

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ**  
**Харківський національний університет внутрішніх справ**  
**Кафедра соціально-гуманітарних дисциплін, факультет № 6**

## **ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**

з навчальної дисципліни «Українська мова професійного спрямування»  
обов'язкових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

**051 «Психологія» (практична психологія)**

**Лекція № 10 «Мовний етикет у професійній діяльності»**

**Харків 2023**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
30.08.2023 Протокол № 7  
(дата, місяць, рік)

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою факультету № 6  
25.08.2023 Протокол № 7  
(дата, місяць, рік)

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних та соціально-  
економічних дисциплін  
29.08.2023 Протокол № 7  
(дата, місяць, рік)

Розглянуто на засіданні кафедри соціально-гуманітарних дисциплін (протокол від 25.08.2023 р. № 9)

**Розробник:**

Старший викладач, кандидат філологічних наук Овчинников Михайло Олексійович

**Рецензенти:**

1. Доцент кафедри українознавства ХНУВС, кандидат філологічних наук, доцент Перцева Вікторія Анатоліївна.
2. Доцент кафедри української мови та мовної підготовки іноземних громадян Харківського національного університету будівництва та архітектури, кандидат філологічних наук, доцент Кучеренко Олена Федорівна.

## План лекції

1. Мовний етикет та форми його реалізації.
2. Зміст і стиль розмови, або що і як говорити.
3. Несловесні засоби спілкування.

## Текст лекції

Важко передбачити всі життєві ситуації, у яких може опинитися людина. Особливо, важко передбачити ситуації ділового спілкування, в які може потрапити працівник ОВС, адже він має працювати із громадянами, представниками владних структур, керівниками різного рівня і «звичайними» мешканцями наших міст і сіл. Офіцер поліції має спілкуватися із своїми підлеглими і своїми ж начальниками і керівниками. Щоб досягти успіхів у своїй професійній діяльності він має бути товариським, мати повагу й довіру людей, бути приємним, бездоганим. Але всі ці якості можуть розкритися лише в суспільстві. А кожне суспільство має свої історично зумовлені традиції ввічливої поведінки, свої системи дозволів і заборон, що зумовлюють правила поведінки людини серед собі подібних.

***Правила поведінки взагалі називають «етикетом».*** Хоча це слово, коли виникло, мало відношення до монарших дворів, дипломатичних кіл й титулованих осіб. ***Ним позначалося зведення правил і норм поведінки у найвищих колах суспільства (двірцевий етикет).*** Великої ваги серед правил етикету взагалі набували правила мовного етикету.

### 1. Мовний етикет

***Етикет відзначається стійкістю і консервативністю, і в цьому він стає подібним до офіційно-ділового стилю, який теж в ідеалі має лишатися сталим і непорушним.*** Мовний етикет запрограмований на найрізноманітніші типові ситуації, в яких використовуються типові мовні структури, кліше, закріплені національними культурними традиціями. Щоразу,

в певних ситуаціях, ми повторюємо стереотипи поведінки, в тому числі мовної, які поза нашою свідомістю, автоматично використовуються вразі потреби.

Використання правил мовного етикету великою мірою залежить від конкретної ситуації спілкування: місце й обставини розмови, цільова настанова (повідомити, вплинути, вразити, здивувати, шокувати тощо). Але найбільшої ваги набувають міжособистісні стосунки. В залежності від цього фактору може йтися про 5 тональностей спілкування (8, с. 14-15):

- 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.

При звертанні до незнайомих людей використовуються нейтральні структури етикету. До близьких – навпаки – емоційні, фамільярні, дуже рідко нейтральні.

**В залежності від типових ситуацій спілкування мовний етикет можна поділити на групи, різновиди:**

1. *Одиниці вітання, привітання:* доброго ранку, вітаю вас, добридень, здоров був.

2. *Одиниці звертання та привертання уваги:* будьте добрі, скажіть, будь ласка, будьте ласкаві, чоловіче добрий, вельможний пане, вельмишановний добродію тощо.

3. *Одиниці представлення при знайомстві:*

- в ділових стосунках використовують такі компоненти: посада, професія, звання, ім'я та по батькові, адже це важливо для здійснення функціональних обов'язків;

- ділові стосунки децю "пом'якшують" вимоги етикету навіть у таких випадках, коли відбувається знайомство між чоловіком і жінкою. Звичайно, жінка не може нав'язувати своє знайомство сама. Але ці вимоги відступають, якщо йдеться про суто ділову зустріч.

При знайомстві використовують кліше: дозвольте відрекомендуватися, представити, знайомтеся тощо.

4. *Запрошення:* приходьте, ласкаво просимо, зайдіть та ін.

5. *Побажання, поздоровлення:* дай боже; хай щастить; на добраніч; хай бог милує тощо.

6. *Згода і незгода:* так, я не заперечую; ви маєте рацію, авжеж.

7. *Заперечення, відмова:* шкодую, але ми мусимо; ні, це не так; я не згодний; не можу; не хочу тощо.

8. *Прохання:* дозвольте; просимо; якщо вам не важко; будь ласка, не відмовте; благаю та інші.

9. *Подяка:* спасибі; дякую; дуже вдячний; вік не забуду.

10. *Вибачення:* пробачте; перепрошую; даруйте; вибачте.

11. *Комплімент:* може стосуватися зовнішності, схвалення вчинків, виконаної роботи.

В ділових стосунках належить дуже обережно ставитися до мовних засобів, що використовують при спілкуванні. ***Заважають дотримуватися норм етикету, а значить і ефективно досягати мети ділових контактів:***

- вплив моди;

- недоцільні структури мовного етикету, надлишкові або недоречні в конкретній ситуації;
- небажання дотримуватися або незнання правил етикету;
- неврахування соціального досвіду співрозмовника;
- невміле використання мовноетичних шаблонів, надлишковість яких може створювати враження нещирості у стосунках тощо.

## 2. Зміст і стиль розмови, або що і як говорити

Кожна людина характеризується своїм індивідуальним стилем мови. Серед факторів, що його формують, можна назвати психічні і фізіологічні особливості кожної людини, але крім них існують фактори, які до певної міри контрольовані кожною особою:

- обсяг словникового запасу;
- довжина речень (виражається через загальну кількість складів у реченні, оптимальна – 7(±) слів, 15 -20 складів);
- пропорційність емоційно-забарвлених та нейтральних одиниць;
- ступінь використання несловесних засобів спілкування;
- наявність і доцільність “пустих місць” (слова і словосполучення, що не несуть змістового навантаження).

**Індивідуальний мовний стиль** – показник соціального стану, характеру, світогляду, професійної діяльності, культурного і освітнього рівня мовця.

Однак трапляється так, що хід розмови йде непередбачено, хоча є всі наявні можливості для її планового розвитку.

Слід враховувати і психолого-фізіологічні особливості спілкування.

До них треба віднести такі чинники:

1. **Врахування ситуації спілкування.** Часто сама ситуація визначає зміст, напрям, успіх, неуспіх бесіди. Фактори, що її складають: хто – кому – про що – де – коли – чому – для чого. Час і місце, мета і тема розмови, причина і співрозмовник, - все це має бути враховано.

2. **Психологічна потреба** людини в спілкуванні.

3. **Тема бесіди**, що має бути цікавою для всіх співрозмовників.

4. **Розмова має бути діалогом**, що поєднує говоріння і слухання. Мовець має уміло переходити від одного до іншого виду діяльності. Асиметрична бесіда, де кількість реплік непропорційна, демонструє, що “своє” співрозмовникам ближче, ніж “чуже”.

5. Слід враховувати, що, за твердженнями психологів, **репліка** повинна тривати 45-90 секунд, а оптимальна довжина фрази –  $7(\pm 2)$  слів. Так можна максимально зосередити увагу співрозмовників, адже їх можливості у сприйманні інформації та концентрації уваги обмежені.

Лінгвісти навіть сформулювали основні постулати нормального спілкування. Серед них:

- інформативності;
- неповноти опису;
- детермінізму;
- тотожності;
- загальної пам'яті;
- прогнозування майбутнього, наслідків (хоча б у деталях);
- істинності (не перебільшувати, не порушувати зв'язків із реаліями світу);
- семантичного зв'язку (наявність загальної для співрозмовників теми);
- використання оптимальних мовних одиниць і всіх нюансів слова.

Проте і лінгвісти і психологи застерігають, що у спілкуванні людина – **свідомо чи несвідомо – захищає себе від надлишкової інформації. Внаслідок цього відфільтровується не менше 40% із того, що було “почуто” при спілкуванні.** Отже, як при грі у поламаний телефон, через дві-три і більше інстанції від початкового обсягу інформації залишиться лише **трохи більше її десятої частини.**

Все це ще раз змушує нас дбайливо ставитися до бесіди, ділового спілкування, старано і ретельно готуватися до них. Щоб наблизити успіх слід

знати:

- повідомлення має бути коротким, простим, зрозумілим;
- уникати, по можливості, іноземних слів, термінів, понять, які переобтяжують мову;
- одразу намагатися приступити до суті питання;
- ілюструвати розповідь прикладами, наочністю, несловесними засобами, намагаючись вплинути на кілька органів чуттів: слух, зір, нюх тощо;
- уникати екстравагантності в мові, бо вона відволікає увагу слухача від змісту, повертаючи її до форми висловлювань.

### 3. Несловесні засоби спілкування

Для успішного спілкування одного говоріння буває замало. Люди повинні бачити реакцію співрозмовників, впливати не лише на їх слух, а й на інші органи чуттів.

Міміка, жести, вираз очей, неартикульовані звуки (крик, сміх, плач), які більшою частиною виникають у співрозмовників позасвідомо, мимоволі, - відіграють важливу роль у спілкуванні. *Навіть відстань між комунікантами буде свідчити і про їхні стосунки, і про характер бесіди, і, часто, про її наслідки:*

- інтимна зона спілкування (дуже близько);
- особистісна (близько, характерно для друзів, знайомих);
- нейтрально-соціальна (офіційна, “на відстані витягнутої руки”);
- публічна (загальнодоступна, з багатьма людьми).

Важливі значення функції матимуть:

- тілесний дотик (інтимні, дружні, фамільярні стосунки);
- жести (вказівні, зображальні, ритмічні, емоційні, символічні, ритуальні);
- міміка (динамічна, застигла);
- вираз очей (“широкі”, “відсутність”, “уважний погляд”);



- інтонація (виявляється через швидкість, гучність, висоту, забарвлення голосу).

Надаючи увагу несловесним засобам у міжособистісному спілкуванні, комуніканти повинні уникати двох крайнощів:

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

Слід пам'ятувати, що вони не повинні привертати до себе більшу увагу, ніж сама мова, слово:

- вони мають відповідати конкретній ситуації;
- бути природними і простими, що справляє краще враження на слухача.

Існує пряма залежність між службовим станом людини і ступенем використання нею несловесних засобів. Чим вище соціальний щабель, що займає людина, тим більше переваг вона надає слову.

Навпаки, нижчий освітній і службовий рівень пов'язані із перевагою рухів і жестів у бесіді: ***“Нема слів, лишилися жести”***.

Отже, ділове спілкування має використовувати весь арсенал наявних засобів впливу комунікантів один на одного під час міжособистісних стосунків. Проте основу у цих стосунках складатимуть словесні засоби, роботу над удосконаленням яких людина має вести все життя, збагачуючи власні можливості у цій справі. Особливо важливим це видається для працівників ОВС, для яких спілкування із людьми становить одну з основних форм роботи у здійсненні службових повноважень.