

Key words: educational dialogue, Socratic dialogue, philosophical dialogue, principle of dialogism, dialogic philosophy, personality-oriented study, speech competence.

Стаття надійшла до редакції 31.01.2012 р.
Прийнято до друку 26.10.2012 р.
Рецензент – д. п. н., проф. Бакум З. П.

УДК 378.016:811.161.2

К. Лихачова

ЗАСВОЄННЯ МАЙБУТНІМИ ЕКОНОМІСТАМИ НОРМ МОВЛЕННЕВОГО ЕТИКЕТУ

Одним із завдань вищого навчального закладу економічного профілю є підготовка висококваліфікованих фахівців, які повинні досконало володіти вміннями, навичками професійного спілкування з метою ефективного застосування набутих знань у сфері економіки. Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять „однією мовою” й прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому засадами культури їхнього спілкування є етичні норми та правила ділових взаємовідносин, знання й уміння, пов’язані з обміном інформацією, використанням способів і засобів взаємовпливу, взаєморозуміння. Ефективне ділове спілкування базується на: знанні основ психології спілкування та теорії комунікації; дотриманні етики, норм та правил ділового спілкування в процесі їх виробничої діяльності. Актуальність окресленої в публікації проблеми є незаперечною й полягає у визначенні засад засвоєння студентами економічних спеціальностей норм мовленнєвого етикету.

Проблема засвоєння норм мовленнєвого етикету цікавить багатьох сучасних науковців Н. Бабіч, М. Білоус, О. Бобир, С. Богдан, І. Данилюк, А. Загнітко, С. Єрмоленко, А. Коваль, О. Корніяк, З. Мацюк, О. Миронюк, Т. Панько, М. Пентилюк, Н. Станкевич, М. Стельмахович, Н. Формановська, Г. Чайка, Т. Чмут та ін. Дослідниками визначено низку якостей мовлення, що характеризують його з нормативного боку й забезпечують формування мовленнєвої компетенції мовної особистості. Разом із тим потрібно зазначити, що проблема засвоєння норм мовленнєвого етикету майбутніми економістами недостатньо вивчена в сучасній лінгводидактиці вищої школи. На жаль, майже відсутні роботи, що висвітлювали б особливості засвоєння студентами-економістами норм мовленнєвого етикету.

У пропонованій статті ставимо за мету вивчити наукову, навчально-методичну літературу з порушеної проблеми; проаналізувати

поняття мовленнєвий етикет; визначити найголовніші шляхи з'ясування теоретичних передумов розробки системи вправ, спрямованих на засвоєння майбутніми економістами норм мовленнєвого етикету.

Формування мовної особистості майбутнього економіста – складний і багатогранний процес, який передбачає участь студента у спілкуванні. Мовна особистість студента-економіста розвивається під час комунікативної фахової діяльності, що вимагає не тільки знань мови, але й умінь нею користуватися. Мистецтво спілкування – це володіння правилами мовленнєвого етикету. Етика ділового спілкування базується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвиткові співпраці. Передусім ідеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань. Для професійного спілкування характерною є також нормативність. Вона визначає, як мають спілкуватися люди в конкретній ситуації.

Вивчення мови професійного спілкування відбувається паралельно з опануванням норм мовленнєвої поведінки. Щоразу ми повторюємо стереотипи поведінки, дотримуючись встановлених суспільством обмежень. Такими рамками є етикет. Загально відомо, що етикет, як встановлений у суспільстві набір правил регулює нашу зовнішню поведінку у відповідності із соціальними вимогами, у свою чергу мовленнєвий етикет визначаємо, як правила, що регулюють мовленнєву поведінку особистості.

Як зазначає С. Єрмоленко, мовленнєвий етикет – система прийнятих у певному суспільстві формул спілкування, сукупність мовних засобів, які регулюють поведінку в процесі мовлення [1, с. 94]. Мовленнєвий етикет є однією із важливих сторін людського спілкування, де сукупність стандартизованих висловів, готові формули з певною синтаксичною структурою й лексичним наповненням уживаються у високочастотних ситуаціях.

Своєрідною є природа мовленнєвої ситуації, у якій уживаються формули мовного етикету. Спілкування можливе за наявності мовця й адресата (мовлення обов'язково відбувається в просторі й часі). Поняття „етикет” вужче, ніж поняття „спілкування”: етикетна ситуація завжди діалогічна, бо передбачає спілкування, навіть якщо її учасники (мовці) розділені часом чи простором [4, с. 10].

Мовленнєвий етикет висуває перед майбутніми економістами, що спілкуються, певні вимоги. Їх розмова має бути ввічливою, доброзичливою, а самі комуніканти мають виявляти один до одного чемність, привітність. Головне призначення етикету, у тому числі й мовленнєвого, – встановлення сприятливого контакту між людьми. Для того щоб контакт був глибоким, майбутній економіст окрім знань про спілкування, певних навичок і вмінь повинен мати ще й відповідну комунікативну установку на спілкування. Причому установку не просто на встановлення контакту, а на особистість як загальнолюдську цінність.

Тільки тоді спілкування відбуватиметься на високому рівні. Мовленнєвий етикет є неодмінною складовою професіоналізму економістів, менеджерів, маркетологів і всіх тих, кому доводиться через спілкування вирішувати свої ділові проблеми.

Як зазначають Т. Чмут, Г. Чайка знання й навички з етики мовлення базуються на єдності трьох складових частин у навчально-виховному процесі: змісту рекомендованих норм мовленнєвої поведінки в різних мовленнєвих ситуаціях; мовленнєвих і рухових засобів виразності змісту мовленнєвої поведінки; практичного вираження змісту мовленнєвої поведінки [2, с. 182].

Дослідження явищ мовленнєвого етикету здійснюється у двох основних аспектах: соціолінгвістичному і стилістичному. Соціолінгвістика цікавиться соціальною стороною мовленнєвого етикету. За допомогою мовленнєвого етикету відбувається соціальний вплив комунікантів один на одного. З точки зору ж стилістики мовленнєвий етикет – явище надстильове, не прикріплене до жодного стилю. Можна говорити лише про більшу чи меншу міру його вияву у тому чи іншому стилі.

Мовленнєвий етикет, як соціально-лінгвістичне явище має спеціалізовані функції. Н. Формановська виділяє такі: контактна (фатична) функція – встановлення, збереження чи закріплення, підтримуваних зв'язків і стосунків, індивідуальних чи соціально-масових; функція ввічливості (конотативна) – пов'язана з проявами ввічливості між членами колективу; регулююча функція (регулятивна) – стосується усіх проявів мовленнєвого етикету, бо вибір певної форми при встановленні контакту регулює характер стосунків адресата і адресанта; функція впливу (імперативна, волюнтативна) – передбачає реакцію співбесідника – вербальну, жестову, діяльнісну; функція звертальна (апелятивна) – тісно пов'язана з імперативною, бо привернути увагу, означає здійснити вплив на співбесідника; емоційно-експресивна (емотивна) функція – властива не усім одиницям мовленнєвого етикету [3, с. 83].

Усі функції мовленнєвого етикету існують на основі комунікативної функції мови.

Правила мовного етикету становлять особливу групу стереотипних, стійких формул спілкування, що реалізуються в основному в одиницях лексичного („Добридень!”, „Вибачте”, „Прощайте!” тощо), фразеологічного („Ні пуху, ні пера”), морфологічного рівнів (Ви схвильовані, професор повідомили).

Варто сказати, що мовленнєвий етикет зберігаючи традиційну структуру етикетних виразів, не є закритою системою, бо йому властива динаміка і гнучкість. Частина формул мовленнєвого етикету поступово архаїзується (наприклад, формули привітання „Бог на поміч!”, „З неділею Вас!”). Можуть виникати нові утворення, що творяться за типовими для української мови моделями.

Використання правил мовного етикету великою мірою залежить від конкретної ситуації спілкування місця й обставини розмови, цільової

настанови (повідомити, вплинути, вразити, здивувати тощо). Але найбільшої ваги набувають міжособистісні стосунки. С. Богдан виділяє п'ять тональностей спілкування. Тональність спілкування – це соціальна якість ситуації спілкування, яку можна визначити як ступінь дотримання етичних норм взаємодії комунікантів, як показник культурності, інтелігентності співрозмовників. Тональність спілкування буває висока, нейтральна, звичайна, фамільярна, вульгарна [4, с. 16]. Висока тональність відповідає спілкуванню у сфері суто формальних суспільних структур (урочисті заходи, дипломатичні прийоми тощо). Нейтральна – функціонує у сфері офіційних установ. Звичайна тональність характерна для спілкування на побутовому рівні (магазин, транспорт тощо). Фамільярна забезпечує спілкування в колі сім'ї, дружньому товаристві [4, с. 16]. Вульгарна спостерігається в соціально неконтрольованих ситуаціях. При звертанні до незнайомих людей використовують нейтральні структури етикету. До близьких – фамільярні.

Мовленнєвий етикет є обов'язковою складовою професійної етики економіста та засобом встановлення контакту з клієнтами, колегами, керівниками та підтримання спілкування. Це набір, або спектр фраз, якими користуються у щоденних ситуаціях: знайомства, звертання, вітання, прощання, подяки, співчуття, відмови, компліменту тощо.

Систему мовленнєвого етикету утворюють засоби вираження ввічливості, спеціальні етикетні мовні формули. З поміж них вирізняються ті, що вживаються при з'ясуванні контакту між мовцями – формули звертань і вітань; при підтриманні контакту – формули вибачення, прохання, подяки та ін.; при припиненні контакту – формули прощання, побажання. Тобто, власне етикетні мовні формули.

У багатому мовному арсеналі українського народу виробилась і закріпилась ціла система одиниць мовленнєвого етикету: формули із значенням прощання: прощайте, *до зустрічі*; етикетні одиниці, якими виражається вітання: *доброго ранку, доброго дня, здоров був*; вислови вибачення: *пробачте, даруйте, перепрошую*; мовленнєві одиниці, що супроводжують прохання: *будьте ласкаві, прошу Вас, дозвольте*; формули подяки: *спасибі, дякую, дуже вдячний*; конструкції побажальної модальності: *будь(-те) щасливий; успіхів тобі (Вам), хай щастить; формули привітань з певної нагоди: вітаю (Вас, тебе) з..., прийми (-їть) поздоровлення (привітання) з...; фрази ритуалу знайомства: знайомтесь, я хочу представити тобі (Вам)..., дозвольте відрекомендуватися*. У ділових стосунках використовують такі компоненти посада, професія, звання, ім'я та по батькові, адже це важливо для здійснення функціональних обов'язків; звертання: *приятелю, колего, вельможний пане*; заперечення: *ні, нас це не влаштовує*; запрошення: *приходьте, ласкаво просимо*; комплімент: може стосуватися зовнішності схвалення вчинків, виконаної роботи [5, с. 92].

Вживання таких слів допомагає встановити перший контакт зі співрозмовником, налаштувати себе і його на продовження стосунків.

Кожна із запропонованих ситуативно-тематичних груп становить синонімічний ряд етикетних одиниць, які різняться за семантичними і стилістичними ознаками. Домінанта кожного синонімічного ряду може використовуватися в будь-якій мовленнєвій ситуації. Вибір етикетних одиниць комунікантами передусім залежить від таких екстралінгвістичних факторів, як: соціальна роль, вік, місце проживання, стать, культурно-освітній рівень адресата й адресанта, комунікативні умови (місце, час, тривалість спілкування), соціальна дистанція між ними, а ще – мелодика мови, тембр і тон голосу мовця, характер ситуації спілкування, специфіка взаємин між комунікантами [2, с. 91]. Таким чином, використання етикетних формул відбувається з урахуванням мовленнєвої ситуації, що передбачає визначення мети, місця, адресата спілкування й конкретного комунікативного завдання.

Звичайно, перелічити всі форми мовленнєвого етикету в усіх життєвих ситуаціях важко. Проте, скориставшись ними, майбутні економісти зможуть правильно поводитись на виробництві, самореалізуватися в спілкуванні з оточуючими.

В етиці мовлення значне місце посідають навички та звички. Щоб вони не відставали від знання відповідних правил, викладачам потрібно проводити із студентами вправи з етики мовлення. Правила мовленнєвого етикету роз'яснюють студентам на лекціях, колоквиумах, бесідах, за деякими можна робити інсценування. Важливо, щоб на заняттях створювалися ситуації, які б максимально наближалися до майбутньої професії.

Отже, під час засвоєння норм мовленнєвого етикету майбутнім економістам пропонують різні мовленнєві ситуації, зміст яких визначає загальний тон мовлення, допомагає володіти своїм голосом: свідомо, умисно говорити тихо або голосно в залежності від фахової ситуації, регулювати висотою голосу; розуміти і оперувати в мовленнєвих ситуаціях паузами; створювати відповідну позу, міміку, жести. У залежності від умов висловлювання, одні й ті ж одиниці мовленнєвого етикету можуть набирати різного змісту, а відтворення його залежатиме від того, яке слово ми наголосимо, виділимо.

На заняттях з української мови за професійним спрямуванням доцільно використовувати такі завдання:

– оформити пам'ятку мовленнєвого етикету майбутнього економіста за поданим початком: „Вітаючись, треба дивитися в обличчя тому, з ким вітаєшся. Треба бути ввічливим у словах, у тоні, в жестах, діях. Ввічливі слова (будь ласка, дякую), сказані грубим голосом, перестають бути ввічливими. Ввічлива людина не відповідає на грубість грубістю. Вона привітна і уважна до інших...”

– розробити кодекс честі для економістів. Ділові стосунки, які мають моральну основу є вигіднішими і продуктивнішими.

– завдання в мікрогрупах: відповісти на питання, аргументуючи відповідь прикладами з фахових ситуацій: „Як ви гадаєте? Чи варто

вітатись з людиною на далекій відстані? Коли першою вітається жінка? Чи варто кричати знайомому, що стоїть на протилежному боці вулиці „Привіт!”?

– скласти діловий лист, використовуючи етикетні формули, дотримуючись реквізитів.

– підготувати ділову нараду, публічний виступ, телефонну розмову тощо.

Інколи студенти використовують формули мовленнєвого етикету (ввічливі слова, форми звертання тощо), дотримуються правил спілкування у власному мовленні, але в запропонованій мовленнєвій ситуації допускають помилки. Виконуючи такі вправи, студенти вчаться вибирати висловлювання, щоб підходили в певній ситуації.

Підсумовуючи сказане, зауважимо, що вміння використовувати або застосовувати мовленнєвий етикет належить до умінь універсального характеру, оскільки потребує відповідної мовної, комунікативної та логічної підготовки. Людина реалізує це вміння протягом усього свого свідомого життя, оскільки мова постійно оновлюється. Професійний мовленнєвий етикет економіста складається з великої кількості етикетних формул, а його структуру зумовлюють такі основні елементи комунікативних ситуацій, як привітання, знайомство, прощання, побажання, прохання, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова тощо. Складовими професійного мовленнєвого етикету є умовні стереотипи спілкування, основою яких є бажання досягти порозуміння. Професійне мовлення майбутніх економістів має відрізнятися привітністю, ввічливістю, доброзичливістю, чемністю. Тобто, студенти-економісти повинні дотримуватись норм мовленнєвого етикету. Тому естетична цінність інформації, мовленнєвий етикет, що впливають на співрозмовника, повинні бути внутрішньою потребою студента – майбутнього економіста. Звичайно, у межах однієї статті важко висвітлити всі аспекти порушеної проблеми.

Подальшим перспективним напрямком може стати визначення лінгводидактичних особливостей засвоєння студентами-економістами етикетних формул, практична розробка тренувальних завдань та вправ на засвоєння норм мовленнєвого етикету та культури спілкування.

Список використаної літератури

- 1. Єрмоленко С.Я.** Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, О. Г. Тодор / За ред. С. Я. Єрмоленко. – К. : Либідь, 2001. – 224 с.
- 2. Чмут Т. К.** Етика ділового спілкування : навч. посіб. / Т. К. Чмут, Г. Л. Чайка. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Вікар, 2002. – 223 с.
- 3. Формановская Н. И.** Русский речевой этикет; лингвистический и методический аспекты. – М. : Русский язык, 1982. – 126 с.
- 4. Богдан С. К.** Мовний етикет українців : традиції і сучасність / С. К. Богдан. – К. : Рідна мова, 1998. – 475 с.
- 5. Плющ Н. П.** Формули ввічливості в системі

українського мовного етикету / Н. П. Плющ // Укр. мова і сучасність. – К., 1991. – С. 90 – 96.

Лихачова К. Засвоєння майбутніми економістами норм мовленнєвого етикету

У цій статті викладені теоретичні основи формування правильності мовлення майбутніх економістів. Описуються мовленнєві ситуації, під час яких майбутні економісти одночасно поетапно, свідомо й міцно засвоюють норми мовленнєвого етикету.

Ключові слова: мовленнєва ситуація, норми мови, мовленнєвий етикет, система одиниць мовленнєвого етикету.

Лихачева К. Усвоение будущими экономистами норм речевого этикета

В данной статье изложены теоретические основы формирования правильности речи будущих экономистов. Описываются речевые ситуации, во время которых будущие экономисты одновременно поэтапно, сознательно и крепко усваивают нормы речевого этикета.

Ключевые слова: речевая ситуация, нормы языка, речевой этикет, система единиц речевого этикета.

Lykhachova K. Mastering of Norms of Vocal Etiquette Future Economists

There are the expounded theoretical bases of forming of rightness of speech in the articles economists. Vocal situations during which future economists simultaneously stage-by-stage are described, consciously and firmly master the norms of vocal etiquette.

Key words: vocal situation, norms of language, vocal etiquette, system of units of vocal etiquette.

Стаття надійшла до редакції 03.09.2012 р.

Прийнято до друку 26.10.2012 р.

Рецензент – д. п. н., проф. Горошкіна О. М.