

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ ЛЬОТНИЙ КОЛЕДЖ**

Циклова комісія філологічних дисциплін

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

навчальної дисципліни
«Українська мова (за професійним спрямуванням)»
обов'язкових компонент
освітньо-професійної програми
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Аеронавігація

**за темою – Усне професійне спілкування пілота (другого пілота)
(4 години)**

Харків 2021

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від 23.09.2021р. № 8

СХВАЛЕНО

Методичною радою Кременчуцького
льотного коледжу
Протокол від 22.09.2021р. № 2

ПОГОДЖЕНО

Секцією науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
Протокол від 22.09.2021р. № 8

Розглянуто на засіданні циклової комісії філологічних дисциплін, протокол від 30.08.2021р. № 1

Розробник:

Голова циклової комісії філологічних дисциплін, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист Савченко О. А.

Рецензенти:

1. Викладач циклової комісії економіки і управління, кандидат педагогічних наук, спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист Кременчуцького льотного коледжу ХНУВС Носач І.В.
2. Методист, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки та психології дошкільної освіти та гуманітарних дисциплін Кременчуцького педагогічного коледжу імені А. С. Макаренка Кулікова Т. В.

План лекції

1. Поняття спілкування. Мова і мовлення;
2. Індивідуальний стиль мовлення;
3. Службовий мовний етикет пілота (другого пілота);
4. Поняття ділового спілкування;
5. Приватне усне ділове мовлення;
6. Публічне усне ділове мовлення;
7. Поняття публічного виступу;
8. Вимоги до мовлення доповідача.

Рекомендована література

Основна

1. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова: [Підручник для вищих навчальних закладів] / М. Г. Зубков. – Харків, 2002;
2. Коваль А.П. Ділове спілкування. / А.П.Коваль. - К., 1992;
3. Мацюк З. Українська мова професійного спрямування: [Навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. - К., 2005;
4. Мозговий В. І. Українська мова у професійному спілкуванні: Модульний курс: Навч. пос. / В. І. Мозговий. - К., 2006;
5. Нелюба А. М. Теорія і практика ділової мови / А. М. Нелюба. – Х., 1997;
6. Сучасна українська мова: [Підручник] / За ред. О.Д.Пономарева. – К., 2001;
7. Томан І. Мистецтво говорити. / І.Томан. – К., 1996;
8. Чмут Т.К. Культура спілкування. / Т.Чмут– Хмельницький, 1999;
9. Шевчук С.В. Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням [Підручник] / С.В.Шевчук. – К., 2011.

Текст лекції

1. Поняття спілкування. Мова і мовлення

Мова у своєму загальному вияві статична, стабільна, довговічна, належить суспільству, не залежить від конкретних обставин, а **мовлення** конкретне, активне, динамічне, індивідуальне. На мовлення суттєво впливає спілкування, ті обставини, в яких реалізує себе адресат й адресант. Саме у мовленні мова функціонує, розвивається.

Потреба людей у спілкуванні - одна із базових, вона визначає їх сумісну діяльність і викликається об'єктивною необхідністю співіснування. **Спілкування** – це складний багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми, в якому здійснюється обмін інформацією та діями; сприйняття і розуміння партнера.

Під час спілкування здійснюється своєрідна «презентація» внутрішнього світу особистості. Саме тому спілкування, виступаючи певною формою взаємодії однієї людини з іншою, виявляє певні людські якості, розкриває, чого варта людина.

Перша потреба в спілкуванні на рівні організації пов'язана з наданням необхідної інформації з відповідного питання, щоб дозволити кожному виконувати свою роботу ефективно і сприяти досягненню мети.

Якщо люди не зможуть обмінюватись інформацією, то зрозуміло, що вони і не зможуть працювати разом, формувати цілі й досягати їх. Спілкування – це складний процес, що складається із взаємозалежних кроків. Кожен із цих кроків дуже потрібний і важливий для того, щоб зробити наші думки зрозумілими іншій особі. Кожен крок – це пункт, в якому, якщо ми будемо недбалими і не будемо думати про те, що робимо, – зміст може бути загублений.

У деяких наукових працях ототожнюється поняття «**комунікація**» і «**спілкування**». Разом з тим між ними є різниця. Зазначимо, що **комунікація**, насамперед, пов'язана з опосередкованим спілкуванням, за допомогою технічних засобів (телефон, телетайп), а також через засоби масової інформації.

Спілкування - це взаємний обмін повідомленнями з внутрішнім психічним змістом, тобто це завжди двосторонній процес, який можливий лише між живими істотами. Дослідження процесів комунікації свідчать, що понад 70% активного дня люди проводять у спілкуванні. При цьому приблизно 42% цього часу відводять слуханню, 32% - мовленню, 15% - читанню і 11% писанню.

Функції спілкування – це зовнішній прояв властивостей спілкування, ті завдання, які воно виконує у процесі діяльності людини в суспільстві. Відомі різні класифікації функцій спілкування. Узагальнюючи різні підходи до проблеми функцій спілкування, виокремлюємо:

- ◆ контактна — знайомство,
- ◆ інформаційна — обмін інформацією, думками, рішеннями;
- ◆ спонукальна — стимулювання, заохочення адресата;
- ◆ емотивна – обмін емоціями чи зміна своїх під впливом партнера;
- ◆ координаційна — узгодження дій комунікантів;
- ◆ пізнавальна — сприйняття і розуміння змісту повідомлення;
- ◆ регулятивна – організація, формування стратегії й тактики.

Для більшості професій спілкування складає основу діяльності. Від форми, стилю спілкування, його емоційного забарвлення значною мірою залежить ефективність роботи. Навички, уміння і здатності у сфері спілкування проявляються як основні фахові риси особистості працівника. Подолати труднощі, непорозуміння, які можуть виникнути у процесі професійного спілкування, допоможе знання особливостей спілкування.

У залежності від цього фактору може йтися про **5 тональностей спілкування**: висока, нейтральна, звичайна, фамільярна, вульгарна.

Висока тональність відповідає спілкуванню у сфері суто формальних суспільних структур (урочисті заходи, дипломатичні прийоми тощо).

Нейтральна – функціонує у сфері офіційних установ. Вона найближча до здійснення службових повноважень працівника ОВС.

Звичайна тональність характерна для спілкування на побутовому рівні.

Фамільярна – забезпечує спілкування в колі сім'ї, в дружньому товаристві, емоційна.

Вульгарна – спостерігається у соціально неконтрольованих ситуаціях, занадто емоційна.

У сучасній науці існує розгалужена **класифікація спілкування**.

Існує **п'ять моделей спілкування**:

1. **Запобігливий тип.** Один із співрозмовників намагається догодити іншим, погоджується з будь-якою критикою на свою адресу.
2. **Звинувачувальний тип.** Особа цього типу шукає винних, нерідко поводить зухвало, говорить різко й жорстко і в такий спосіб прагне завоювати авторитет, владу над іншими.
3. **Розважливий тип.** Коректна, надто спокійна людина, яка все розраховує наперед, має монотонний голос.
4. **Віддалений тип** не реагує на жодні запитання, часто говорить недоречно, невчасно і невлучно.
5. **Врівноважений тип.** Поведінка такої особи послідовна, гармонійна, до співрозмовників ставиться відкрито, чесно.

Моделі спілкування застосовуються в різноманітних ситуаціях професійного спілкування і значною мірою характеризуються культурою спілкування.

Серед **типів спілкування** виділяються:

- 1) **анонімне спілкування**, тобто стосунки між незнайомими людьми, тимчасові контакти (на вулиці, у громадських містах).
- 2) **функціональне спілкування**, тобто стосунки, пов'язані з діяльністю людей. У межах таких стосунків можна виділити симетричні ситуації спілкування (співрозмовники рівні за службовим статусом) і асиметричні ситуації.
- 3) **неформальне спілкування**, тобто стосунки в різноманітних колективах за інтересами та між знайомими, друзями.
- 4) **інтимно-сімейне спілкування**, тобто стосунки між родичами

За своїми **видами спілкування** теж досить різноманітне.

1. За використанням знакових систем:

- *вербальне (словесне)* спілкування (10% інформації)
- *невербальне* передає ставлення до партнера (90% інформації: 40 звуки, 50 жести)

2. За характером зв'язку:

- *безпосереднє* (один на один); *опосередковане* (віддалене);
- *діалогічне; монологічне; полілогічне*

3. За кількістю учасників:

- *міжособистісне* спілкування (спілкуються двоє);
- *внутрішнє* (сам із собою) - Ми думаємо швидше, ніж говоримо.

- *групове; публічне* (20 і більше); *масове* (великі маси і за допомогою різних видів ЗМІ)

4. За темою:

- ділове; розважальне; наукове

5. За стосунками комунікантів:

- дружнє; офіційне; антагоністичне;

6. За способом організації:

- стихійне; організоване;

7. За тривалістю:

- постійне; періодичне; довготривале;

8. За формою представлених мовних засобів:

- усне; письмове;

Писання і читання – 20%, слухання й говоріння – 80% спілкування.

9. За свободою вибору партнера:

- ініціативне; вимушене;

10. За додержанням норм:

- нормативне; ненормативне.

2. Індивідуальний стиль мовлення

Кожна людина характеризується своїм індивідуальним стилем мовлення. **Індивідуальний мовний стиль** – показник соціального стану, характеру, світогляду, професії, культурного і освітнього рівня мовця.

Серед факторів, що формують індивідуальний стиль мовлення, можна назвати вроджені (*психічні* та *фізіологічні*) особливості людини, та особливості, набуті в результаті розвитку та самовиховання, які до певної міри можуть контролюватися кожною особою. Серед них слід виділити:

Ситуація спілкування.

Психологічна потреба людини в спілкуванні.

Тема, що має бути цікавою для всіх співрозмовників.

Вміння підтримувати увагу та слухати. Слід враховувати, що, за твердженнями психологів, **репліка** повинна тривати 45 - 90 секунд, а оптимальна довжина фрази – 7(+ 2) слів. У спілкуванні людина – **свідомо чи несвідомо** – захищає себе від надлишкової інформації. Внаслідок цього відфільтровується не менше 40% із того, що було «почуте» під час спілкування.

Розмова має бути діалогом, що поєднує говоріння і слухання. Асиметрична бесіда, де кількість реплік непропорційна, демонструє, що «своє» співрозмовникам ближче, ніж «чуже».

Невербальні засоби спілкування Для успішного спілкування одного говоріння буває замало. Люди повинні бачити реакцію співрозмовників, впливати не лише на їхній слух, а й на інші органи чуттів. Тому важливе значення має **використання невербальних засобів спілкування**.

Невербальні засоби спілкування – елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання і сприйняття повідомлень.

Невербальні повідомлення мають певні особливості:

- їх неможливо розкласти на окремі складники. Це вияв темпераменту людини, її емоційного стану, соціальних статусів, належності до певної групи;
- вони прив'язані до умов спілкування;
- спонтанні (відпрацьовані лише у професійних акторів),
- більшою мірою вроджені, ніж набуті. Як правило, засвоюються кожним носієм певної культури шляхом спостережень, копіювання невербальної поведінки інших людей.

Кінесика (рух) – це один із найважливіших засобів невербального спілкування, який найбільшою мірою впливає на його перебіг. Його ще називають “мовою тіла”.

Міміка (вираз обличчя) – найважливіший засіб невербальної комунікації. Її відсутність унеможлиблює спілкування, оскільки обличчя – дзеркало людських емоцій. Так, широкі зіниці свідчать про страх, нерухомі – про концентрацію уваги, бігаючі – про неспокій, розпорошення уваги, короткі погляди в бік – про почуття вини, побоювання осуду оточення, погляд униз – неспівмірність або почуття провини, страху.

Жести. У спілкуванні є носіями різного типу інформації, пов'язаної з емоційними станами комунікантів. Сучасні американські дослідники ролі невербальних засобів спілкування виявили різні типи емоційних станів людини, аналізуючи жести:

позитивне ставлення – голова вільна, голова трохи нахилена, палець лише торкається голови, пальці не замкнені,

упевненість – мовець тримає пальці хатинкою, жінки при цьому часто кладуть руки на коліна,

відкритість – відкриті долоні, звернені у бік адресата (аудиторії),

несхвалення, втрата інтересу – пошук чогось дрібного на одязі, часто неіснуючого, змахування його під час розмови, людина палить, опускає очі, додолу видихує дим.

Постава. Положення людського тіла значуще для комунікації. З позицій міжособистісного спілкування, зокрема ставлення до партнера, виділяють такі типи постав:

- постави, що демонструють відкритість або замкнутість особи адресата (схрещені на грудях руки, сплетені в замок пальці, відхилення спини назад - відповідають внутрішній замкнутості адресата, повернутість голови й тіла в бік партнера, нахилений тулуб уперед, вільні плечі - свідчать про внутрішню відкритість адресата,

- постави, що демонструють домінування (нависання над партнером, рука забута на плечі співбесідника) чи залежність (погляд знизу, ситуативна згорбленість),

- постави, що свідчать про гармонію (синхронізація постав тіла, зверненість усього тіла в бік партнера, відсутність напружень окремих груп м'язів) чи протистояння (стиснуті кулаки, руки на паску і плече вперед).

Проксеміка – просторові стосунки людей у процесах спілкування, відстань між учасниками спілкування та їх розміщення, форма столів під час вирішення ділових питань.

Отже, надаючи увагу несловесним засобам у міжособистісному спілкуванні, комуніканти повинні уникати певних крайнощів:

- неприродної стриманості у всьому під час розмови;
- зайвої, надлишкової рухливості, активності у використанні позамовних засобів.

7. Гендерні особливості

Чоловічий стиль – це самовпевненість, зосередженість. Найважливіше – інформація, факти, результат. Вміння контролювати ситуацію.

Жіночий стиль спілкування – колегіальне прийняття рішення, нестандартність, «ми». Жінки починають і підтримують розмову.

3. Службовий мовний етикет пілота (другого пілота)

Важко передбачити всі життєві ситуації, в яких може опинитися людина. Особливо, важко передбачити ситуації ділового спілкування, в які може потрапити пілота (другого пілота), адже він має працювати в одному напрямку із колегами та фахівцями авіаційного профілю. Щоб досягти успіхів у своїй професійній діяльності, він має бути фахівцем, мати повагу й довіру колег, бути професіоналом, бездоганним у своїй роботі. Але всі ці якості можуть розкритися лише у професійній діяльності та у суспільному житті. А кожне суспільство має свої історично зумовлені традиції ввічливої поведінки, свої системи дозволів і заборон, що зумовлюють правила поведінки людини серед собі подібних. Отже, професійна діяльність правоохоронця не можлива без врахування етикету.

Слово «**етикет**» у перекладі з французької мови означає «ярлик, етикетка». Дотримання мовного етикету дає змогу судити про професійну підготовку, компетенцію, професіоналізм.

Мовний етикет — це сукупність мовних засобів, які регулюють нашу поведінку в процесі мовлення.

1. Мовний етикет відзначається стійкістю і консервативністю, і в цьому він стає подібним до офіційно-ділового стилю, який теж в ідеалі має лишатися сталим і непорушним.

2. Мовний етикет залежить від конкретної ситуації спілкування: місця й обставин розмови, цільової настанови.

3. Мовний етикет залежить від соціального статусу суб'єкта, фаху, віку, міжособистісних стосунків.

4. Мовний етикет має національну специфіку. Український мовний етикет сформувався історично в культурних верствах нашого народу й

передається від покоління до покоління як еталон порядної мовленнєвої ввічливості українця.

Мовний етикет як соціальне явище виконує низку функцій:

- 1) контактна - встановлення, збереження стосунків;
- 2) конативна – прояв чемного поведіння;
- 3) регулятивна - регулює взаємини між людьми;
- 4) імперативна - передбачає реакцію співбесідника;
- 5) апелятивна - здійснення впливу на співбесідника.

Службовий мовний етикет має дві групи правил:

- 1) горизонтальні – норми мовної поведінки рівних за статусом учасників одного колективу;
- 2) вертикальні – мовні настанови, що визначають спілкування керівника з підлеглим і навпаки.

Реалізація мовного етикету в конкретних ситуаціях називається **мовленнєвим етикетом**.

Мовленнєвий етикет на відміну від мовного етикету несе інформацію про мовця (знання, вміння, уподобання). Тому в ньому часто бувають помилки, відхилення, іншомовні вкраплення. Мовець – це не говорильний апарат, який просто озвучує генетично закладені в його пам'яті формули мовного етикету. Він має можливість вираження своєї індивідуальності.

Отже, мовний етикет – це своєрідна програма, в якій поза нашою свідомістю, автоматично вразі потреби з'являються типові мовні формули. Кожна із комунікативних ситуацій становить синонімічний ряд етикетних мовних формул, які різняться за стилістичними ознаками. Наявність таких мовних синонімів дає можливість вибору, оскільки ділове спілкування залежить від таких факторів, як:

- 1) соціальний статус;
- 2) вік;
- 3) місце проживання;
- 4) стать;
- 5) культурно-освітній рівень;
- 6) характер ситуації спілкування;
- 7) специфіка взаємин між комунікантами.

Етикетні мовні формули

1. Вітання: Добрий ранок! Доброго ранку! Добрий день! Доброго дня! Добридень! Добрий вечір! Здрастуйте! Здоров був! Доброго здоров'я! Моє шанування! Вітаю Вас! Скільки літ, скільки зим! Яким вітром? Салют! Радий вас бачити!

Поради:

- чоловік першим вітається з жінкою;
- молодший за віком першим вітається зі старшим;
- молодший за посадою першим вітається зі старшим;

➤ незалежно від віку, статі, посади першим вітається той, хто заходить до кабінету.

2. Привітання, побажання:

3. Звертання та привертання уваги незнайомої людини: Вибачте, будь ласка; Пробачте, що потурбував; Будьте люб'язні (ласкаві); скажіть, Будь ласка; Будьте добрі; Перепрошую; Дозвольте запитати.

Для привертання уваги використовують також звертання, до складу яких входить **іменування співрозмовника**.

Слід пам'ятати, що у звертанні з двох загальних назв, форму кличного відмінка має як перше слово, так і друге, хоч друге слово може мати й форму називного відмінка: *пане лейтенанте (лейтенант)*.

У звертаннях, що складаються з загальної назви й імені, форму кличного відмінка набуває як загальна назва, так і власне ім'я: *брате Миколо, друже Грицю, колего Степане*.

Коли перше слово звертання позначає звання, посаду, а друге називає прізвище, у кличному відмінку вживається тільки перше, а друге – у формі називного: *полковнику Вітренко, професоре Радзієвський*.

У звертаннях, що складаються з двох власних назв – імені та по батькові, обидва слова мають закінчення кличного відмінку: *полковнику Валерію Васильовичу, професоре Борисе Григоровичу*.

Це можуть бути кличні форми:

➤ **громадянине і громадянко** – обмежені сферами юриспруденції та охорони громадського порядку.

➤ **пане і пані** – позбавлені офіційності, зручні у будь-якому випадку; поєднуються з іменем, прізвищем або посадою: *пане Чоботенку, пані Оксано, Пане Президенте, пане адвокате, пане юристе, пані суддя, панно Ольго*.

➤ **добродію** – зручна універсальна форма, використовується без додавання прізвища: *«Дякую Вам, добродію, за послугу»*.

➤ **колего** – звертання, що використовується представниками однієї професії.

4. Знайомство: Дозвольте відрекомендуватися, Знайомтеся, Я хочу представити Вам, Рекомендую, Маю честь представити.

5. Пропозиція, порада: Дозвольте висловити мою думку щодо..., а чи не варто б..., чи не спробувати б Вам..., чи не були б Ви такі ласкаві прийняти мою допомогу (вислухати мою пропозицію, пораду), я пропоную Вам.

6. Згода і незгода: Так, я не заперечую; Ви маєте рацію, Авжеж; Безперечно; Гаразд; Прошу; Добре; Поза всяким сумнівом.

7. Заперечення, відмова: Ви помиляєтесь; шкодую, але я мушу відмовитись; нізачо; це даремна трата часу; дякую, про це не може бути й мови, ні, це не так; я не згодний; не можу; не хочу тощо.

8. Співчуття: Я Вас розумію; я відчуваю Вашу схвильованість (Ваш біль, Вашу стривоженість. Ваше хвилювання); це болить і мені; це не може нікого залишити байдужим; я теж перейнялася Вашим болем (горем, тривогою); я

співпереживаю (Вашу втрату, Вашу тривогу); треба триматися, людина сильна; не впадайте у відчай (час усе розставить на місця, час вилікує, загоїть рану, втамує біль)...

9. Запрошення: Приходьте, ласкаво просимо, зайдіть та ін.

10. Прохання: Дозвольте; просимо; якщо вам не важко; будь ласка, не відмовте; благаю та інші.

Краще використовувати форми, в яких враховується інтереси та бажання співрозмовника: Ви не погодитесь зробити. Чи не могли б ви зробити. Ви не погодитесь йому допомогти. Часто використовується і такий прийом, як уживання вставних слів: Звичайно, Поза сумнівом.

Важливо розрізняти слова **прошу і прошу**. Якщо ви звертаєтесь із проханням, клопотанням, то слід наголошувати останній склад «Прощу Вас!» Наголошення першого складу свідчить про відповідь на подяку «Прощу!» (будь ласка).

11. Зауваження

12. Подяка: спасибі; дякую; дуже вдячний; вік не забуду.

Подяку слід висловлювати спеціально дібраними до відповідної ситуації виразами. За дрібну послугу можна сказати «Дякую!», «Спасибі!». Якщо вам зробили щось значне, краще використати такі форми: «Сердечно Вам дякую!», «Прийміть мою найщирішу вдячність!», «Дозвольте висловити Вам найщирішу подяку!». Додатковий етикетний компонент «щиро» підсилює подяку «Щиро дякую». Іноді використовують підсилювальний компонент «дуже»: «Дуже вдячний».

Слід пам'ятати, що дієслово «дякую» вимагає після себе займенника у давальному відмінку, на відміну від російської мови. Порівняйте: рос. благодарю Вас (кого?), укр. — дякую Вам (кому?). Просторічними вважаються: Велике спасибі! і Дуже дякую!

13. Вибачення: Пробачте; Вибачте (а не Пробачаюсь (вибачаюсь), що означає себе; мені (!), але не мене.

Слід знати, що вживана форма Даруйте! є розмовною, а Перепрошую! – діалектною.

14. Комплімент у діловому спілкуванні підбадьорює співрозмовника, створює у нього гарний настрій: Ви добре, молодो виглядаєте. Ви гарна людина (спеціаліст, лектор, керівник, господар тощо). Ви розумні, добрі, чуйні тощо. Ви не змінюєтесь, не старішаєте. Час щадить Вас (не бере). У Вас (тебе) гарна посмішка (волосся, фігура, очі, руки, постава тощо). У Вас гарний (прекрасний, тонкий) смак. З Вами цікаво (приємно) спілкуватися, мати справу.

15. Прощання: До побачення! Прощай(-те)! На все добре! До зустрічі! До завтра! До вечора! До свята! До літа (до зими тощо)! Слід пам'ятати, що слово «прощайте» використовують тоді, коли прощаються із тим, хто відходить у вічність.

Для службового мовного етикету є і певні **заборони**. Так, «не можна»:

➤ голосно говорити,

- жестикулювати,
- штовхати співбесідника,
- смикати за одєжу,
- плєскати по плєчу,
- нашіптувати щось одному з кількох співрозмовників,
- нагадувати людині про її вік, фізичні вади,
- говорити суржиком,
- виражати своє ставлення до чогось вигуками ой, ігі, ага, угу;
- вживати слова «дідько, чорт, біс»,
- часто повторювати слова «страх, жах, Боже»,
- називати конкретну людину «він, вона».

Правила мовного етикету людина засвоює з дитинства і користується ними протягом усього життя. Це має бути нормою поведінки кожного з нас.

4. Поняття ділового спілкування

Ділове спілкування визначається як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють не стільки себе, стільки свою посаду, тобто організацію. Ділове спілкування – це цілеспрямований процес обміну інформацією з метою розв'язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами.

Ділове спілкування має свої **особливості**, а саме:

- наявність певного *офіційного статусу* суб'єктів;
- *конструктивність* та *спрямованість* на встановлення *взаємовигідних контактів* та *пошук спільного рішення*;
- *регламентованість*, (відповідність загальноприйнятим правилам);
- *передбачуваність* контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- *значущість* кожного партнера як особистості;
- *безпосередня діяльність*, якою зайняті люди, а не проблеми, що їх турбують.

➤ *врахування таких невербальних факторів професійного спілкування*, як погляд, усмішка, відстань.

- **Погляд** - найсильніший компонент розмови. Виділяються **три види** поглядів:

- діловий (трикутник: середина чола - очі),
- світський (нижче лінії очей),
- інтимний

- **Усмішка**. Усмішка повинна відповідати обставинам спілкування, настрою, але не бути маскою.

- **Відстань** - регулятор відносин між особами.

Ділове спілкування підсвідомо здійснюється на певній відстані між людьми, тому виділяються певні **зони спілкування**:

- інтимна (15-45 см);

- особиста (45-120 см);
- соціальна (120-400 см),
- офіційна (400-750 см).

Довжина кожної зони залежить від ситуації, національності, культури, статусу партнера, з яким ведеться спілкування.

Обираючи відстань під час ділового спілкування треба знати такі **правила**:

1. слід дотримуватись *міри* (не треба надмірно віддалятися і не надто наближатись до партнера);
2. не варто починати спілкування з відстані більш ніж 4 м. Найбільш прийнятними на такій дистанції може бути посмішка чи кивок головою на знак привітання;
3. перші фрази краще говорити на відстані соціальної зони (залежно від близькості відносин з партнером);
4. найбільш важливими ідеями, інформацією з партнером обмінюються в особистій зоні;
5. відстань треба долати поступово, а не перескакувати;

Ділове спілкування, як певний процес взаємодії людей, має певні **фази** проведення:

- **Початкова фаза** - протягом якої налаштовуються на спілкування. У цій фазі постає завдання: спонукати і зацікавити ділового партнера до обговорення проблем. В ній оцінюється емоційний стан партнера, визначаються стратегія і тактика спілкування, вибирається певний тон взаємин і йде орієнтація в розподілі ролей.

- **Основна фаза** - протягом якої реалізується певна послідовність дій, а саме: встановлюється кінцева мета спілкування, виконуються безпосередні контакти, йде взаємний аналіз вихідних та проміжних пропозицій, пошук узгодження рішень, відбувається розподіл ролей за принципом "домінування-підпорядкування", визначення перспектив спілкування.

- **Завершальна фаза** - протягом якої формулюються підсумки ділової взаємодії, відбувається вихід із контакту, формуються основи для подальшої взаємодії.

Ділове спілкування має використовувати весь арсенал наявних засобів впливу комунікантів один на одного. Особливо важливим це видається для працівників ОВС, для яких спілкування становить одну з основних форм роботи у здійсненні службових повноважень.

5. Приватне усне ділове мовлення

Умови, в яких відбувається усне ділове спілкування, неоднакові: адже зовсім різні вимоги ставить перед нами розмова з одним співбесідником, з кількома і з цілою залогою слухачів. Отже, характер сприйняття співбесідниками один одного визначається тим, яку форму спілкування вони обрали. Тому усне ділове спілкування залежно від кількості співрозмовників поділяють на **приватне й публічне**.

Приватне усне ділове мовлення - це засіб спілкування людей у процесі виконання ними службових обов'язків, а також засобом спілкування працівників установи з відвідувачами, з представниками інших установ (прийом відвідувачів, бесіда, телефонна розмова).

Ділова бесіда - це розмова двох або і більше осіб з метою отримання певної інформації, вирішення важливих проблем. Бесіда будується на трьох основних типах стосунків:

- начальник - підлеглий;
- підлеглий - начальник;
- партнер - партнер.

Складність бесіди полягає в тому, що вона значною мірою є експромт, а для цього треба мати і виробничо-життєвий досвід, і запас відповідних знань, і володіння технікою мовлення. Але є кілька безперечних умов успіху: ретельна підготовка до неї, уважність, тактовність до співрозмовника, врахування точки зору партнера чи опонента, висловлювати думки якомога точніше, логічно і переконливо. Пам'ятайте, що бесіда-це не монолог.

Телефонна розмова — це один із видів приватного усного ділового мовлення.

Телефон останнім часом став чи не найважливішим засобом комунікації. Ми не уявляємо свого життя без телефону вдома, ні на роботі. Американські психологи прийшли до висновку, що телефон при всіх його перевагах, скорочує життя сучасної людини на 3— 4 роки. І справа не в тому, що по телефону ми отримуємо неприємні новини, а в постійному напруженні нервової системи через чекання дзвінка в будь-яку хвилину.

Телефонна розмова – це один із видів усного мовлення, до того ж – досить специфічний: оскільки співрозмовники не бачать один одного, то виключається передача інформації через міміку, жести, вираз обличчя та ін. Тому під час ведення телефонних ділових розмов особливо важливо використовувати інтонаційні та лексичні можливості літературної мови (насамперед багату синоніміку й точність термінології). Співрозмовник має висловлюватися коротко, простими правильно побудованими реченнями, без пропусків підмета або присудка, логічних «перескакувань», незрозумілих скорочень. Розмовляти слід середнім за силою голосом, не дуже швидко, чітко, зрозуміло. Тон має бути спокійним, витриманим, ввічливим.

Специфічні правила телефонної розмови:

- Якщо вам телефонують на службу, то краще брати слухавку після 2-3 дзвінка (якщо ж візьмете після 1-го, будуть думати, що вам більше нічим зайнятися, після 5-го - ви погано виконуєте свої обов'язки).
- Ділова телефонна розмова може тривати 3-5 хвилин.
- Пам'ятайте про те, що ваше мовлення — це ваша візитка. Тому, піднявши слухавку, скажіть: "Алло" або інформативніше: "Фірма....", "Відділ". "Так" – не кажуть – це як ствердження на питання, що вам поставлять. Казати "слухаю" не рекомендують, адже і так зрозуміло, що ви не закрили вуха.

- Не можна ставити запитань: "Що вам потрібно?", "Що ви хотіли?". Краще: "Чим я можу вам допомогти?" "Чи можу я вам допомогти?"
- Якщо ви телефонуєте, обов'язково потрібно представитися, назвавши чітко 1. посаду, 2. прізвище, ім'я та по батькові. Ознакою особливої ввічливості є початки фраз на зразок: «Доброго дня!» «Чи можна запросити до телефону». «Перепрошую».
- Зміст розмови потрібно детально продумати. Для цього треба уявити собі людину, з якою доведеться розмовляти, і бесіду будувати, враховуючи її особливості. До того ж треба зважати на те, що в неї обмаль часу і не вона є ініціатором бесіди.
- Фамільярні звернення не прийняті в діловій розмові. Не можна вживати слова типу "алло", "ага", "окей". Треба говорити "так", я вас розумію "звичайно".
- Ніколи не кажіть, що ви нічого не знаєте. Абонент буде думати, що ви некомпетентний працівник, попросить, щоб перетелефонували. На призначений час підготуйте потрібні дані.
- Якщо вашого колеги немає на місці, а його просять до телефону, не можна відповідати "Його нема". Потрібно сказати: "Буде о 15-ій годині. Чи не хочете ви щось Миколі Івановичу передати?" Не кидайте відразу слухавки, якщо відповіли, адже в абонента можуть виникнути ще якісь запитання. А вашу оперативність можуть розцінити як елементарну безтактність.
- Телефонна розмова повинна бути діалогом, а не монологом.
- Закінчувати розмову може той, хто зателефонував, або ж старша за віком чи службовим становищем людина.
- Мобільний апарат завжди знаходиться біля його власника, тому зникає необхідність кликати потрібну людину до телефону. Але з іншого боку цей дзвінок може бути незручним для абонента, тому відразу необхідно про це запитати, щоб не ставити людину в незручне становище.

6. Публічне усне ділове мовлення

Публічне ділове мовлення - це засіб спілкування людини у процесі виконання службових обов'язків перед аудиторією слухачів. Це може бути:

- повідомлення про якісь події;
- заклик до практичних дій;
- виступ з нагоди визначної дати.

Залежно від змісту, мети, обставин розрізняють такі **види публічного ділового спілкування**: ділова нарада, переговори (перемовини), публічний виступ (доповідь, промова, лекція, дискусія).

Нарада – це усна комунікативна взаємодія групи людей (колективу), метою якої є вирішення виробничих питань в установах, управліннях та відомствах. Завдяки нарадам усі члени колективу мають змогу брати участь у розв'язанні суспільних проблем.

Перевагою наради — у порівнянні з багатьма іншими методами управління — є й те, що тут, як правило, присутні майже всі майбутні виконавці тих рішень, які приймаються, і потреба передавати інформацію, збіднюючи й спрощуючи її в чомусь, тим самим відпадає.

На ділових нарадах швидше й легше приходять до важливих висновків і рішень. Під час колективного обговорення всіх учасників інформують водночас, і вони можуть тут же висловити свою думку, спірні питання розв'язуються негайно, особливо якщо на таких зборах присутні не лише керівні працівники, а й «вузькі спеціалісти» з цього питання.

Види нарад:

- **інформаційна**, на якій учасників знайомлять з новими даними й настановами.
- **пояснювальна**, під час якої керівництво прагне переконати працівників у правильності прийнятих рішень і необхідності відповідних дій;
- **проблемна** проводиться для того, щоб знайти шлях вирішення існуючих проблем;
- **оперативна** — скликають для отримання інформації про поточний стан справ. Проводяться у точно визначені дні і години.

За способом проведення наради бувають:

- **Диктаторська** — нараду проводить і правом голосу користується лише голова, який знайомить співробітників зі своїми розпорядженнями.
- **Авторитарна** — керівник ставить запитання по черзі кожному учасникові й вислуховує їх, не даючи висловитися іншим.
- **Сегрегативна** — голова робить доповідь, потім проводиться обговорення, у якому участь беруть лише особи, яких обрав керівник.
- **Дискусійна** — демократичний спосіб розв'язання проблем, коний учасник вільно викладає свою думку, що дає змогу відкрито обговорити проблеми.

Успішному проведенню наради сприяє дотримання таких **правил**:

1. Ретельна попередня підготовка.
2. Попередня поінформованість учасників наради
3. Умілі дії голови протягом наради.
4. Тривалість наради не повинна перевищувати 1,5-2 години.
5. Участь у нараді тільки причетних до ситуації, що обговорюється.
6. Оптимальна кількість учасників — 10-12 осіб.
7. За кожним пунктом дискусії треба підбивати підсумки.
8. Наприкінці наради слід узагальнити висновки, а якщо будуть поставлені завдання, то до кожного з них слід додати: що треба зробити; хто що робитиме; термін виконання дорученої справи.
9. Тон виступів — діловий, спокійний; голос не форсований, не підвищений (до такого виступу більше прислухаються; тому досвідчені оратори на великих нарадах намагаються розпочати свій виступ підкреслено тихим

голосом). Темп виступу повинен бути неспішним, тоді кожне слово звучить вагоміше.

Переговори – це вид спільної з партнером діяльності, спрямованої на розв’язання проблем.

Цей вид ділового спілкування завжди передбачає двох чи більше учасників, інтереси яких частково збігаються, а частково – ні. **Мета переговорів** – знайти взаємоприйнятне рішення, уникаючи крайньої форми прояву конфлікту.

Зазвичай переговори виконують різні **функції**:

- Інформаційно-комунікативну, яка сприяє обміну інформацією, поглядами, налагодженню нових зв'язків.
- Координаційну, що спрямована на узгодження дій між учасниками переговорів, на встановлення взаємозв'язку між суб'єктами переговорного процесу.
- Контрольну, яка передбачає перевірку виконання досягнутих раніше угод.

Щодо відносин між учасниками зустрічі виокремлюють:

- переговори, спрямовані на урегулювання конфліктних та спірних ситуацій;
- переговори, спрямовані на спільну діяльність.

Готуючись до зустрічі з партнером, необхідно засвоїти і **тактичні прийоми**, які можна застосувати під час переговорів.

1. прийом «ухилення від боротьби». Він застосовується тоді, коли торкаються питань, небажаних для обговорення, або коли не бажають давати партнеру точну інформацію, однозначну відповідь. Прийом полягає в тому, що партнера просять відкласти розгляд питання, перенести його на інше засідання тощо. При цьому своє прохання треба переконливо аргументувати.

2. прийом «затягування», або «вичікування». Цей прийом використовують, коли хочуть затягнути процес переговорів, щоб прояснити ситуацію.

3. прийом «пакування». Суть його в тому, що для обговорення пропонується декілька питань чи пропозицій. Передбачається, що зацікавлений в одній чи кількох пропозиціях партнер прийме й інші.

4. прийом «завищення вимог». Він полягає в тому, щоб включити до обговорюваних проблем пункти, які потім можна безболісно зняти, зробивши вигляд, що це є поступка, і вимагати натомість аналогічних кроків з боку партнера. Причому ці пункти містять пропозиції, явно не прийнятні для партнера.

5. прийом «розміщення хибних акцентів у власній позиції». Він полягає в тому, щоб продемонструвати партнеру надзвичайну зацікавленість у вирішенні якогось питання, яке насправді є другорядним. Іноді це робиться для того, щоб, знявши це питання з порядку денного, отримати необхідні рішення з іншого, більш важливого питання.

6. прийом «висування вимог в останню хвилину». Суть його в тому, що наприкінці переговорів, коли залишається лише підписати контракт, один з партнерів висуває нові вимоги. Якщо інша сторона дуже зацікавлена в контракті,

вона прийме ці вимоги, хоча буває, що підписання контракту з цієї причини може зіпсуватися.

Отже, готового рецепту проведення ділового спілкування і досягнення успіху немає, тому що це багато в чому залежить від ситуативних факторів. Справедливо відзначив І. Лафатер: *"Хочеш бути розумним — навчись розумно питати, уважно слухати, спокійно відповідати й мовчати, коли нічого говорити"*.

7. Поняття публічного виступу

Головна складність оволодіння усним професійним мовленням полягає у необхідності визначати на слух доцільність чи недоцільність того чи іншого слова, звороту, інтонації, манери викладу. Говорити багато і багато сказати - поняття не тотожні.

Публічний виступ - це одна з форм усного публічного ділового спілкування, під час якої відбувається виголошення певної інформації з відповідною метою перед аудиторією.

Залежно від змісту, призначення, способу проголошення і обставин спілкування виділяють такі **види публічного мовлення**:

- академічне красномовство;
- судове;
- соціально-побутове;
- сценічне;
- конфесійне

Жанри публічного мовлення розрізняються на основі **ораторського монологу** (промова, доповідь, лекція) і **ораторського діалогу** (спір, ділова дискусія, бесіда, нарада, інтерв'ю, прес-конференція, ділова гра, "круглий стіл", вечір запитань і відповідей).

Кожний вид публічного мовлення реалізується в конкретному жанрі: **Доповідь** — це публічне повідомлення на задану тему, призначений для усного виголошення, який обов'язково містить певні висновки і пропозиції. У доповіді наявний значний фактичний матеріал (тому її тези часто пропонують слухачам заздалегідь); вона, як правило, розрахована на підготовлену аудиторію. Текст доповіді може бути предметом обговорення, зазнавати критики, доповнюватися новими положеннями тощо. Доповіді бувають: ділова, звітна, політична, наукова тощо;

Політична доповідь, як правило, виголошується керівним діячем, а тому є програмною. Оскільки політична доповідь ставить нову проблему, яку ще треба вирішувати, вона має характер гострої злободенності, властивої агітаційному виступу; у той же час політична доповідь немислима без повної науково-теоретичної бази, а це зближує її з пропагандистськими виступами.

Звітна доповідь є однією з найпоширеніших форм публічного виступу на професійну тему. Її мета – повідомити про результат виконаної роботи за певний період. Студенти часто проголошують звітні доповіді про проходження навчально-виробничої практики. Цей жанр реалізується в офіційній ситуації під

час безпосереднього спілкування спеціаліста зі спеціалістами (підлеглий або керівник – співробітники; студент – викладачі, студенти).

Ділова доповідь містить виклад певних питань із висновками та пропозиціями. Тому вона містить певні рекомендації, підказує шляхи розв'язання досить чітко сформульованих завдань. Особливість ділової доповіді у тому, що вона сама може бути предметом обговорення, зазнавати критики, доповнюватися новими положеннями.

Наукова доповідь узагальнює наукові дані, інформує про досягнення, відкриття чи результати наукових досліджень.

Промова — це невеликий (до 10-15 хв.) усний виступ, що має на меті висвітлення певної інформації, вплив не тільки на розум, а й на волю й почуття слухачів. Промова повинна бути логічно струнка, переконлива, емоційно насичена. Промови бувають: мітингова, ділова, агітаційна, ювілейна, полемічна, судова – обвинувальна (прокурорська), захисна (адвокатська), самозахисна промова підсудного, потерпілого та його представника, промова цивільного позивача, обвинувальна промова тощо.

Промова, як правило, гаряча, заклична; оратор звертається насамперед до почуттів своїх слухачів. Навіть якщо він удається до своїх записів, його виступ має відзначатися яскравою емоційністю, граничною напруженістю інтонацій і високим пафосом. Тематика такої промови зазвичай не нова для слухачів, тому завдання оратора - виявити нові аспекти теми, підкріпити сказане новими фактами, щоб відоме сприймалося по-новому. Залежно від того, чи ця промова є імпровізованою, а чи підготовленою й навіть попередньо написаною, вона має містити більше чи менше рис розмовного мовлення.

Лекція - це форма публічного виступу, що відзначається офіційністю, академічністю викладу. Вона має чітку структуру. Будуються лекції за схемою: що, для чого, як, у якій спосіб. За своїм змістом лекції надзвичайно різноманітні, за формою викладу - також (лектор має пристосовуватися до аудиторії). Усі види лекцій об'єднує те, що вони несуть слухачам певну суму знань і є процесом спілкування між промовцем і слухачем. Майстерність лектора полягає в досконалому знанні матеріалу й умінні донести його до слухачів.

Дискусія - це обговорення будь-якого спірного питання. *За метою виділяються:* дискусія як засіб пошуку істини, як переконання іншої сторони, заради перемоги, заради суперечки. Дискусія призначена для досягнення трьох цілей: виправдання своїх думок; спростування думок опонента та одержання нової інформації.

Правила ведення дискусії:

1. Намагатися уникати сперечань, особливо суперечки заради суперечки.
2. Визначити тему суперечки і не допускати підміни її, сповзання з неї.
3. Виявляти готовність до примирення, узгодження позицій на основі взаємної симетричності поступок.

4. Намагатися знаходити спільне у позиціях – своїй та опонента. Наполягати на самій істині, а не на своїй думці.
5. Уважно слухати співрозмовника, добре запам'ятовуючи як слабкі, так і сильні важливі моменти його мовлення. Стежити за його намірами.
6. Не підвищувати і не знижувати висоти тону і не збільшувати сили, голосу: опонент зробить те ж саме.
7. Не сперечатися про те, чого добре не знаєте, аби не виявити свою необізнаність. Не сперечатися на надто вузькі теми. Не вживати слів і виразів, значення яких добре не знаєте.
8. Не варто наводити всі докази (як кажуть у народі: на варто класти весь сир у пиріг). Можна нагадати, якщо опонент зігнував аргумент: ви ще не висловилися щодо, ви чомусь не зауважили...
9. Не говорити про свою особу.
10. Бути щирим.
11. Не боятися виправляти свої помилки, вносити корективи у свої міркування.
12. З повагою ставитися до партнера.
13. Вас можуть перебити не лише аби щось з'ясувати, а й щоб Ви роздратувалися, збилися з думки. У такому разі треба або коректно відповісти на питання, а якщо не знаєте відповіді, щоб виграти час і вийти зі становища – “здивуватися”: *Невже вам це невідомо?*; “обуритися”: *Як можна таке питати? Дайте мені закінчити думку! Я ще повернусь до вашого питання.*
14. Змінити тему або припинити розмову зовсім, якщо, використавши всі аргументи, ви не змогли переконати співрозмовника через його свідому впертість та непоступливість.
15. Не втрачати почуття гумору.
16. Не вживати і не дозволяти вживати проти себе некоректних та непорядних засобів евристики. А саме: аргумент до публіки: *Ну, ви бачите, що це за людина! Хіба можна їй вірити?* Аргумент до незнання (сподівання на необізнаність у чомусь), аргумент до особи (*так твердять прихильники цієї хибної теорії. Ви не з їх числа?*).
17. Володіти мистецтвом запитань.

8. Вимоги до мовлення доповідача

Виступ подібний до наукового дослідження. Отже, потребує попередньої підготовки. Чим підготовка ґрунтовніша, тим вагомішим, соліднішим виглядатиме виклад. Чим більше людина знає чужих думок, тим більш самостійним стає її власне мислення, тим оригінальніша вона у поглядах, а значить – цікавіша для інших.

Важливо дотримуватися наступних етапів під час підготовки до публічного виступу:

- докомунікативний — визначають мету й тему виступу, добирають матеріал, працюють над структурою, композицією, стилем виступу.

- комунікативний — центральний у процесі спілкування. Це творча робота промовця перед слухачами.

- 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.

Основні вимоги до виступу:

- підготувати повний текст публічного виступу;
- надрукувати текст;
- прочитати для себе вголос, пам'ятаючи, що читання однієї сторінки продовжується в середньому 2 хвилини. Це дасть змогу, по-перше, упорядкувати матеріал і не заплутатися в ньому, а по-друге, орієнтуватися в його обсязі та часі;
- підкреслити найважливіші думки;
- виокремити основні смислові блоки так, щоб перехід від одного до другого був природнім;
- визначити основні думки кожного блоку, їхню аргументацію, відповіді на можливі запитання і т. ін.

Композиція публічного виступу має такі ж логічні елементи, як і письмовий текст: *звернення, вступ, основна частина, заключна частина*.

Вступ покликаний психологічно підготувати аудиторію до суті промови і ввести їх у процес сприйняття її змісту. На вступ, як правило, відводиться близько 10 % усього обсягу виступу.

Вступ виконує кілька функцій: психологічну – закріплення контакту, уваги і зацікавленості, які були викликані зачином, створення необхідного настрою; змістовну – опис цільової настанови промови, повідомлення теми, перелік і коротка характеристика проблем, які аналізуються в основній частині; концептуальну – наголошення на специфіці теми, визначення її актуальності і суспільної значущості.

В основній частині, на яку відводиться зазвичай 80-85% усього змісту й часу промови, має підтвердитися все заявлене у вступі. Викладається погляд автора на проблему, думки відомих учених і практиків, наводяться докази, приклади. Повинна бути сувора логічна послідовність частин, їх доказовість. Такий виклад досягається різними способами впорядкування думок:

- побудова основної частини від простого до складного;
- перелік усіх пунктів, характеристика прикладів застосування;
- хронологічна побудова матеріалу.

Відомі також і різні форми подання матеріалу основної частини:

1. Опис ситуації, обставини, які будуть об'єктом уваги. Як режисер виводить на сцену дійових осіб і розставляє їх у відповідній мізансцені, так і в описі починається рух майбутнього сюжету, плин подальших подій. Опис має плавно переходити в розповідь. Але опис статичний, а розповідь динамічна.

2. Міркування – розкривається суть проблеми за допомогою системи логічних аргументів, фактів.

3. Аргументація нарощується поступово, щоб кожна наступна думка посилювала попередню. Найсильніші аргументи зберігають на кінець – це забезпечить стійкий інтерес слухачів.

Під час викладу основної частини слід керуватися такими правилами:

- намагатися стисло викладати думку;
- доказувати обов'язково до кінця те, про що почали говорити;
- не називати фактів, якщо для їх аргументації не має конкретних доказів, – ліпше промовчати;
- наводити приклади, вдаватися до порівнянь, якщо більша частина аудиторії – не фахівці;
- використовуйте паузу перед та після таких думок.

Висновки, на які відводиться приблизно 5 % від загального часу й обсягу матеріалу виступу, містять у собі підсумки, звертання до слухачів і стосуються суті всього виступу. Висновки передбачають:

- узагальнення основного у виступі (сказаного в основній частині);
- підсумування чи надання рекомендацій щодо подальших дій.

Висновки мають бути обґрунтованими і чітко сформульованими, впливати із змісту промови. Психологи стверджують, що останні слова оратора запам'ятовуються найкраще. Це зобов'язує ретельно продумати закінчення свого публічного виступу, адже в ньому має бути зосереджена сила могутнього емоційного впливу.

Зауважимо одразу: читати текст публічно нелегко, потрібна неабияка майстерність (інакше це справить на слухачів враження театральної штучності).

Тоді доповідач може вільно відгукуватися на репліки, без зайвих ускладнень для себе наводити нові факти й докази, може бачити аудиторію й налагодити з нею контакт. Адже найкращий тон — дружня бесіда зі співрозмовниками, яких ти поважаєш і яким хочеш повідомити щось нове й цікаве, а при читанні тексту цей тон абсолютно неможливий.

Доповідач повинен дотримуватися цілого ряду вимог, пов'язаних з його **поведінкою**:

- природність, позбавлена штучності й афектації;
- повага, доброзичливість, теплота в ставленні до слухачів;
- урахування особливостей аудиторії (пошук найвідповідніших пропорцій логічного й емоційного);
- зосередженість та глибока внутрішня **переконливість** доповідача;
- контакт з аудиторією з метою активізації сприймання почутого нею;
- уникнення «тиску» на слухачів своїми знаннями, ерудицією, авторитетом;
- знання теми та вміння мислити разом з аудиторією.

Уважно перегляньте цей перелік ще раз і докладіть зусиль,

щоб позбутися тих звичок, які, можливо, ви у себе виявили.

Настійна суспільна потреба вимагає від кожного з нас невпинно дбати про досконале знання рідної мови. Культура мовлення — це не особиста справа кожного з нас, а суспільна потреба, суспільна необхідність. Тому не менш високі вимоги ставляться й до **мови оратора**:

- точність формулювань;
- нормативність;
- стислість, небагатослівність (відсутність слів, не викликаних безпосередньою потребою висловлення);
- доречність (мова не може бути «хорошою» чи «поганою»; вона оцінюється залежно від свого конкретного призначення);
- доступність, зрозумілість;
- виразність;
- індивідуальність, оригінальність;
- короткі свіжі відступи, обрамлення тексту цікавими прикладами

Ці вимоги повинні базуватися на **відчутті мови**.

Чуття мови — це здатність людини відчувати належність того чи іншого слова до певного стилю, відчувати доречність чи недоречність вживання певного слова в тій чи іншій ситуації. Воно виробляється у людини поступово та зростає з її досвідом. Проте неоднакова мовна практика (вік, професія, освіта, належність до певної соціальної чи територіальної категорії людей та ін.) дає неоднакові результати.

Загальна мовна культура визначається не лише знанням норм літературної мови, а й ерудицією і світоглядом людини, культурою мислення, ступенем оволодіння технікою мовлення, психологічною і комунікативною культурою. Порівняно з писемним мовленням усне є мовною творчістю, імпровізацією, в ньому значно більша емоційна й експресивна безпосередність, яка досягається завдяки використанню невербальних елементів передачі інформації, мовленнєвих засобів виразності та різноманітних прийомів для активізації уваги слухачів.

Невербальні елементи передачі інформації

- **Інтонація** (сила й висота голосу, темп говоріння, паузи, тембр) повинна бути природньою, відтворюючи душевний стан і уникаючи при цьому надуманості і перебільшення;
- **Паузи** повинні відповідати розділовим знакам тексту, створювати ритм виступу, що впливає на почуття слухача.
- **Тон** мовлення слід змінювати — підвищувати і знижувати залежно від змісту і значення конкретної фрази, але тон не повинен втомлювати доповідача: постійно підвищувати його — значить рано чи пізно зірвати голос.
- **Темп** мовлення (швидкість вимовляння) не повинен бути а ні надто млявим, повільним, а ні надто темпераментним, жвавим, дуже важливо зберігати міру.

➤ **Жести** підкреслюють, посилюють, або, навпаки, пом'якшують сказане, але не може і не повинні заміняти (або навіть лише дублювати) мову слів.

➤ **Рухи** не повинні заважати слухачам зосередитись. Доповідач повинен триматися якомога простіше й природніше.

У межах усного мовлення розрізняють звичайно розмовно-літературний його тип і розмовно-фамільярний (зі значною домішкою різних позанормативних елементів).

Публічний виступ – це усна форма мовлення. У той же час це мовлення підготовлене, базою для нього є письмовий текст. Але щоб вплив на слухачів був сильнішим, необхідно надати йому характеристик живої розмови.

Мовленнєві засоби виразності

➤ Заміна складних речень простими

➤ Використання звертань до слухачів для привернення уваги, підкреслення важливої думки: *Шановні колеги! Дорогі друзі! Шановні панове! Вельмишановна аудиторіє! Шановні слухачі!*

➤ Вживання вставних слів: *по-перше, по-друге, наступне, нарешті, наприклад, на нашу думку, як бачимо, можна сказати, на жаль, отже, таким чином, можна зробити висновок, загалом.*

➤ Уникнення надмірного вживання слів іншомовного походження, вузькоспеціальних слів-термінів

➤ Заміна дієприслівникових зворотів окремими реченнями

➤ Спрощення формулювань

➤ Обмежене використання цифрових даних (у разі необхідності - у формі називного відмінка і на початку речення)

➤ Використання речень, в яких автор висловлює власну оцінку, емоції

➤ Використання вдало підібраних прикладів

➤ Залучення слухачів до виступу за допомогою зворотів: *Зараз ми з вами. Давайте розмірковувати разом. Ви можете заперечити.... Звернімо увагу на...*

➤ Дотримання форм мовленнєвого етикету (подяка, комплімент аудиторії): *Радий вас бачити. Дякую за увагу (у кінці виступу). Дякую за цікаве питання (використовується під час обговорення доповіді). Ви доброзичлива аудиторія. Приємно мати справу з професіоналами*

Отже, сучасна ділова людина відчуває настійну життєву потребу повсякчас поповнювати свої запаси спеціальних знань, а насамперед — вміння оперувати потоком інформації.