

УДК 316.772

**BUSINESS ETHICS AND EFFECTIVE SPEECHES
COMMUNICATION OF THE EDUCATIONAL PRIMARY SCHOOL
ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ТА ЕФЕКТИВНІ МОВЛЕННЄВІ КОМУНІКАЦІЇ ПЕДАГОГА
ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ**

Iovhimchuk N. V./ Іовхімчук Н.В.*s.p.s, as. prof. /канд. філол. наук, доц.,**Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, Луцьк, Винниченка, 30*

Анотація. У статті розглядається формування ділового етикету та ефективних мовленнєвих комунікацій педагога початкової школи. У дослідженні розкриваються рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу, визначається низка помилок, соціально-мовленнєві статуси і ролі адресата й адресанта, які впливають на ефективність комунікації вчителя початкової школи. Отож успішність або неуспішність комунікації, її результат залежать від багатьох умов.

Ключові слова: ділові комунікації, ефективне спілкування, діловий етикет.

Постановка проблеми. У офіційній сфері діє міжнародний принцип у якому особливе місце відводиться діловій комунікації та етикету. Кожна особа є представником фірми, організації, навіть держави, і тому етикетні правила вимагають ставитися до неї з повагою, незалежно від віку чи статі. Людина може як полегшити собі ділове спілкування, зробити його більш ефективним, допомогти у вирішенні поставлених завдань і досягненні мети, так і утруднювати це спілкування або навіть зробити його неможливим.

Основною етичною нормою, якої слід дотримуватися у службових взаємовідносинах, є збереження гідності людини незалежно від того, яке місце вона посідає в ієрархічній структурі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мовознавці великого значення надають розвитку ділових комунікацій, мовленнєвій культурі особистості та мовленнєвому етикету. Протягом останніх десятиліть до цієї теми зверталися такі науковці: Н. Л. Тимошенко, І. М. Ломачинська, Я. Радевич-Винницький, Г. В. Осовська, Н. Л. Тимошенко, В. И. Шеломенцев та ін.

Метою статті є надання студентам як майбутнім фахівцям з початкової освіти необхідної інформації, яка допомагала б здійснювати процес ділової комунікації відповідно до етикетних норм.

Виклад основного матеріалу дослідження. Етика ділових відносин включає сукупність правил поведінки, ступінь культури і вихованості людини, її чемне і доброзичливе ставлення до оточуючих. Вміння належно поводитися з людьми є одним з найважливіших чинників, що визначають успіх у роботі майбутнього педагога. Діловий етикет – установлений порядок поведінки, який задовольняв би усіх учасників, які обговорюють певну проблему[1, с. 46]. У діловій взаємодії людей діють певні правила спілкування, які є виявом особливостей процесу комунікації, які значною мірою залежать від конкретних складових та умов (психологічних станів учасників, конкретної ситуації, тематики тощо). На думку Тимошенко Н.Л., діловий етикет є кодом хороших манер, які визначають, як саме окремі працівники та організації мають

взаємодіяти між собою у численних робочих ситуаціях [4, с. 22].

Правила ділової комунікації – рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу. Вони засвоюються шляхом наслідування і навчання й реалізуються в спілкуванні переважно автоматично.

Важливо у спілкуванні бути ввічливим і доброзичливим, уміти відчувати співрозмовника, його становище, душевний стан. Ставитися до нього позитивно, інформувати й переконувати, а не ображати, принижувати, «щипати», «кусати» тощо; спиратися на добро, а не на зло в ньому, шукати те, що об'єднує з ним, а не роз'єднує. Не виходити з себе, не зриватися на крик, сичання, не вживати образливих слів і виразів. Не можна припускатися типових помилок у сприйнятті адресата.

На ефективність ділового мовлення педагога суттєво впливають помилки, що мають типовий характер, оскільки вони трапляються ледь не в кожного мовця. Але вчитися не конче лише на власних помилках. Знання типових помилок у спілкуванні може допомогти мовцеві краще зрозуміти своїх співрозмовників і, відповідно, вносити корективи у власну мовленнєву поведінку. Радевич-Винницький Я. визначив низку помилок, які впливають на ефективність комунікації в ділових стосунках. До найпоширеніших помилок належать. Не варто акцентувати своє Я. Прикметою доброго тону є, зокрема, останнє місце, зарезервоване для себе, у фразах з переліченням осіб. Не акцентувати своє Я зовсім не означає цілковито відмовитися від себе, знеособитися. Йдеться тільки про те, щоб не надто часто вживати займенник *я* та його відмінкові форми *мене, мені, мною...* і присвійні займенники *мій, моє, мого* та ін., а не приписувати свої заслуги, досягнення, думки комусь іншому чи на загальне про них не згадувати. В українській мові є достатньо можливостей «обійти» словесно і водночас не понести небажаних інформаційних втрат. Наприклад, замість фрази *Я вже Всім говорив, що можна сказати: Ви вже знаєте (Вам у же відомо), що...* [3].

Проте існує комунікативно важливий випадок, коли доводиться акцентувати своє Я. Йдеться про вираження почуттів, захист власних інтересів адресанта без тиску (осуду, образ) на адресата. Адресант наголошує на тому, що *він* хоче, що *йому* потрібно, а не що має чинити адресат. Така мовленнєва тактика дає можливість не спонукати адресата до захисної реакції, не викликати в нього почуття вини, потреби виправдовуватися тощо. Такі і подібні Я-твердження, Я-звернення будуються за схемою: на початку йде нейтральний, незвинувачувальний опис вчинку чи поведінки співрозмовника, яким адресант невдоволений, тоді опис раціональних та емоціональних реакцій адресанта на цей вчинок (поведінку), по тому - пояснення, чому і як це відбивається на адресантові, нарешті - в неагресивних, чемних тонах-чого хотів би адресант. Починати завершальну частину Я-звернення доцільно формулами *Я був би Вам вдячний ...; Я був би радий ...; Мені хотілося б, щоб ...; Я б віддав перевагу ...* т.д.

Я-твердження і Я-звернення мовно є складнішими і потребують більшої самодисципліни, ніж «лобові» Ви(ти)-твердження і Ви(ти)-звернення типу *Ви*

повинні (Ти повинен) ...; Ви не повинні (Ти не повинен) ...; Ви помиляєтесь ...; Ти не маєш права ..., що сприймаються як осуджувальні, звинувачувальні, наступальні й обумовлюють відповідну реакцію співрозмовника. Я-твердження є одним із засобів безконфліктного спілкування [3, с. 41].

Етикет мовлення вимагає уникати негативних оцінок адресата, всіляких епітетів і порівнянь, які можуть викликати небажані асоціації, образу, зіпсувати настрої. Так само неделікатне і нетактовно, щось пояснюючи або доводячи, обирати співрозмовника за приклад жертви уявних прикросців, нещастя тощо: *Принустімо, твій чоловік потрапив у аварію; От якби тобі такі проблеми.*

Прикрою помилкою або й виявом недостатньої культури спілкування є не звертати уваги на вік, стать, професію, рівень освіченості, посаду, національність, віровизнання та інші прикмети співрозмовника, які визначають його соціально-мовленнєвий статус, а також його соціально-мовленнєву роль, у якій він «виступає» в конкретному комунікативному акті (супутник, покупець, ситуативний партнер і т.п.). Не можна на ту саму тему говорити однаково з пенсіонером і підлітком, з фахівцем і необізнаною людиною, християнином і кришнаїтом тощо. Важливо це брати до уваги і тоді, коли адресатом є аудиторія, в якій можуть бути різні за статусом люди. За адресацію мовлення не варто забувати і в писемних жанрах мовлення.

Недоречно, наприклад, у розмові з тими, хто недостатньо володіє мовою (малі діти, малоосвічені люди, іноземці) вживати невідому їм лексику, слова в переносному значенні, складні синтаксичні конструкції, говорити у пришвидшеному темпі, притишено і т.п. Результат такого мовлення може виявитися близьким до нуля або й негативним. Адресант має вміти поставити себе на місце адресата, ввійти в його становище, не заговорювати його: можливо, адресатові важко сприймати мовлення або ніколи слухати.

Стильова тональність виступу з доповіддю, лекцією і т.п. зобов'язує мовця дуже виважено застосовувати підвищення тону голосу, прискорення чи сповільнення темпу мовлення, зміну тембру, щоб не виник дисонанс між тим, що і для кого говориться, та тим, як говориться. Те ж стосується і невербальних засобів: надмірна жестикуляція, надто рухлива міміка, «круглі очі», «довге обличчя», інтенсивне хитання головою, часте знизування плечима, різка зміна поз – усе це не відповідатиме стильовій тональності цього жанру мовлення й може спровокувати комунікативний конфлікт, не кажучи вже про те, що спричинить низьку ефективність виступу. Тільки функціонально доцільні засоби вираження можуть бути корисними адресантові.

В усному мовленні потрібно пам'ятати про «межі сприйняття»: надто швидке або надміру тихе вимовляння звуків не дозволяє адресатові (аудиторії) розпізнавати і «розшифровувати» слова, а з ними – висловлювання (речення) і цілий текст. Модуляція сили, висоти, тембру, темпу, тривалості пауз має бути спрямована на максимально ефективно сприйняття мовлення адресатом (аудиторією), але вона не повинна відвертати увагу від того, що говориться, вимушуючи адресата (аудиторію) аналізувати зовнішню звукову сторону мовлення. У писемному мовленні, якщо текст пишеться від руки, головна вимога до його фізичної сторони – розбірливість почерку. Колись говорилося,

що це перша умова ввічливості. Справді, якщо адресат не може прочитати написане, то краще не писати йому загалом: він не витрачатиме час і не псуватиме собі нерви. Писати красиво можуть не всі, але кожен повинен писати розбірливо.

Комуніканти повинні виявляти максимальну увагу до мовлення адресанта. Увагу до адресанта, тобто насамперед до того, що він хоче сказати, чого не хоче сказати і чого не скаже, якщо йому не допомогти, а також до нього самого, зокрема до його почуттів, треба виявляти на всіх стадіях його мовлення – початковій, основній, завершальній. Увага до адресанта засвідчується: фразами, які заохочують до говоріння: *Говоріть, будь ласка!; То що Ви хочете сказати?*; словами і короткими фразами, які потверджують комунікативний контакт. Уживаються вони на стадіях мовлення, коли адресант ще не висловив своїх думок і почуттів до кінця: *Авжеж!; Певно, що так!; Може, так, а може;* фразами, що заохочують до продовження мовлення: *Продовжуйте, будь ласка!; Ви мене заінтригували!; Розкажіть про це докладніше!;* та под.; перепитуванням, з'ясуванням незрозумілих для адресата місць тощо: *Повторіть, будь ласка!; Ви сказали:...? Я правильно Вас зрозумів: Ви маєте на увазі...?* Однак не можна ставити запитання до безмежності; сприйманням не тільки раціональної, змістової, а й емоційної сторони мовлення адресанта: *Ви цим занепокоєні?; Вас, я бачу, це хвилює (підбадьорює; стимулює; обурює)* і т.п. Вступними фразами до інтерпретування можуть бути формули типу *Отже, Ви говорите, що...; Якщо я Вас правильно зрозумів, то...;* резюмуванням сказаного адресантом. Як початкові доречно використати фрази: *Головний зміст Ваших слів полягає в...;* коректною формою зауважень, незгоди з позицією адресанта: *Ви маєте рацію в тому, що ..., але ...; Ви мали б (цілковиту) рацію, коли б ...;* Немає потреби доводити, що зауваження адресата мають бути належно аргументовані [3].

Успішність або неуспішність комунікації, її результат залежать від багатьох умов. Треба брати до уваги, що словниковий запас партнерів майже завжди різний. Почуте може не залишитися в пам'яті того, хто слухає, оскільки воно для нього не зовсім зрозуміле. Безумовно, що вміння подолати ці бар'єри допомагає налагодженню ефективних контактів між педагогом і учнями. Для цього вчителю потрібно постійно збагачувати свій словниковий запас та мову, читати художню та спеціальну літературу; намагатися якомога частіше виступати з промовами та повідомленнями перед різною аудиторією. Про це зазначає Г. В. Осовська, «Велике значення має техніка комунікації: використання правильних висловів, точних термінів, наочних матеріалів, стилю його викладання, технічних засобів та ін.» [2, с. 48].

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

починає домислювати сам або шукати її в сумнівних джерелах. Якщо інформації занадто багато, слухач може пропустити головне.

Студент, що заходить в аудиторію не повинен стукати в двері – це тільки відриває і нервує зайнятих справою співробітників. Як правило, на стукіт у двері офіційного приміщення не буває негативної відповіді. До речі, їсти, чепуритися краще в спеціально встановленому місці, а не на робочому місці. Студент, що спізнився на пару, не повинен голосно вітатись із викладачем, пояснювати причину свого спізнення, просити дозволу сісти – усе це відволікає від занять як викладача, так і інших студентів. У такій ситуації доречно зайти так, щоб привертати до себе мінімум уваги.

Педагогові, який розмовляє з кимось, не варто безупинно говорити по телефону; переглядати папери, що не стосуються справи; стукати пальцями по столу. Етикет зобов'язує терпляче вислухати співрозмовника. Неприпустимими є заяви на зразок: *Вийдіть, чекайте за дверима!*, *Заходьте завтра*, *Не бачиш, я зайнятий*, що свідчать про зверхність, байдужість, невихованість, неухвагу до колег чи учнів. За етикетом службових взаємин треба бути однаково шанобливим із усіма і неприпустимо виявляти до когось підкреслену люб'язність і послужливість, а з іншими поводитися зарозуміло й зверхньо.

Висновки. Отже, від того, як педагог буде дотримуватися ділового етикету, а також ставитися до людей, з якими він має справу (колег, учнів, партнерів), залежить імідж організації, де він працює.

Література

1. Ломачинська І. М. Професійна етика: навчальний посібник для дистанційного навчання / І. М. Ломачинська // За наук. ред. В.І. Ярошовця. – К.: Університет «Україна», 2005. – 227 с.

2. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті: Курс лекцій/ Г. В. Осовська. – К.: Кондор. – 2003. – 218 с.

3. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування / Я. Радевич-Винницький. – Львів: СПОЛОМ, 2001. – 223 с.

4. Тимошенко Н. Л. Корпоративна культура: діловий етикет: навчальний посібник / Н. Л. Тимошенко. – К.: Знання, 2006. – 391 с.

Abstract. *The article deals with the formation of business etiquette and effective speech communication in elementary school teacher. The study reveals recommendations for effective communication in society and reflects the communicative traditions of a particular ethnic group, identifies a number of mistakes, social and speech statuses and roles of the addressee and the addressee that affect the communication effectiveness of elementary school teachers.*

The success or failure of communication depends on many conditions. Oral speech needs to be kept in mind about the "limits of perception": too fast or overly quiet sounds do not allow the addressee to recognize and "decipher" words, and with them utterances and whole text. Communicators should take utmost care to address the addressee. Attention to the addressee, that is, first and foremost, to what he wants to say, what he does not want to say and what he will not say, if he does not help, as well as to himself, in particular to his feelings, should be revealed at all stages of his speech - the initial, the main, the final.

Key words: *business communications, effective communication, business etiquette.*

© Іовхімчук Н.В.