народами, впливом релігії, рівнем культурно-цивілізаціного розвитку. З іншого боку – “душею” народу, його вдачею, темпераментом, ментальністю, національним характером.

Здійснюються ділові взаємини у двох формах**: контакту та взаємодії.**

***Контакт***— це одиничний акт, в якому відсутня система узгодження дій партнерів стосовно один одного.

Основу ж ділових взаємин партнерів складають не контакти, а їх взаємодія.

***Взаємодія (інтеракція)*** — аспект спілкування, що проявляється в організації людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності, досягнення певної вигідної обом сторонам мети.

Під **соціальною інтеракцією** (від лат.іnteraction — взаємодія) розуміють безпосередню мІжособистісну комунікацію (обмін символами), важливою особливістю якої визначається здатність людини «виконувати роль Іншого», Уявляти, як її сприймає партнер по спілкуванню, і відповідно інтерпретувати ситуацію та конструювати свої дії. Змістом взаємодії між людьми є певна і специфічна для соціальної структури суспільства сукупність економічних, правових, політичних відносин, які реалізуються у спілкуванні.

Розрізняють два типи міжособистісної взаємодії **співпраця**(кооперація) і **суперництво** (конкуренція) залежать від обраної стратегії і тактики спілкування. У процесі спілкування знаходять свій вияв своєрідна суперечність: з одного боку, людина пристосовується життя суспільства, засвоює його досвід, добуті людство наукові І культурні досягнення, а з другого — відособлюється, формується її індивідуальна неповторність самобутність, що пояснюється його основними функціями

 **У спілкуванні** проявляються такі основні його **функції**:

* ***Інформативно-комунікативна*** — з нею пов'язані усі процеси, які охоплюють сутність таких складників спілкування, як передача-прийом інформації та відповідна реакція на неї.
* ***Регулятивно-комунікативна*** — відбувається процес коригування поведінки, коли людина може вплинути на мотиви, мету спілкування, програму дій, прийняття рішень.
* ***Афективно-комунікативн***а — відбувається взаєморегуляція та взаємокорекція поведінки, здійснюється своєрідний контроль над усією сферою діяльності партнера. Тут можуть реалізуватися можливості навіювання, наслідування, вживаються усі можливі засоби переконання.

Якщо ділова людина хоче переконати слухача (читача) в правдивості запропонованої теми, їй варто подбати, щоб слово її було зрозумілим, тема була переконливо обґрунтована. Слід навчитися контролювати свої емоції та інтонації, які диктують міміку і жести.

Справедливо відзначив І. Лафатер: "Хочеш бути розумним — навчись розумно питати, уважно слухати, спокійно відповідати й переставати говорити, коли нема чого більше сказати". Ділове спілкування регулює офіційні стосунки комунікантів у державно-правовій і суспільно-виробничій сферах.

Ділове спілкування існує в двох **формах:** **усній і писемній**.

**Усне ділове мовлення** — це спілкування людей під час виконання ними службових обов'язків (під час бесід, нарад, у години приймання відвідувачів тощо). Це може бути мовлення однієї службової особи перед іншою або перед колективом чи зібранням.

**Писемне** спілкування є вторинним щодо усного мовлення. Воно й виникло пізніше.

**Писемне мовлення офіційно-ділового стилю є монологічним**.

***Усне мовлення ділової людини має бути***:

— виразним (потрібно з чіткою дикцією вимовляти кожне слово);

— точним і недвозначним (використовувати слова з прямим значенням);

— логічним (продумувати кожну фразу, викладати думки послідовно, логічно);

— відповідним ситуації мовлення (кожен службовець повинен пам'ятати:

що — кому — коли — де — про що — чому говорить і відповідно добирати мовні засоби);

— нестандартним;

— доречним;

— змістовним;

— стислим (у народі кажуть, що багато говорити не завжди означає багато сказати).

***Від форми залежить саме спілкування, його зміст та відповідна поведінка* *людей*.** Справжньою культурою ділового спілкування є уникнення приниження та образи партнера.

На процес спілкування і його ефективність впливає ряд факторів суб'єктивного характеру, які є більш менш змінними (Ю. І. Палеха називає їх "перепонами у спілкуванні").

До них належать:

♦ зовнішність людини: привабливість чи непривабливість; фізична врода, почуття смаку, що проявляється в одязі;

♦ вираз очей і обличчя: міміка обличчя, пропорційність, зміна виразу;

♦ інтелект, професійна компетенція, яка проявляється в розумінні даної проблеми, прийняття відповідного рішення і відповідних дій;

♦ мотиваційний фактор, який характеризує зацікавленість сторін у переговорах, їх істинні інтереси, які можуть явно не проявлятися;

♦ моральний фактор, який проявляється як деякі психологічні якості, риси людини, її життєві принципи, світогляд, життєве кредо;

♦ емоційний фактор як прояв ставлення до партнера, психологічна установка на нього, формування першого враження.

Цей перелік необхідно доповнити ще одним важливим фактором. Це ситуація, в якій проходить ділове спілкування і яка завжди знаходиться у відповідному часі та просторі. Тобто ділове спілкування реалізується в конкретних умовах і протягом відповідного часу.

Конфуцій говорив, що "не змінюються лише наймудріші і найдурніші". Більша ж частина людей знаходяться між цими крайнощами.

**Рівні ділового спілкування:**

* примітивний;
* маніпулятивний;
* стандартизований;
* конвенціональний (погоджувальний);
* ігровий;
* діловий;
* духовний.

Знання цих можливих рівнів ділового спілкування дає змогу краще зрозуміти ситуацію як весь процес встановлення контактів.

Із семи рівнів спілкування найбільш дієвими та плідними є **діловий, конвенційний та духовний**, через те що вони здатні пробуджувати найцінніші якості та най ширші творчі можливості особистості, викликати зацікавленість, інтереси, які, в свою чергу, є могутнім рушієм у системі управління та підприємництва.

**Бар'єри у спілкуванні, його рівні**

Що ж таке бар'єри спілкування?

***Сутність і класифікація бар'єрів спілкування.***

**Бар'єри спілкування - це психологічні труднощі, що виникають в процесі спілкування, які служать причиною конфліктів або перешкоджають взаєморозумінню і взаємодії.**

Вони можуть бути зв'язані з характерами людей, їх прагненнями, поглядами, мовними особливостями, з манерами спілкування.

Типи:

**Уникнення** - це такий тип бар’єру під час спілкування, коли спостерігається уникнення джерел впливу, відхилення від контакту з партнером, при якому взагалі ніяке спілкування стає неможливим.

**Авторитет.** Дія даного типу бар’єру спілкування полягає в тому, що, розділивши всіх людей на авторитетних і неавторитетних, людина довіряє тільки першим і відмовляє в цьому другим.

**Нерозуміння.** Далеко не завжди є можливість визначити джерело інформації як небезпечне, чуже чи неавторитетне і в такий спосіб захиститися від небажаного впливу.

**Бар'єри призводять до:**

* незадоволення
* міжособистісних конфліктів
* стресів
* непорозумінь тощо

**Бар'єри спілкування**

 **Бар'єр негативних емоцій**

* поганий настрій
* страх
* провина
* міжособистісні конфлікти

 **Мовний бар'єр**

* нерозуміння суті, змісту
* Знервованість

. **Бар'єр установки**

* oзаважає готовності до певної дії
* негативні реакції
* **Бар'єр першого враження**
* oзаважає контакту між співрозмовниками
* формується неефективне ставлення до співрозмовника

**Бар'єри на шляху до ефективного спілкування та напрями їх подолання**

1. **Зовнішність людини (її естетичні якості).**
2. **Вираз очей та обличчя (міміка, пропорційність, зміни виразу обличчя тощо) .**
3. **Інтелект.**

Окрім зазначених перепон, при спілкуванні існують мотиваційний, моральний та емоційний бар 'єри, які ускладнюють соціальне управління:

**Мотиваційний бар'єр**характеризується тим, що висловлювана мотивація має бути прийнятною і переконливою для інших. При негативному її розумінні мотивація може втратити мобілізуюче значення та сприйматися як кон' юнктурні декларації.

**Моральний бар'єр**обумовлений тим, що при спілкуванні здійснюються життєво-побутові чинники (стать, віку, соціальне походження, економічне становище, належність до службової та державно-посадової ієрархії тощо). Можуть спрацювати психологічні якості та властивості людини (сором' язливість, скромність, психічний склад, психологічний стан тощо).

**Емоційний бар'єр**пов'язаний з концепціями тих чи інших "малих" або "великих" соціальних груп, до яких належить людина. Разом з тим, вона змінюється протягом життя в своїх знаннях, досвіді, поглядах, життєвих установках, а отже, і в діях, вчинках, поведінці.

"Не змінюються лише наймудріші та найдурніші" (Конфуцій)

**Сучасні теорії міжособових стосунків**

Оцінка міжособистісних стосунків передбачає проведення їхньої класифікації. Так, виділяються стосунки-знайомства, приятелювання, дружби, Коли один з партнерів сприймає ці стосунки тільки як знайомство, а інший - як дружбу, то виникає непорозуміння. Тому м**іжособистісні стосунки можна визначити як взаємну готовність партнерів до певного типу почуттів, домагань, очікувань, поведінки.**

М. Обозов пропонує таку **класифікацію** міжособистісних стосунків: знайомства, приятелювання, товариські, дружні, любовні, подружні, родинні, деструктивні Вона спирається на кілька критеріїв: глибину стосунків, вибірковість щодо партнерів, функції стосунків.

Дуже важливим у спілкуванні є **перше враження**. У будь-якому випадку головним регулятором у побудові спілкування буде той образ партнера, та уява про нього, що є в кожного, тому що саме до цього образа і буде звернене спілкування.

Систему знаків, зміст яких виявляється в образі, що одержує партнер, можна назвати **самоподачею.** Хоче людина цього чи ні, усвідомлено вона вживає визначені знаки (надягає костюм, наприклад) чи неусвідомлено, все рівно система самоподачі, самопред'явлення існує і робить свій вплив на спілкування. Немає сумнівів, самопред'явлення також формується під впливом представлення про контекст спілкування і уявлень про світ, про людей, про себе.

**Існує декілька теорій, що описують міжособові стосунки.**

До них відносяться: біхевіоризм, теорія обміну, теорія справедливості, символічний інтеракціонізм, теорія управління враженнями, психоаналітична теорія, теорія ігор тощо.

*Біхевіоризм* (від англ. behaviour — наука про поведінку) базується на експериментальному вивченні тварин. Біхевіоризм відмовляється від безпосереднього вивчення свідомості. Його представники вивчають людську поведінку за схемою «стимул — реакція». На перший план, таким чином, висуваються зовнішні чинники. Якщо їх вплив збігається з уродженими рефлексами фізіологічного характеру, настає закріплення даної поведінкової реакції.

Згідно з *теорією обміну* люди взаємодіють один з одним на основі свого досвіду, зважуючи можливі винагороди і витрати.

*Теорія справедливості*. Люди оцінюють свої взаємовідносини шляхом порівняння того, що вони вкладають, і того, що одержують натомість. У результаті оцінки може виникнути одна з трьох ситуацій:

а) вони дійдуть висновку, що їх недооцінюють, тобто вони вкладають більше ніж одержують;

б) вони відчувають, що їх переоцінюють — одержують більше ніж вкладають;

в) внесок на рівні віддачі — у цьому випадку взаємодія оцінюється як справедлива.

Тут виділяються ще такі групи людей:

- альтруїсти — хочуть вкладати більше ніж одержувати;

- справедливі — прагнуть до рівноваги;

- егоїсти — хочуть більше одержувати ніж вкладати.

**Основні види ділового спілкування:**

**Публічний виступ**

Для успішного публічного виступу недостатньо вивчити літературу по обраній темі, знайти цікаві дані, зібрати переконливі факти, цифри, приклади. Необхідно подумати, як розташувати цей матеріал, в якій послідовності. Перед оратором виникає ряд питань: якими словами розпочати виступ, як продовжити розмову, чим закінчити виступ, як завоювати увагу слухачів і утримати її.

 Тому готуючи виступ, необхідно:

1. Дізнатися про місце проведення, про особливості аудиторії, присутність вашої "групи підтримки", про членів комісії та їх наукові здобутки, якщо ті присутні.

2. Спланувати доповідь, підібрати цікаві приклади, порівняння, епітети, написати остаточний текст доповіді.

*Як виступати?*

1. Продумати структуру виступу.

2. Записати виступ повністю.

3. Відкоригувати свій текст.

4. Підготувати тези виступу.

5. Визначити стиль виступу.

*Під час виступу важливо дотримуватися:*

*-* відповідності вербальної і невербальної інформації;

- природної поведінки (пряма постава, жестикуляція вільна, не надто активна і не пасивна, жива міміка, посмішка; погляд на слухача, а не на стелю, підлогу чи у вікно; голос природний, не крикливий).

**Існує 4 типи підготовки до виголошення промови:**

* ті, що написані і читаються за конспектом
* ті, що готують заздалегідь, але не вчать напам'ять;
* ті, що готують заздалегідь і вчать напам'ять;
* імпровізовані (експромти).

**Структура виступу**

**Вступ** є необхідною частиною навіть найстислішого виступу. Він містить кілька речень, за допомогою яких оратор має привернути увагу слухачів, сформулювати та пояснити свій задум і підготувати підґрунтя для сприйняття того, про що йтиметься в розмові. Бажано, щоб оратор-початківець хоча б стисло відобразив ці моменти виступу в конспекті.

*П****ідхід до теми:***чи відомо вам...

***Конкретна мета виступу****:* сьогодні ми з'ясуємо... хотілося б навести кілька міркувань про...

***Пояснення (мотивація)****:* усе це має стосунок до нашого щоденного життя,оскільки.

***Стислий огляд основних пунктів****:* не можна не замислитися над тим, що.

**Слід пам'ятати**: якщо завершення має стосуватися суті порушеної у виступі проблеми, то вступ повинен стосуватися слухачів. Саме роблячи вступ до виступу, необхідно зацікавити аудиторію, завоювати її симпатії. Оратор не повинен говорити, що не мав можливості підготуватися як слід, що в нього недостатньо досвіду тощо. Слухачі не хочуть спілкуватися з маленькою і слабкою людиною, неспроможною приховати свій страх. Вони бажають чути компетентного і впевненого в собі оратора.

Вступ не повинен бути надто серйозним, надто сухим і надто довгим. Ще оратори Стародавнього Риму рекомендували вже у вступі привернути увагу слухачів приємними для них речами. Що краще знає оратор свою аудиторію, то вдалішим буде початок.

Готуючи **основну частину** виступу (виклад), краще рухатися від простого до складного. Необхідно ставити себе на місце слухачів, яким буває важко збагнути зв'язок між окремими думками, подіями, фактами. Через це аудиторія починає втрачати увагу, відволікатися.

Окремі думки промовець може розвивати по-різному: розповідати, описувати, доводити. Слід пам'ятати, що найцікавішою формою викладу є розповідь про певні події та їхніх учасників, тому що це відбувається з живими людьми, перебуває у русі, розвитку, динаміці.

Нерухоме й неживе становить для слухачів менший інтерес, зокрема описи предметів і навіть живих істот, деталей їхнього вигляду, якщо вони не пов'язані з розвитком та дією.

Якщо промовець доводить певне твердження, він має бути максимально об'єктивним. Упередженість і необ'єктивність дратують слухачів, викликають спротив.

**І етап-підготовка і початок виступу**

1. Сприймайте конкурс-захист науково-дослідницьких робіт як чудову нагоду для саморозвитку, як спосіб продемонструвати свої можливості, познайомитись із цікавими людьми, а не як "важливе випробування ", "страшний день";

2. Поговоріть з однолітками чи батьками про те, які несподіванки можуть вас очікувати, про можливі стресові ситуації, про те, які наслідки можуть бути в разі неуспішного виступу. Пам’ятайте, що захист наукової роботи – це лише один із багатьох шляхів для досягнення вашої мети, а не остання надія.

3. Детально уявіть ситуацію вашого майбутнього виступу і спробуйте виступити перед друзями чи рідними або перед дзеркалом.

4. Працюйте над собою: збагачуйте свою мову, розвивайте в собі навички впевненої поведінки.

5. Спробуйте у важливий для вас день зробити фізичні вправи, які допоможуть відчути себе зібраним. Зробіть одночасно махи: права рука – ліва нога і навпаки, торкніться ліктем лівої руки коліна правої ноги. Корисними будуть вправи для дихання із швидким вдихом і повільним видихом повітря і навіть позіхання, що сприяє насиченню мозку киснем;

6. Напишіть повний текст виступу і кілька разів прочитайте його;

7. Розкладіть на столі всі записи та матеріали, згрупуйте їх відповідно до виступу;

8. Підготуйте наочність (графіки, схеми, таблиці) й продумайте, як краще її подати слухачам, щоб не робити метушливих рухів до записів і дошки;

9. Починаючи виступ, думайте не про своє хвилювання, а про контакт зі слухачами, про зміст виступу;

10. Пам'ятайте, що найменш цікавою формою викладу є опис, найцікавішою — розповідь;

11. Нотатки для виступу робіть на аркушах однакового формату. Ліворуч залиште поля для позначок, також позначте приблизну витрату часу на кожен пункт;

12. Починайте виклад у зручному положенні, повільним темпом,
звертанням: «Шановні слухачі...».

**Виклад**

*1. На початку доповіді слід забезпечити контакт заудиторією та оволодіти її увагою:*

- навести цікавий приклад чи показові статистичні дані;

- зачитати афоризм.

*2. Під час доповіді слід:*

- підтримувати зоровий контакт зі слухачами;

- намагатися передати головний зміст доповіді своїми словами

- змінювати темп і тональність мовлення;

- стояти впевнено ( не навалюватися на стіл чи фадру);

- рухатися і жестикулювати в міру;

- до записів заглядати відкрито, але не демонстративно;

- не зловживати іншомовними словами і незнайомими термінами;

- уникати вживання слів-паразитів "так би мовити", "ну ось";

- не вживати багато сполучників;

- самого висловлювання думок замало, їх треба донести до слухачів; вживайте для цього метафори, афоризми, цитати;

- різні незвичайні пригоди та випадки дуже пожвавлюють виступ;

- незнайомі, незрозумілі для слухачів терміни, абстрактні поняття треба пояснити;

- один з найвідоміших способів загострення уваги — паузи та риторичні запитання під час виступу;

- коли треба зазирнути в рукопис виступу, опустіть очі, але голову не схиляйте;

- намагаючись запам'ятати текст, зосереджуйтесь передусім на змісті, а не на стилі;

- не бійтеся дивитися на слухачів;

- не заповнюйте паузи різними звуками, як-то: «е-е-е», «ну...»;

- після закінчення виступу не показуйте свого полегшення через те, що виступ позаду;

- дякуйте за кожне запитання і зауваження навіть тоді, коли ви з ним не згодні.

**Способи завершення виступу**

1. Підбити підсумки всього сказаного, повторивши основні положення виступу.

Закликати до конкретних дій.

Зробити слухачам комплімент.

Процитувати доречні поетичні рядки.

Пожартувати, викликавши сміх.

Створити кульмінацію.

Якщо виступ щодо його цікавості й вагомості зобразити графічно, то отримаємо криву, яка на початку виступу піднімається досить високо, далі трохи спадає, а наприкінці промови неухильно і повільно рухається до найвищої точки — кульмінації. Кожен наступний вислів має посилювати враження, створене попереднім, аж поки думка не сягне кульмінаційного ефекту.

Стислість — основна ознака хорошого виступу. Вступ задає тон усієї промови й дає слухачам загальне уявлення про те, що вони почують. Для створення взаємоповаги проговоріть його напам'ять, але не читайте. Це також допоможе встановити зоровий контакт зі слухачами.

**Публічний виступ складається з декількох взаємопов'язаних між собою етапів** :

— ***докомунікативний*** — етап формування методологічних принципів, визначення позицій, добір та оцінювання матеріалу, що стане основою виступу;

— ***передкомунікативний*** — етап визначення стратегії і тактики майбутнього виступу та його основної ідеї, вирішення питань, пов'язаних з її трактуванням, відпрацювання змісту виступу, добір засобів та прийомів його передавання;

— ***комунікативний***— центральний у процесі спілкування. Це творча робота промовця перед слухачами. При результативній взаємодії підготовлений та розроблений змістовний матеріал лекції стає дієвим засобом впливу на установки, знання, вміння слухачів, формування їхніх переконань;

— ***посткомунікативний***— визначення результативності зустрічі зі слухачами. Цей етап іноді ігнорують, проте він потребує уваги, бо дає змогу визначити, чи досяг промовець мети, чи задовольнили свій інтерес і свої цілі слухачі. Це допоможе наступного разу усунути припущені помилки, краще врахувати запити людей.

 **Ділова бесіда**

Знання правил етикету є підґрунтям для формуванняіміджу керівника, працівника та фірми в цілому. Важливимє початок спілкування. З першої фрази, погляду, настроюкерівника залежатиме хід зустрічі, бесіди, наради. Томуварто починати її стримано, але доброзичливо.

Потрібно зазначити, що хоч бесіда і нарада — форми усного спілкування людей і будуються на трьох основних типах

стосунків:

— *начальник — підлеглий*

*— підлеглий — начальник*

*— партнер — партнер,*

проте вони різняться за кількістю учасників. Якщо в нараді беруть участь більше двох учасників, то в бесіді якраз дві особи становлять сферу спілкування.

**Відмінність ділової бесіди від повсякденної (побутової) полягає в тому,** *що вона є цілеспрямованою із заздалегідь спланованим результатом і направлена на вирішення певних завдань, виробничих проблем і питань, пов'язана з необхідністю робити висновки на основі аналізу отриманої інформації.* Також така бесіда дозволяє виробити певні рішення і реалізувати їх.

Ділові бесіди, завдяки ефекту зворотного зв'язку, дозволяють керівникові реагувати на висловлювання співбесідника відповідно до конкретної мети бесіди, її предмету та

особистості співбесідника.

Ділова бесіда як форма взаємного спілкування має такі переваги:

1. Можливість диференційованого підходу до предметаобговорення.

2. Швидкість реагування на висловлювання співбесідниказа допомогою пояснень, поправок тощо.

3. Розширення компетентності керівника за рахунок критичних оцінок, пропозицій і думок партнера.

4. Можливість диференційованого підходу до обліку таоцінки об'єктивних і суб'єктивних факторів під час вирішення проблеми.

5. Відчуття особистої значущості у вирішенні обговорю-

ваних проблем і причетності до результатів, отриманих укінці бесіди.

Необхідно також пам'ятати, що бесіда — це не монолог.Її можна буде правильно побудувати тільки тоді, коли є взаєморозуміння між співрозмовниками, що допомагає

спільному вирішенню певної проблеми.

Успіх бесіди значною мірою залежить від того, наскількизрозуміло, переконливо і точно партнери висловлюють своїдумки, ідеї. Точність і зрозумілість інформації виявляється в

простоті й чіткості викладу, адже розуміння інформації єобов'язковим.

Для досягнення оптимального ефекту в процесі діловогоспілкування керівник повинен чітко знати проблему і вмітивирішити її, демонструвати зацікавленість у реалізації вибра-

ної теми із співрозмовником. Керівник повинен враховуватипрофесійний рівень партнера та зміст виконуваних ним завдань, його повноваження і сферу відповідальності відповідно

до обов'язків, життєвого і трудового досвіду, інтересів, побажань, способу мислення.

**Правила побудови ділової бесіди**.

Структура бесіди:

Початок бесіди;

Створення сприятливого клімату (вітання, уявлення);

Виклад своїй позиції її обґрунтування;

З'ясування позицій співбесідника;

Сумісний аналіз проблеми;

Ухвалення рішення, з'ясування позицій співбесідника.

***Типові помилки, що здійснюються керівником при проведенні бесід:***

Керівник проявляє авторитет і не вважається з думкою інших;

Керівник ігнорує стан співробітників;

Не враховує мотиви поведінки співробітників;

Керівник не виявляє цікавість до співбесідника (ігнорування);

Керівник не слухає співбесідника і постійно перебиває.

**Функції бесід:**

Взаємне спілкування працівників з однієї сфери;

Сумісний пошук, висунення, оперативна розробка робочих ідей і задумів;

Підтримка ділових контактів;

Стимулювання ділової активності;

Контроль і координація вже початих операцій.

Ділові індивідуальні бесіди діляться на дві групи: *бесіди вільні і цілеспрямовані з двостороннім обміном інформацією, такі, що проходять без спеціальної підготовки (з обліком або без урахування часу); бесіди, спеціально підготовлені і строго регламентовані.*

 **Будь-яка ділова індивідуальна бесіда складається з трьох етапів:**

**Етап перший – підготовчий**. У нього входить визначення завдань бесіди і складання її плану; встановлення часу і вибір місця, де проходитиме бесіда. Складання плану бесіди, виходячи з її завдань – головний розділ цього етапу. Тут необхідно проаналізувати свою зайнятість, визначити час бесіди і її тривалість, а також продумати, чи зручно вибраний час для співбесідника.

На цьому підготовчому етапі слід перевірити себе по наступній пунктам:

1. Ретельна продуманість ходу бесіди;

2. Свобода від стереотипів, готовність сприймати людей такими, які вони є, гнучко реагувати на зміни, що відбуваються в них;

3. Повна готовність вислухати співбесідника і правильно відповісти на можливі питання;

4. Наявність точного, ясного і коректного плану бесіди;

5. Здатність складеного плану бесіди викликати питання, що відводять обговорення убік;

6. Наявність природних і переконливих формулювань;

7. Вираз всіх думок точний і ясно;

8. Правильний вибір тону проведення бесіди;

9. Спроба представити себе на місці співбесідника і зрозуміти його;

10. Представте, якби подібна бесіда була проведена з вами, залишилися б ви, задоволені нею.

**Етап другий** – ознайомлювальний. Протягом цього етапу долається психологічний бар'єр і встановлюється атмосфера довіри.

**Етап третій** – основний. Він складається з трьох частин: Ввідна частина бесіди (заперечення); основна частина бесіди (докази); завершальна частина бесіди (висновки).

**Підготовка до бесіди**

Якщо ви на бесіду прийшли вперше, то необхідно, увійти і назвати себе. Якщо відвідувач прийшов до вас і представився, потрібно постаратися відразу запам'ятати його ім'я і по батькові. Зустрівши відвідувача, потрібно встати з-за столу і запросити співбесідника сісти навпроти. Добре вийти йому назустріч: цей жест дає співбесідникові зрозуміти, що ви його поважаєте і готові до розмови на рівних. У разі, коли ви зустрічаєтеся для бесіди з своїм товаришем по службі або просто із знайомим вам людиною, вітаючи його і називаючи при цьому на ім'я та по батькові, цілком досить встати з-за столу. Перед початком бесіди з незнайомою людиною рекомендується попереджати співбесідника про час, який ви маєте в своєму розпорядженні для бесіди. Бесіда (це основний етап).. Необхідно постаратися представити повну картину всіх подій або обстановку, орієнтуватися тільки на словах співбесідника. Потрібно уміти слухати і правильно ставити уточнюючі і навідні питання, які допоможуть розкрити думки співбесідника.

Після дотримання вказаних вимог можна переконливо і детально висловлювати свою точку зору. Треба робити так, щоб співбесідник побачив обстановку з іншого боку і міг критично переглянути свої погляди виходячи з повнішого знання цієї обстановки. Бесіда може не завжди проходити гладко. Причину невдачі потрібно знаходити в самому собі, в своєму виразі обличчя, тоні, увазі, а не в співбесіднику, потрібно знаходити точний підбір фраз. Якщо з вашого боку сиплються стрічні питання – контртвердження, це може привести до суперечки із співбесідником. Причиною контртверджень часто виявляється невміння швидко оцінити ситуацію. Згубною для бесіди виявляється нестримна категоричність думок, яка може знищити доброзичливість співбесідника. В процесі бесіди треба послідовно проводити основну думку, потрібно навчитися слухати, вибирати правильні моменти для зауважень і робити їх в тактовній формі, ненав'язливо аргументувати свої установки, проявляти самокритичність при обґрунтованих стрічних зауваженнях, терпляче вислуховувати співбесідника і його заперечення.

Випадки, коли доводиться відповідати на заперечення:

Потрібно дати співбесідникові самому відповісти на свої власні заперечення і спростувати їх. Для цього непотрібно суперечити відкрито, вислухавши зауваження, треба спробувати відкинути його побічно; умовно погодитися з тим або іншим запереченням; постаратися вислухати декілька заперечень, щоб уловити головне і відразу відповісти; різкі заперечення слід повторити спокійним тоном.

Свою реакцію на слова співбесідника потрібно виразити кивком голови «чекаючим поглядом», короткими схвалюючими зауваженнями, повторенням останніх слів, сказаних співбесідником, показуючи, що думка зрозуміла.

Бувають випадки, коли співбесідник має яскраво виражену зарозумілість і схильність до спор. В цьому випадку потрібно дати йому виговоритися, потім повернутися до цього питання, або чекати поки ваш співбесідник не зайде в безвихідь.

Також потрібно звертати увагу на темп бесіди і паузи. Це має велике значення, оскільки допомагає виділити головне. Мова співбесідників повинна бути виразна і гранично ясна. Не варто говорити дуже голосно або дуже тихо. Перше – нетактовно, друге – може примусити вашого співбесідника багато разів ставити одне і те ж питання.

Рішення завжди повинне слідувати за переконанням, оскільки в іншому випадку співбесідник замість викладу своїх ідей почне критикувати вас або буде байдуже зі всім погоджуватися.

Закінчення бесіди. Як тільки точки зору співбесідника стають ясні, можна бесіду завершувати.

**Службова нарада**

**Нарада -** спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя.

Наради - порівняно з багатьма іншими методами управління - мають значні переваги, оскільки дають можливість спільно аналізувати важливі проблеми, висловлювати власні думки та пропозиції, приймати узгоджені рішення.

Оптимальна кількість учасників наради 10-12 осіб; якщо кількість перевищує 16-18 осіб, то не всі матимуть змогу взяти участь в обговоренні, тобто висловитися.

Залежно від мети й завдань, які треба вирішити, службові наради поділяються на: **інформаційні (інструктивні), диспетчерські (оперативні), проблемні**

**Інформаційні** організовують безпосередньо (конкретні) виконавці з метою ознайомлення учасників з новими завданнями, положеннями, відомостями, що стосуються управлінської вертикалі чи горизонталі. Якщо це директивні матеріали, доцільно познайомити працівників з новою інформацією у письмовій формі без проведення наради. Можна попередньо роздати текст для ознайомлення, а під час наради лише обговорити його й прийняти конкретні рішення.

**Диспетчерські** наради скликають для отримання інформації про поточний стан справ, її аналіз і прийняття рішень. їх проводять у точно визначений час і день, що дає змогу учасникам планувати свою діяльність і вчасно готуватися до наради. Позапланові оперативні наради зумовлюють неритмічність виконання їх учасниками своїх обов'язків і створюють незручності.

**Проблемні** наради проводять у невеликому колі компетентних і висококваліфікованих фахівців з метою прийняття найоптимальнішого рішення з обговорюваних питань шляхом голосування.

Нарада навряд чи пройде успішно, якщо її заздалегідь не підготувати, її проводить голова - керівник установи, підрозділу або відповідальна за певний напрям роботи особа. Голова наради повинен мати неабиякий організаторський хист, щоб нарада не перетворилася в пусту балаканину.

**Його завдання під час підготування наради такі:**

1. Чітко визначити коло обговорюваних питань.

2. Продумати послідовність обговорення цих питань (нараду зазвичай починають з обговорення важливих виробничих питань, що потребують інтенсивної розумової діяльності; наприкінці вирішуються конкретні питання, які голова може подати у вигляді оголошень) та їх взаємозв'язок.

3. Визначити час, необхідний для обговорення кожного питання, враховуючи можливість виникнення дискусії, обміну думками.

4. Передбачити мету, якої слід досягти під час розгляду кожного питання.

5. Визначити учасників наради, враховуючи їх особисту компетентність, посадові обов'язки, а також комунікабельність, їх уміння приймати рішення, конструктивно співпрацювати.

6. Продумати механізм проведення дискусії.

7. Передбачити (і заздалегідь відвести на це певний час) звертання до кожного з учасників наради, певні ліричні відступи, що створять невимушену ділову атмосферу обговорення.

8. Перед засіданням підготувати вступ, який, залежно від характеру обговорюваних питань та ситуації, може бути стислим чи розгорнутим (дві-три хвилини, іноді п'ять хвилин).

**Під час проведення наради голова повинен:**

1. Упевнено і вміло керувати обговоренням унесених до порядку денного питань: постійно стежити за ходом дискусії, обдумувати й добирати слушні запитання, систематизувати різні погляди, вчасно робити висновки.

2. Створити доброзичливу атмосферу для спілкування і прийняття рішень:

- надавати учасникам можливість висловлюватися, заохочувати їх до розмови;

- уважно прислухатися до висловлювань кожного, бо ефективність нарад якраз і полягає в тому, щоб виробити спільну думку;

- по-дружньому ставитися до всіх, нікого не виокремлювати з-поміж інших і нікого не обділяти своєю увагою;

- бути тактовним і витриманим, дотримуватися етичних норм. 3. Наприкінці наради узагальнити зроблені висновки, а якщо будуть поставлені завдання, то до кожного з них слід додати:

- що треба зробити;

- хто і що саме робитиме;

- термін виконання.

За вмілого керування нарада досягне вагомих результатів. Щоб забезпечити організованість наради, треба подбати й про запрошення, які повинні містити:

* тему наради;
* день і час проведення наради;
* місце проведення наради - точна адреса, поверх, а в разі потреби - номер кімнати, спосіб проїзду.

Найкраще надсилати запрошення на нараду за 10-14 днів до її початку, а напередодні доручити секретареві зателефонувати й нагадати її учасникам.

Успіх наради залежить і від приміщення, де вона відбуватиметься. Треба належним чином приготувати його: надто велике чи мале приміщення, незручні сидіння, надміру тепла чи холоду - усе це може зашкодити успішному проведенню наради.

Отже, потурбуйтеся про те, щоб:

* у приміщенні було достатньо стільців і столів;
* була дошка, крейда й ганчірка;
* учасникам наради вчасно роздали друковані матеріали;
* на столах було письмове приладдя, папір;
* працювали засоби затемнення, освітлення, опалення, вентиляція приміщення;
* засіданню не заважали телефонні дзвінки та випадкові відвідувачі;
* якщо подаватимуть каву, заздалегідь призначте людину, котра її готуватиме.

Після проведення наради:

1. Має бути вчасно проконтрольовано виконання поставлених завдань.

2. Максимально використано у виробничому процесі прийняті рішення.

3. Визначено тему й дату проведення наступної наради, враховуючи ЇЇ актуальність.

Отже, нарада є важливою формою ділового спілкування.

**Правила спілкування фахівця при проведенні переговорів**

Переговори, як і будь-яка інша діяльність, вимагають професіоналізму. Чим багатшим і розмаїтішим стає світ, тим більше в ньому суперечностей, розв'язувати які потрібно навчитися цивілізовано.

Переговори є могутнім інструментом, який винайшло людство для урегулювання конфліктів, розв'язання спірних питань, організації спільної діяльності.

**Переговори** — спільна діяльність двох або більше суб'єктів, налаштована на ефективне розв'язання спірних питань з оптимальним урахуванням потреб кожної із сторін.

Переговори як спосіб мислення та організація життєдіяльності притаманні не всім соціально-економічним, політичним та управлінським моделям суспільства. Наприклад, адміністративно-командні системи використовують їх рідко, що обмежує сферу міжособистісної взаємодії. Проте силовими методами і погрозами суперечностей і конфліктів не розв'язати. Тому єдиним засобом узгодження інтересів є переговори. Вони забезпечують розв'язання спірних проблем, налагодження співпраці в ході дискусій, консультацій, прийняття домовленостей, вироблення спільних рішень. Однак трапляється, що сторони не готові до прийняття рішення. Такі переговори вважають попередніми, на них лише обмінюються поглядами, інформацією. Буває, що одна із сторін вступає у переговори лише для того, щоб відвернути увагу партнера. В такому разі їх вважають деструктивними щодо іншої сторони. Якщо переговори використовують як прикриття, показну демонстрацію зацікавленості, вважати їх переговорами можна хіба що умовно, оскільки один або більше їх учасників не мають наміру братися за розв'язання проблеми.

 Приступаючи до переговорів, необхідно знати, що така діяльність передбачає відносини в системі «*суб'єкт — суб'єкт*», а не «*суб'єкт — об'єкт*». Переговорний процес є діяльністю двох суб'єктів взаємодії, кожен з яких керується своїми цілями, інтересами, завданнями, намірами. Такі відносини супроводжують співучасть, співпереживання, співробітництво.

 Ці засади стосуються і сфери управління, де без переговорів неможливо налагоджувати контакти з партнерами, розв'язувати проблеми з максимальним урахуванням інтересів кожного. Цій діяльності властива наявність в учасників переговорного процесу власних цілей, інтересів, намірів, які можуть частково збігатися, а частково розходитися. Саме збіг інтересів уможливлює переговори, а розбіжність потреб змушує сторони до участі в них.

Оптимальним наслідком переговорів є спільне рішення, яке б задовольняло всіх учасників переговорного процесу і розглядалося ними в конкретній ситуації як найкраще.

Використовують переговори і для інших цілей (з'ясування позицій зацікавлених сторін, дезінформування про свої інтереси, імітування активності тощо). В управлінському процесі переговори реалізують такі функції:

1. **Інформаційно-комунікативна**. Сприяє обміну інформацією, поглядами, налагодженню нових зв'язків. Виявляє вона себе під час будь-яких переговорів, однак обмеженість лише цією функцією дає підстави вважати їх консультаціями.

 **2. Регулятивна.** Передбачає встановлення взаємодії на переговорах, упорядкування спільної діяльності.

 **3. Координаційна.** Спрямована на узгодження дій між учасниками переговорів, встановлення, оптимізацію взаємозв'язку між суб'єктами переговорного процесу.

**4. Контролююча**. Передбачає перевірку виконання укладених раніше угод.

 Учасники переговорів можуть дотримуватися різних позицій і принципів: розглядати їх як засіб здобуття перемоги чи як засіб спільного аналізу проблеми і пошуку шляхів її розв'язання. Конкретна позиція зумовлює підходи учасників переговорів до обговорення, аналізу та розв'язання проблем:

*— конфронтаційний підхід*. Базується на впевненості, що метою переговорів є перемога як найповніше досягнення власної цілі;

*— партнерський підхід.* Має на меті з'ясувати позицію партнера, спільно з ним проаналізувати проблему і знайти оптимальні варіанти вирішення суперечності.

З огляду на кількісний аспект розрізняють ***двосторонні та багатосторонні*** переговори.

Враховуючи відносини, в межах яких вони відбуваються, виокремлюють

*переговори конфлікту* (спрямовані на врегулювання конфліктних, спірних ситуацій) і *переговори співробітництва* (зорієнтовані на розвиток спільної діяльності).

Поведінка, наміри учасників переговорного процесу значною мірою залежать від передумов та обставин, у яких вони відбуваються.

 За умов співробітництва учасники переговорного процесу створюють «новий продукт», вибудовують нові відносини. У конфліктній ситуації сторони можуть бути зорієнтовані на урегулювання, приглушення конфлікту або ліквідацію його джерела. Як правило, основний акцент вони роблять на розподілі або перерозподілі прав, можливостей тощо. Якщо на цей період їм не вдається налагодити каналів комунікації, доводиться звертатися за допомогою посередника. Іноді альтернативою переговорам можуть бути насильницькі дії, що вимагає від учасників переговорного процесу особливої відповідальності за прийняті рішення.

Узявши за критерій функціональний підхід, американський політолог Чарльз Ікле виокремив такі види переговорів:

 1. Переговори, спрямовані на продовження дії домовленостей, досягнутих угод.

 2. Переговори з метою нормалізації відносин, що передбачає перехід від конфліктних до інших типів стосунків між сторонами.

 3. Переговори з метою перегляду угоди. За таких обставин одна із сторін вимагає змін на свою користь за рахунок інших сторін.

 4. Переговори з метою досягнення нової угоди. Вони спрямовані на встановлення нових відносин і зобов'язань між учасниками переговорного процесу. Такі відносини можуть встановлюватися як із давніми, так і з новими партнерами, що вимагає особливої обережності, з'ясування їх репутації.

 5. Переговори, зорієнтовані на отримання не відображених в угоді результатів.

Не менш поширеними є класифікації, в яких за основу взято процесуальний аспект (за тривалістю, механізмом прийняття рішень, рівнем проведення), а також за предметом (дипломатичні, торгові, політичні, із розв'язання трудових спорів тощо).

Результати переговорів залежать від прийомів їх ведення, способів мовленнєвого впливу, культури ділового спілкування, тобто дотримання правил добропорядного тону, шанобливого ставлення до партнера, толерантності, терпимості до недоліків у характерах і поведінці людей.

**Основні правила ділового спілкування.**

Готового рецепту проведення ділового спілкування і досягнення успіху немає, тому що це багато в чому залежить від ситуативних факторів

Але існують загальні *правила,* яких бажано дотримуватися:

■ сформулювати конкретну мету спілкування, скласти план його проведення;

■ створити атмосферу довіри і взаєморозуміння. Привернути увагу партнера, говорити про спільні проблеми;

■ уміти переконливо висловлювати свої думки, уважно слухати і задавати запитання;

■ не відволікатися від поставленої мети. Уміти правильно сприймати партнера і володіти своїми емоціями;

■ робити нотатки, фіксуючи одержану інформацію;

■ закінчувати обговорення після досягнення мети.

Що відрізняє успішну людину від неуспішної, культурну від некультурної, привабливу від непривабливої? Безперечно, крім зовнішності, розуму, вбрання – насамперед, вміння красиво, правильно спілкуватись. Такі люди викликають захоплення. Замість того, щоб потайки задрити цим людям, слід повсякчас, цілеспрямовано і неухильно оволодівати мистецтвом успішного спілкування, бо як відомо, всяке вміння набувається і розвивається. Чи не найбільше це стосується секретаря-референта, який весь час "на виду", весь час у вирі подій, зустрічей, прийомів, є своєрідною "візитною карткою" установи. Від його поведінки, стилю, манер, а найбільше – від мистецтва спілкування залежить не тільки ділова репутація організації, а навіть, часто і фінансове благополуччя.

Отже, що ж таке ділове спілкування? **Ділове спілкування**– це процес встановлення і розвитку контактів між людьми, що виникає з потреби їх спільної діяльності. Змістом ділового спілкування є обмін інформацією і досвідом, що передбачає досягнення певної мети і вирішення конкретної проблеми.

Зайве наголошувати, що саме секретар здійснює безліч ділових контактів з керівником, співробітниками, відвідувачами, телефонними абонентами, і саме його компетентність, тактовність, ерудиція, етика, мова створюють імідж організації чи, навпаки, дискредитують.

Все починається з прийому: секретар, виявляючи готовність до слухання і зацікавленість у розмові, таким чином встановлює зі співрозмовником візуальний контакт. Стійкий візуальний контакт з людиною, що спілкується з секретарем, свідчить не лише про зацікавленість у розмові, але й стимулює співрозмовника продовжувати бесіду. Багато психологів радять починати бесіду з компліменту, що дає змогу зняти емоційну напругу.

Мистецтву спілкування, а, отже, мистецтву ввічливості та шанобливого ставлення до людини як до особистості, вчить, зрештою, життєвий досвід.

Розмовляючи з людьми, належить брати до уваги складність їхнього внутрішнього світу, психіки, характер і тип темпераменту, аби відшукати потрібний ключ і досягти потрібного ефекту. Підвищити можливості на успіх у діловому спілкуванні можна, якщо заздалегідь довідатись про спосіб мислення, позицію співрозмовника, його вади та переваги.

Щоб досягти мети у спілкуванні, сне тільки треба мати певний фізичний та інтелектуальний потенціал, навички комунікації, а й знати правила ділового спілкування:

– потрібно уникати в розмові слова "я". Входити в інтереси інших та не випинати власну особистість – особлива достойність кожного спілкування;

– необхідно уникати розмов, що неприємні співрозмовникові та засмучують його. Теми слід обирати ті, які становлять спільний інтерес зі співрозмовником. Цікавитися чужими інтимними справами недоречно і вкрай нечемно;

– необхідно уміло підтримувати розмову, правильно висловлюватися, не вживати вульгарних виразів, не переобтяжувати мову іноземною лексикою й абстрактними поняттями;

– відповідати на запитання чи розмовляти тією мовою, якою до нього звертаються. Однак у товаристві, де спілкуються однією мовою, розмовляти з кимось іншою не рекомендується;

– не слід викрикувати, привертаючи увагу сторонніх, як і мовити дуже тихо;

– не варто виявляти свою нудьгу або втому;

– не слід перебивати співрозмовника. Свої сумніви або непорозуміння висловлювати чемно тільки по закінченні розмови і в найввічливішій формі;

– розмовляючи, варто дивитися на співбесідника і стежити за його реакцією, при потребі коригувати свої дії;

– привернути до себе увагу можна завдяки логічності думки, переконливості аргументації, дотепності й емоційності відповіді. Секретареві не варто гарячкувати, поспішати залагодити справу, слід бути розважливим і приязним;

– чемна людина, переконавшись у марності своїх зусиль зацікавити співрозмовника, припиняє розповідь, іде на поступки;

– терпляче вислуховуйте і те, з чим не згодні;

– говорити тактовно, ніколи не вживати неприємного тону;

– тактовність щодо інших й емоційна стриманість щодо себе;

– ввічлива форма відповідей необхідна, як і ввічливі запитання.

 **Мовленнєвий етикет у діловому спілкуванні**

Культура говоріння тісно пов’язана з мовленнєвим етикетом, тобто з прави¬лами вітання, знайомства, прощання, вдячності, вибачення, запрошення, схвалення тощо. Люди, як правило, негативно реагують на порушення вироблених суспільством формул етикету. Для того щоб ділове спілкування було ефективним, важливо, щоб його учасники обов’язково зверталися один до одного на “Ви” (як до співробітників, так і до клієнтів). Таке звертання — необхідний інструмент підтримання нормальних службових відносин і трудової дисципліни в колективі та встановлення партнерських стосунків з клієнтами

**Мовний етикет** – це сукупність мовних засобів, які регулюють нашу поведінку в процесі мовлення. Термін *етикет* походить від французького слова etiguette, що означає *ярлик, етикетка*.

Мовленнєвий етикет висуває перед людьми, що спілкуються, певні вимоги. Їх розмова має бути *ввічливою, статечною, пристойною,* а самі комуніканти мають виявляти один до одного *уважність* і *чемність*.

**Головне призначення етикету, у тому числі й мовленнєвого,** –встановлення сприятливого контакту між людьми, регулювання їх взаємин на основі принципу ввічливості. Без знання прийнятих у суспільстві правил мовного етикету,не володіючи вербальними формами вираження ввічливих взаємин між людьми, особистість не може правильно встановитирізноманітні контакти з оточуючими, тобто, не може з найбільшою користю для себе і для оточуючих здійснити сам процесспілкування.

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

Знання правил мовленнєвого етикету виступає не тільки показником зовнішньої культури людини, але й має безпосередній влив на формування її особистості, на виховання високої моралі, духовності. Засвоєння національного мовленнєвого етикету, вміння користуватися ним робить спілкування приємним і бажаним. Для ділової людини користуватися правилами мовленнєвого етикету відповідно до ситуації є конче необхідно.

Загальна ж функціональна типологія одиниць мовленнєвого етикету українського народу може бути представлена у такому вигляді(наводимо приклади найбільш типових формул):

**1. Етикетні одиниці, якими виражається вітання:** *Добрий ранок! Доброго ранку! Добрий день! Доброго дня! Добридень! Добрий вечір! Здрастуйте! Здоров був! Здоровенькі були! Доброго здоров’я!Моє шанування! Вітаю Вас! Радий (-а) вітати Вас! Скільки літ, скільки зим! Яким вітром? Салют! Радий (рада) вас (тебе) бачити(вітати)!*

Адже перше враження про людину складається від того, наскільки щиро і привітно вона вітається. У вмінні вибрати доречну форму вітання виявляється загальна і мовна культура людини.

**Поради:**

• Вітаючись, добирайте ту вітальну формулу, яка підходить

для даної ситуації.

• Вітаючись, привітно посміхайтеся. Дивіться людині у вічі.

• Вітаючись, не тримайте руки в кишенях. Зніміть рукавички(у рукавичках може дозволити собі вітатися лише жінка).

• Якщо ви молодший, вітайтеся першим.

• Якщо ви кудись зайшли (до установи, до квартири чи хати друзів), вітайтеся першим (першою).

• Жінку має вітати чоловік (руку для вітання першою подає жінка).

• Підлеглий має привітати свого керівника (а руку може подати першим керівник).

• Незалежно від віку, статі, посади тощо першим (першою) вітається той (та), хто заходить до кімнати (кабінету).

• Ідучи в гості, не забудьте, що першою маєте привітати господиню, потім господаря, потім гостей (у тому порядку, як вони сидять).

**2. Формули із значенням прощання:** *Прощайте! Прощавайте! До зустрічі! До побачення! Щасливо! Дозвольте попрощатись! Бувай (бувайте) здорові! Дозвольте відкланятись! На добраніч!Щасливої дороги! Будь щасливий* (*-а, -і*)*! Я з Вами не прощаюсь! Ми ще побачимось! Ми ще зустрінемось!*

**3. Вислови вибачення:** *Вибачте, пробачте, 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...*

**4. Мовленнєві одиниці, що супроводжують прохання:** *Будь ласка, будьте ласкаві, будьте люб’язні, прошу Вас.., чи не змогли б Ви ...., чи можу я попрохати Вас..., маю до Вас прохання..., чи можузвернутися до Вас із проханням..., дозвольте Вас попросити..., якщо Ваша ласка..., ласкаво просимо..., якщо Вам не важко..., не відмовте, будь ласка, у проханні..., можливо, Ви мені допоможете...*

**5. Формули подяки:** *Спасибі! Дякую! Прийміть мою найсердечнішу (найщирішу) подяку! Не знаю, як і дякувати вам (тобі)!*

**6. Конструкції побажальної модальності:** *Будь(-те) щасливий(-а, і)! Щасливої дороги! Успіхів тобі (Вам)! Хай щастить! Зичу радості (гараздів, успіхів)! З роси і води!*

**7. Формули привітань з певної нагоди:** *Поздоровляю з …, Вітаю (Вас, тебе) з …, Прийми (-іть) поздоровлення (привітання)з …, З Новим роком! З днем народження*

**8. Типізовані фрази ритуалу знайомства:** *Знайомтесь …. Я хочу представити тобі (Вам)…. Дозволь(-те) представити (познайомити, рекомендувати) …. Рекомендую …. Маю честь представити (рекомендувати)* тощо.

**9. Звертання:** *Мамо, тату, доню, сину, сестро, брате, бабусю,дідусю, пані, пане, панно, паничу, панове, добродію, добродійко, добродії, товаришу, товариство, друже, приятелю, подруго, колего...*

**10. Згода, підтвердження:** *Згоден, я не заперечую, домовилися, Ви маєте рацію, це справді так, авжеж, звичайно, певна річ, так, напевно, обов’язково, безперечно, безсумнівно, безумовно, ми в цьому впевнені, будь ласка (прошу), гаразд (добре), з приємністю (із задоволенням)...*

**11. Заперечення:** *Ні; ні, це не так; нас це не влаштовує; я незгодний* (*згоден*)*; це не точно; не можна; не можу; ні, не бажаю; Ви не маєте рації; Ви помиляєтесь; шкодую, але я мушу відмовитись;нізащо; це даремна трата часу; дякую, я не можу; про це не можебути й мови...*

**12. Співчуття:** *Я Вас розумію; я відчуваю Вашу схвильованість*(*Ваш біль, Вашу стривоженість, Ваше хвилювання*)*; це болить імені; це не може нікого залишити байдужим; я теж перейняласяВашим болем* (*горем, тривогою*)*; я співпереживаю* (*Вашу втрату,Вашу тривогу); треба триматися, людина сильна; не впадайте увідчай (час усе розставить на місця, час вилікує, загоїть рану, втамує біль)...*

***13. Пропозиція, порада:*** *Дозвольте висловити мою думку щодо..., а чи не варто б..., чи не спробувати б Вам..., чи не були б Витакі ласкаві прийняти мою допомогу (вислухати мою пропозицію,пораду), чи не погодилися б Ви на мою пропозицію.*

Як бачимо, кожна із ситуативно-тематичних груп становить синонімічний ряд етикетних одиниць, які різняться за семантичними і стилістичними ознаками. Наявність синонімічних рядів обумовлює можливість вибору одиниці в комунікативному акті, оскільки особистістьхарактеризується не лише тим, що вона робить, але й тим, як вона церобить.

Вибір етикетних одиниць комунікантами передусім залежитьвід таких визначальних екстралінгвістичних факторів, як:

1) соціальна роль;

2) вік;

3) місце проживання;

4) стать;

5) культурно-освітній рівень адресата й адресанта, соціальнадистанція між ними;

6) характер ситуації спілкування;

7) специфіка взаємин між комунікантами;

8) меншою мірою вибір потрібної етикетної одиниці обумовлений особистісними характеристиками мовця, його психологічними установками (напр., схильність до руйнування мовленнєвогошаблону, намагання виявити свою індивідуальність у ситуаціях-стереотипах).

**Поради:**

• Завжди контролюйте себе *що – кому – чому – про що – де –коли* ви говорите.

• Дотримуйтесь правил мовного етикету.

• Засвідчуйте свою вихованість, шану і уважність до співрозмовника, привітність, приязнь, прихильність, доброзичливість, делікатність.

 Мовленнєвий етикет українців є унікальною, універсальною моделлю їх мовної діяльності. Знання цієї системи, а ще більше – повсякденна їх реалізація, гармонія знань і внутрішнього світу людини, без перебільшень, є своєрідним барометром духовної зрілості нації

**Запитання для самоконтролю**

1. Назвіть форми та функції ділового спілкування
2. Які виникають барєри в спілкуванні та як їх подолати?
3. Які є соціальні типи особистості в діловому спілкуванні
4. Які ви знаєте теорії міжособових стосунків.
5. Назвіть основні види ділового спілкування.
6. Публічний виступ це-…
7. Ділова бесіда складається з…..
8. Які ви знаєте види нарад?
9. Службова нарада це…….
10. З яких частин складаються переговори?
11. Назвіть основні правила ділового спілкування.
12. Дати визначення мовленнєвому етикету.