**Лекція 3**

***Спілкування як інструмент професійної діяльності***

**План**

1. Спілкування і комунікація.

2. Функції спілкування.

3. Види і форми спілкування.

4. Етапи спілкування.

5. Мова, мовлення і спілкування.

6. Невербальні засоби спілкування.

7. Гендерні аспекти спілкування.

8. Поняття ділового спілкування.

**Список використаних джерел:**

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. Київ: видвничий центр «Академія», 2004. С. 18-25, 26-50, 68-85.

2. Пасинок В. Г. Основи культури мовлення. Навч. посібн. Київ: видавництво «Центр учбової літератури», 2012. С. 17-40.

3. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. Київ: Алерта, 2013. C. 146-177.

*Чудова думка втрачає свою цінність, коли вона погано висловлена*

 Ф. Вольтер

**1.** **Спілкування і комунікація**

 *Успіхи людини в житті, її взаємини з іншими членами суспільства залежать від уміння спілкуватися.*

**Спілкування** - це складний процес встановлення та розвитку контактів між людьми, взаємодії особистостей, в основі якого лежить обмін думками, почуттями, волевиявленнями з метою інформування.

Отже, *спілкування* - це "цілеспрямований, соціально зумовлений процес обміну інформацією між людьми в різних сферах їхньої пізнавально-трудової та творчої діяльності, який реалізується переважно за допомоги вербальних засобів".

Спілкування зазвичай спрямоване на досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію професійної цілі. Воно є необхідною умовою будь-якої діяльності. Через спілкування відбувається навчання й виховання людини, засвоєння нею різних форм соціального досвіду, норм і правил поведінки, традицій і звичаїв.

Фахівці з проблем спілкування виокремлюють *професійне (ділове) спілкування*, що відбувається в умовах конкретної діяльності і є її засобом. Воно вбирає в себе особливості цієї діяльності і є її важливою частиною. Професійне спілкування, спираючись на загальні норми, часто має індивідуальний характер і виявляється у способах спілкування, що їх вибирає суб'єкт у певних комунікативних ситуаціях.

Спілкування відбувається за визначеними правилами і вимагає серйозної, ґрунтовної підготовки.

**Правила спілкування** - "рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу". Ці правила засвоюються у процесі навчання та шляхом наслідування й репрезентуються в спілкуванні автоматично.

Спілкування іноді *ототожнюють із комунікацією*, одначе вони не є синонімами. У сучасній лінгвістиці існує 100 дефініцій комунікації, що зумовлені різноманітністю її способів, специфікою мети передачі та способом адресованості інформації.

**Комунікація** - це цілеспрямований інформаційний обмін в різноманітних процесах спілкування.

Комунікація опосередковує всі види соціальної діяльності; акумулює суспільний досвід і передає його від покоління до покоління, є чинником етнічної ідентифікації, зберігає культуру. Поняття *"комунікація" ширше поняття "спілкування"*.

**2. Функції спілкування**

*Функції спілкування* (від лат. function - виконання, здійснення) - це зовнішній прояв властивостей спілкування, ті завдання, які воно виконує у процесі діяльності індивіда в соціумі.

Відомі *різні класифікації функцій спілкування*: одні науковці, виокремлюючи їх, розглядають спілкування в контексті його органічної єдності з життям суспільства в цілому та безпосередніми контактами людей, інші - як обмін інформацією, взаємодію та сприйняття людьми один одного, ще інші - з погляду мети спілкування. Узагальнюючи різні підходи до проблеми функцій спілкування, можна говорити про багатоаспектний характер цього феномену.

Відомий фахівець з теорії та практики спілкування *Ф. С. Бацевич* виокремлює такі функції спілкування:

 🏶контактну (створення атмосфери обопільної готовності передавати і сприймати інформацію та підтримувати зв'язок до завершення акту спілкування;

🏶 інформаційну (обмін інформацією, запитаннями і відповідями);

🏶 спонукальну (заохочення адресата до певних дій);

🏶координаційну (узгодження дій комун і канті в):

🏶пізнавальну (адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень);

🏶емотивну (обмін емоціями);

🏶 налагодження стосунків (розуміння свого місця в системі рольових, статус них, ділових, міжособистісних стосунків); регулятивну (залежно від мети, яку ставить перед собою адресант, він і організовує своє спілкування, дотримується певної стратегії й тактики).

Усі ці функції між собою тісно взаємодіють у процесі спілкування.

Професійне спілкування у сфері ділових взаємостосунків репрезентує й інші функції:

🏶 інструментальну (отримання і передавання інформації, необхідної для здійснення певної професійної дії, прийняття рішення);

🏶 інтегративну (засіб об'єднання ділових партнерів для спільного комунікативного процесу);

🏶 функцію самовираження (демонстрування особистісного інтелекту і потенціалу);

🏶трансляційну (передавання конкретних способів діяльності);

🏶 функцію соціального контролю (регламентування поведінки, а іноді (коли йдеться про комерційну таємницю) й мовної акції учасників ділової взаємодії);

🏶 функцію соціалізації (розвиток навичок культури ділового спілкування);

🏶 експресивну (намагання ділових партнерів передати і зрозуміти емоційні переживання один одного).

**3. *ВИДИ ТИПИ І ФОРМИ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ***

Основою поділу професійного спілкування на *види* є ступінь участі у ньому мови (мовного коду). За цією ознакою професійне спілкування поділяють на *вербальне і невербальне*.

**Вербальне**(лат. Verbum *– слово*) ***спілкування*** *– це усне, словесне спілкування, учасники якого обмінюються висловлюваннями щодо предмета спілкування.*

Залежно від комунікативної ситуації використовують *розмовну мову* (у повсякденному спілкуванні), *літературну мову* (опрацьована майстрами слова природна мова, яка є мовним еталоном народу), *писемну мову* (фіксування на певних носіях – папері тощо – інформації і прочитання написаного), *усну мову* (артикуляційне відтворення інформації та сприйняття її на слух).

Залежно від позицій учасників комунікативного процесу вербальне спілкування поділяють на *пряме* і *непряме.*

**Пряме вербальне спілкування** здійснюється шляхом усного контакту між учасниками спілкування. Інформація передається за допомогою мовних знаків та інтонаційних засобів. Пряме вербальне спілкування охоплює елементи невербального (жести, міміку, пози тощо).

*Форми прямого вербального спілкування*:

– індивідуальне монологічне (передача відправником усної інформації реципієнту без зворотного зв’язку);

– індивідуальне діалогічне (передбачає зворотний зв’язок між відправником і реципієнтом);

– групове монологічне (учасниками комунікації є троє і більше осіб. Наприклад, публічний виступ керівника перед колективом (лекція, доповідь));

– групове діалогічне (колективне обговорення проблем, ситуацій, пропозицій на ділових нарадах, засіданнях тощо).

**Непряме вербальне спілкування** полягає у відсутності безпосереднього контакту між учасниками. Інформація, що передається, позбавлена емоційного наповнення і не супроводжується невербальними засобами спілкування.

*Форми непрямого вербального спілкування*:

– письмова (інформація передається від відправника до реципієнта у формі відповідного документа, в якому зафіксовані атрибути ділових контактів);

– використання технічних засобів (телефонний зв’язок, електронна пошта, факсимільна техніка тощо).

**Невербальне спілкування** *– це обмін інформацією між людьми за допомогою комунікативних елементів (жестів, міміки, виразу очей, постави та ін.), які разом із засобами мови забезпечують створення, передавання і сприйняття повідомлень.*

Формами невербального спілкування є міміка, постава, жести, умовні сигнали.

***Види і форми спілкування***

Багатоманітність функцій спілкування, беззаперечно, породжує значну кількість його видів. Враховуючи багатоаспектний характер спілкування, класифікувати його види можна *за такими ознаками*:

1. За участю чи неучастю мовних засобів, *вербальне (словесне)* і *невербальне* (міміка, жести, постава тощо), комбіноване.

2. За формою представлення мовних засобів: *усне, письмове, друковане*.

3. За темою: *політичне, наукове, релігійне, філософське, навчально-педагогічне, виховне, побутове*.

4. За метою: *ділове і розважальне*.

5. За кількістю учасників: *внутрішнє* (комунікант спілкується сам із собою), *міжособистісне* (спілкуються двоє), *групове* (3-5 учасників), *публічне* (20 і більше), *масове* (спрямоване не на певного індивіда, а на великі маси людей і найчастіше здійснюється за допомоги засобів масової комунікації).

6. За характером: *опосередковане* і *безпосереднє*, *діалогічне*, *монологічне* і *полілогічне*.

7. За мірою офіційності: *офіційне (рольове)* передбачає стосунки, що опосередковуються соціальними професійними ролями (начальник - підлеглий, викладач - студент, колега - колега) і *неофіційне* *(приватне)* (спілкування друзів, приятелів тощо).

8. За тривалістю: *постійне* (у колективі, у сім'ї), *періодичне* (кількаразові зустрічі), *короткотривале* (у транспорті, у черзі), *довготривале* (із друзями).

9. За свободою вибору партнера: *ініціативне спілкування* (співрозмовники мають змогу вибирати своїх партнерів, уникати спілкування з неприємними людьми) і *вимушене спілкування* (особа спілкується незалежно від своїх бажань) - розмова з керівником.

10. За соціальними чинниками: *особистісно зорієнтоване* (встановлення особистісних стосунків, насамперед товариських) і *соціально зорієнтоване* (встановлення статусних, рольових стосунків - лікар - пацієнт).

11. За результативністю спільної взаємодії та досягнутим ефектом: *необхідне* (міжособистісні контакти, без яких спільна діяльність практично неможлива); *бажане* (міжособистісні контакти, що сприяють успішному вирішенню професійних, виробничих проблем); *нейтральне* (міжособистісні контакти не заважають, але й не сприяють розв'язанню проблеми); *небажане* (міжособистісні контакти, які заважають досягненню мети спільної взаємодії).

12. За додержанням норм - *нормативне* (відповідно до літературних норм); *ненормативне* (порушуючи нормативні норми); *етикетне* і *неетикетне*.

За різними ознаками класифікують науковці й *форми спілкування*. Ми скористаємося тією класифікацією, в основу якої *покладено організаційний аспект професійної взаємодії*. Згідно з цією класифікацією виокремлюють ***такі*** ***форми спілкування***: ^ індивідуальні й групові бесіди; телефонні розмови; ^ наради; ^ конференції; ^ збори; ^ дискусії; ^ полеміка.

*Ф. С. Бацевич* у підручнику ***"Основи комунікативної лінгвістики"*** подає класифікацію мовного спілкування за такими критеріями:

🏶залежно від форм втілення мовних засобів - зовнішнє спілкування (усне, писемне), внутрішнє (діалог людини із собою):

🏶за способом взаємодії між комунікантами: монологічне, діалогічне, полілогічне;

🏶з урахування специфіки каналів спілкування - мовлення безпосереднього спілкування (обличчям до обличчя); мовлення опосередкованого спілкування (записки, друкована продукція, телефон, радіо, телебачення, Інтернет тощо);

🏶 залежно від функції та змісту повідомлення - побутове, наукове, офіційно-ділове, естетичне.

🏶 за способом організації - стихійне (випадкова зустріч) і організоване (збори, мітинги, конференції тощо);

🏶за сферами спілкування або стосунками комунікантів - дружне (розмова друзів, добрих знайомих, закоханих тощо); антагоністичне (спілкування ворогів, людей, які сваряться); офіційне (рольове).

Усі названі форми спілкування різняться мовними засобами, мають стильову специфіку.

**4. Етапи спілкування**

*Будь-який акт спілкування складається з кількох етапів:*

**1. Ретельна підготовка до спілкування.** *Цей етап передбачає:*

🏶складання плану майбутнього акту спілкування;

🏶збирання матеріалів з предмета спілкування та їх систематизація;

🏶умотивування аргументів на користь своєї позиції та контраргументів іншої сторони;

🏶обгрунтування свого варіанта рішення та розгляд реакції співрозмовника.

**2. Орієнтація в ситуації і встановлення контакту, тобто початок спілкування**

*На цьому етапі важливо:*

🏶дбати про створення доброзичливої атмосфери спілкування (доцільно поговорити про спільні інтереси, сказати щось приємне співрозмовникові);

🏶 не протиставляти себе співрозмовникові;

🏶 демонструвати повагу й увагу до співрозмовника (доброзичливий погляд і усмішка допоможуть установити контакт);

🏶 уникати критики, зверхності та негативних оцінювань.

**3. Обговорення питання (проблеми).** *На цьому етапі доцільно дотримуватися таких правил:*

🏶лаконічно й дохідливо викладати свою інформацію;

🏶уважно вислуховувати співрозмовника і намагатися адекватно сприймати те, про що він говорить;

🏶пам'ятати, що спілкуванню характерний діалоговий характер;

🏶 аргументувати свою позицію: наводити переконливі докази. *Аргументування* - це важливий спосіб переконання за допомоги вмотивованих, обгрунтованих логічних доказів.

**4. Прийняття рішення.** *Щоби прийняти правильне рішення, варто:*

**🏶**запропонувати кілька варіантів вирішення проблеми;

🏶уважно вислухати аргументи співрозмовника щодо можливого рішення;

🏶визначити за настроєм співрозмовника момент для закінчення зустрічі й запропонувати кращий варіант прийняття рішення;

🏶 не виказувати ні найменшої роздратованості, навіть якщо мети не було досягнуто, триматися впевнено.

**5. Вихід із контакту.** Ініціатива завершення розмови за статусної несиметричності спілкувальників має належати особі жіночої статі, людині, старшій за віком, вищій за соціальним становищем. Наприкінці спілкування треба підсумувати результати зустрічі, попрощатися і висловити надію на подальші взаємини і спільну діяльність. *Мета професійного спілкування* - регулювання ділових стосунків у виробничо-професійній діяльності через розв'язання професійних завдань.

Успіх професійного спілкування залежить від:

🏶 мовця як особистості з індивідуальними ознаками;

 🏶його знання сучасної української літературної мови як основи мови професійного спілкування.

🏶уміння ефективно застосовувати ці знання залежно від мети, ситуації спілкування.

Щоб правильно спілкуватися і досягти мети спілкування, комунікант має володіти комунікативною професійно орієнтованою компетенцією.

**5. Мова, мовлення і спілкування**

Основним універсальним засобом спілкування людей, висловлення їх думок, почуттів *є мова* (усна і письмова).

За допомогою мови ми здобуваємо знання, зберігаємо їх у нашій пам'яті, передаємо їх іншим.

*Вчені виділяють такі функції мови у спілкуванні:*

🏶засіб існування, передавання і засвоєння суспільно-історичного досвіду;

🏶 засіб інтелектуальної діяльності (сприйняття, мислення, уява);

🏶 універсальний засіб передачі інформації, тобто слова, словосполучення, речення, тексти є вербальними засобами передачі інформації. *Вербальні засоби* - найважливіші компоненти спілкування, оскільки вони головні носії повідомлень.

*Мова є найкоштовнішим скарбом людей*

Гесіод

Формою існування мови є *мовлення*.

***Мовлення*** - це реалізація мови людьми в процесі спілкування, тобто процес реалізації мовної діяльності. Мовець використовує засоби спілкування (звуки, слова та їхні форми, сталі звороти, моделі речень, тексти) для передавання певного змісту, до якого можуть входити, крім думок, почуття і волевиявлення.

Отже, мова, спілкування і мовлення взаємопов'язані. Мовлення неможливе без мови, а мова створена для того, щоб здійснювати процес спілкування.

Мова є спільною для всіх, хто нею послуговується, а мовлення завжди індивідуальне, оскільки мовні засоби кожен з нас застосовує, добирає по-своєму.

Розвиток і збагачення мови відбувається у процесі спілкування. Якщо мовленнєва діяльність засобами певної мови припиняється, мова стає мертвою. Мова живе тільки у мовленні й спілкуванні.

Вивчення мови, збагачення пам'яті різноманітними засобами і способами вираження думок сприяють розвиткові мовлення. Не менш важливе значення має також систематичне й цілеспрямоване практикування в мовленні - спілкування рідною мовою під час виконання своїх професійних обов'язків, оскільки вміння і навички виробляються лише в процесі спілкування.

Отже, ***мова*** - це система засобів спілкування, мовлення - вибір цих засобів у процесі спілкування, спілкування - процес обміну інформацією за допомоги мови, тобто мовленнєва діяльність.

*Щоб бути зразковим, фахове мовлення має характеризуватися такими найважливішими ознаками:*

🏶 змістовністю (розкриття суті висловлювання);

🏶логічністю (послідовне викладення думки);

🏶точністю (відбір мовних засобів, що найбільше відповідають висловлюваному змісту);

🏶правильністю (дотримання норм літературної мови);

🏶доречністю та доцільністю (використання мовних засобів відповідно до мети висловлювання та умов спілкування);

🏶емоційністю (збудження почуттів).

Отже, високу культуру фахового мовлення людини визначає досконале володіння літературною мовою, її нормами в процесі спілкування.

**6. Невербальні засоби спілкування**

*Мовлення* - не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією й за допомоги інших засобів - *жестів, міміки, погляду, пози, рухів тіла*, які часто поєднуються в різних комбінаціях. Усе це невербальні (несловесні) засоби.

*Невербальні засоби спілкування* - це система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми.

Один з найвідоміших фахівців з питань спілкування *А. Піз* стверджує, що за допомоги слів передається всього 7% інформації, тоді як звуковими засобами - 38%, а за допомоги міміки, жестів і поз - 55 %. Без сумніву, вербальні і невербальні засоби спілкування потрібно інтерпретувати не ізольовано, а в єдності, оскільки вони підсилюють взаємодію між співбесідниками. Між вербальними і невербальними засобами спілкування наявний своєрідний розподіл функцій: словесними передається чиста інформація, а невербальними - ставлення до партнера. Бажано розвивати вміння читати (розуміти) невербальні сигнали, оскільки вони здебільшого спонтанні, несвідомі, а тому щирі. Вміння користуватися ними сприяє формуванню культури спілкування.

На думку американських вчених, для формування першого враження від співрозмовника важливими є перші чотири хвилини зустрічі, а деякі вважають, що досить і двох хвилин.

*Кінетичні невербальні засоби є найважливішими у спілкуванні*. Серед них важлива роль відводиться *міміці.*

***Міміка*** - це експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрій людини в певний момент часу.

Міміка репрезентує *шість* основних емоційних станів: гнів, радість, страх, страждання, подив і презирство. *В. А. Лабунська* розробила схему мімічних кодів емоційних станів.

З мімікою тісно пов'язаний візуальний контакт, тобто *погляд*, що становить важливу частину спілкування. Розрізняють *діловий, світський та інтимний погляди* залежно від локалізованої спрямованості на співрозмовника.

Погляд, спрямований у трикутник, вершиною якого є точка посередині чола, а основою - лінія між очима, ***є діловим***. Він не опускається нижче очей. Якщо погляд фіксується нижче лінії очей - то це ***соціальний погляд***. ***Інтимний погляд*** спрямовується в трикутник між очима і грудьми.

Погляд має завжди відповідати типові спілкувальної ситуації. Неабияке значення у спілкуванні відіграють ***жести***.

*Жести* - це виражальні рухи рук, що передають внутрішній стан людини.

***За функціональним призначенням і природою вирізняють такі їх види:***

1. *Ритмічні жести* дублюють інтонацію, виокремлюють певні частини висловлювання, підкреслюють логічний наголос, сповільнення чи прискорення темпу мовлення.

2. *Емоційні жести* передають найрізноманітніші відтінки почуттів: подив, радість, захоплення, ненависть, роздратування, розчарування.

3. *Вказівні жести* виконують функцію виділення якогось предмета серед однорідних. З цією метою послуговуються рухами пальців, кисті, цілої руки. *Показувати пальцем на людей неввічливо.*

4. *Зображувальними жестами* відтворюють предмети, тварин, інших людей (їхню форму, рухи, розміри). Ними користуються в тих випадках, коли не вистачає слів чи необхідно підсилити враження і вплинути на слухача наочно.

5. *Жести-символи* інформують про певні дії, властивості, наміри тощо. Такі жести не мають нічого спільного з діями, про які вони сигналізують. *Наприклад*, піднесена рука з випрямленими пальцями - "прошу слова". *До жестів-символів належать* умовні жести вітання, прощання, заклик до мовлення, передчуття приємного.

***Наведемо поширені жести і їх тлумачення:***

🏶пальці рук зціплені - знак розчарування і бажання співрозмовника приховати своє негативне ставлення; прикривання рота рукою - слухач розуміє, що ви говорите неправду;

🏶почухування і потирання вуха - співрозмовник наслухався і хоче висловитися;

🏶потирання скронь, підборіддя, прикривання обличчя руками -особа не налаштована розмовляти в цей момент;

🏶людина відводить очі - підтвердження того, що вона щось приховує;

🏶схрещення рук на грудях - людина нервує, краще розмову закінчити чи перейти на іншу тему;

🏶схрещення рук і тримання пальців у кулаці - людина налаштована вкрай вороже;

🏶відтягування комірця - людина гнівається або дуже схвильована:

🏶вказівний палець спрямований прямовисно до скроні, а великий підтримує підборіддя - негативне або критичне ставлення до почутого;

🏶руки за головою - впевненість, перевага над співрозмовником;

🏶 потирання ока - людина говорить неправду;

🏶тримання рук за спиною - впевненість у собі.

***Поза*** теж має комунікативний сенс і репрезентує не тільки душевний стан людини, але й її наміри, налаштованість на розмову.

***Поза*** - це мимовільна або зумисна постава тіла, яку приймає людина. Вирізняють *"закриті" й "відкриті"* пози. Відомо, що людина, зацікавлена в спілкуванні, буде орієнтуватися на співрозмовника, нахилятиметься в його сторону, повернеться до нього всім тілом, а якщо не хоче його слухати - то відійде назад, стоятиме напівобернувшись. Людина, яка хоче заявити про себе, буде стояти прямо і вся буде напружена, якщо не потрібно підкреслювати свій статус - займе спокійну невимушену позу.

І насамкінець, ***хода людини***, тобто стиль пересування, теж належить до важливих невербальних засобів спілкування. За ходою можна впізнати емоційний стан співрозмовника - гнів, страждання, гордість, щастя.

Хода тяжка, коли людина гнівається, легка - радіє, в'яла, пригнічена - страждає. Найбільша довжина кроку, коли людина почувається гордо.

Окрему систему становлять ***ритміко-інтонаційні невербальні засоби***: інтонація, гучність, темп, тембр, тональність. *Радість і недовіра* зазвичай передаються високим голосом, *гнів і страх* - також досить високим голосом, але в більш широкому діапазоні тональності, сили і висоти звуків. *Горе, сум, втому* передають м'яким і приглушеним голосом.

*Темп мовлення* теж відтворює певний стан людини: швидкий - переживання і стривоженість; повільний - пригнічення, горе, зарозумілість чи втому.

До *такесичних засобів спілкування* відносять і динамічні дотики у формі потиску руки, поплескування по плечах, поцілунку. Доведено, що динамічні дотики є не лише сентиментальною дрібницею спілкування, а й біологічно необхідним засобом стимуляції. Вони зумовлені багатьма чинниками: професійним статусом партнерів, віком, статтю, характером їх знайомства.

Такий такесичний засіб як *поплескування по плечу* можливий за умови близьких стосунків партнерів спілкування.

*Потиск руки* може бути трьох типів: домінантним (рука зверху, долоня розвернута вниз), покірним (рука знизу, долоня розвернута вверх) та рівноправним.

***Екстралінгвістична система*** - це наявність під час спілкування пауз, а також різних вкраплень уголос - сміху, плачу, покашлювання, зітхання. Ці засоби доповнюють словесні висловлювання.

*Спілкування завжди просторово організоване. Американський антрополог* Б. Холл *увів термін "проксеміка", що означає "близькість". Вчені виокремлюють чотири дистанції між учасниками спілку вального акту:*

🏶інтимна (від 0 до 45 см) - спілкування з дітьми, дружиною, коханими, коханими, найближчими друзями;

🏶особиста (від 45 до 120 см) - спілкування під час зустрічей, на вечірках, у кулуарах конференцій тощо;

🏶соціальна (суспільна) (від 120 до 400 см) - міжособистісне спілкування з малознайомими людьми;

🏶 громадська (відкрита) (від 400 до 750 см) виступ лектора перед аудиторією.

*Проксеміка* - це не тільки відстань між спілкувальниками, а й конфігурація, яку вони творять. Якщо спілкувальники сидять навпроти, вони частіше конфліктують. За звичайної розмови доцільно розташовуватися під кутом один до одного. Під час ділової зустрічі сідають з одної сторони столу. Незалежна позиція визначається у розташуванні по діагоналі.

**7. Гендерні аспекти спілкування**

Однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики є дослідження комунікативної взаємодії індивідів (жінка-чоловік) у співвідношенні з параметрами мови. Гендерний статус учасників спілкування впливає не лише на стратегію і тактику мовленнєвого спілкування, а й на його тональність, стиль, характер.

*Гендерні пошуки у лінгвістиці зводяться до таких підходів:*

🟓 маніфестація гендеру в стилі спілкування;

🟓виявлення особливостей мовлення чоловіків та жінок - мовні гендерні стереотипи;

🟓вираження гендеру на різних мовних рівнях: морфологічному, лексичному та текстуальному;

🟓тендер і традиції мовленнєвого етикету.

Як стверджують психологи, лінгвісти, стиль спілкування жінок і чоловіків найяскравіше репрезентується в діловій та професійній сфері. *Чоловічий стиль спілкування зорієнтований на систему домінування*: чоловікам притаманна завищена самооцінка, самовпевненість, зосередженість на завданні, схильність до стереотипів у спілкуванні. Такий стиль називають *авторитарним*. Для чоловіків найважливішою є інформація, результат, факти, цифри, для них тільки одна відповідь правильна (переважно це - власна думка).

*Жінки* репрезентують *демократичний стиль спілкування*: колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, що сприяє зростання ініціативності співрозмовників, кількості нестандартних творчих рішень.

Для чоловіків характерним є виокремлення свого "Я", а для жінок - актуалізація "Ми" в налагодженні професійних ділових контактів.

Типовою рисою *жіночої вербальної поведінки* є прагнення створити доброзичливу атмосферу спілкування, уникати засобів, що можуть образити співрозмовника, демонструвати загальну позитивну налаштованість. Щодо *чоловічої вербальної поведінки*, то вона демонструє загальний негативний настрій комуніканта, зосередження на своїх власних проблемах, небажання враховувати інтереси співрозмовників.

Однією з проблем дослідження особливостей вияву людського чинника в мові є встановлення лексико-стилістичних засобів і способів їх транслювання залежно від статі комунікантів. У цьому сенсі слід наголосити на вживанні лексичних одиниць із семантичною функцією кваліфікації ступеня вияву ознаки. Для зображення вербальної поведінки жінок типовим є підсилення ступеня вияву певної ознаки шляхом таких інтенсифікаторів: *дуже, надто, надзвичайно, вельми, сильно, страх (як), здорово, не на жарт, ой! ох! аж он як*, тощо.

Отже, жінки схильні перебільшувати вияв ознаки, а чоловіки - вживати вульгаризми, грубі й лайливі слова для висловлення сильно негативних емоцій. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (мабуть, напевне, певно, очевидно, либонь), а чоловіки демонструють свою незаперечну переконаність (я глибоко переконаний, ясна (звісна) річ, що й казати, зрозуміло). Бажання чоловіків показати у спілкуванні з жінками високий рівень ерудиції спонукає їх до вживання професійної лексики.

Гендерні особливості спілкування виразно виявляються в етикетному спілкуванні. Під час розмови жінки зазвичай відверто дивляться у вічі співрозмовника, чоловіки ж частіше уникають прямого погляду. Жінки здебільшого починають і підтримують розмову, а чоловіки контролюють і керують перебігом її. Жінки частіше ніж чоловіки просять вибачення, докладно щось пояснюють.

У етикетних ситуаціях знайомства чи прощання домінує чоловіче мовлення, що виявляється у компліментах та цілуванні руки жінки.

Запропоновані висновки про гендерні аспекти спілкування не претендують на вичерпність, універсальність, але заслуговують на увагу для подальших серйозних студій цієї проблеми.

**8. Поняття ділового спілкування**

Сфери професійних стосунків, спілкування, комунікації належать до фундаментальних вимірів людського світу. Особливої гостроти ці проблеми набувають в умовах глобалізаційних процесів, коли вельми поціновуються уміння спілкуватися, результативно вирішувати професійні проблеми, трансльовані в ту чи іншу "фахову справу". Інтереси справи, а не конкретних співрозмовників, переважають в діловому спілкуванні.

***Ділове спілкування*** - це цілеспрямований процес обміну інформацією, що переслідує конкретну мету.

*Метою ділового спілкування є* організація, регулювання, оптимізація професійної, наукової, комерційної чи іншої діяльності. В основі ділового спілкування лежить рух до успіху суб'єктів його. Воно концентрує в собі все те, що сприяє згуртованості, комунікативному співробітництву учасників спілкування та прояву індивідуальної ініціативи.

***Ділове спілкування*** - це двосторонній процес, що репрезентує спільну мовленнєву діяльність, особливу форму контактів його суб'єктів, які представляють певну організацію, установу, компанію тощо.

*Шляхом зіставлення ділового спілкування як специфічної форми взаємодії і спілкування в цілому як загального виявлено такі його особливості:*

🟓наявність певного офіційного статусу об'єктів;

🟓спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку стосунків між представниками взасмозацікавлених установ;

🟓регламентованість, тобто підпорядкованість загальноприйнятим правилам і обмеженням;

🟓передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст, можливі наслідки;

🟓творчий характер взаємин, спрямованість їх на розв'язання конкретних ділових проблем, досягнення мети;

🟓взаємоузгодженість рішень та подальша організація співпраці партнерів;

🟓взаємодія економічних інтересів і соціальне регулювання здійснюється у правових межах. Ідеальний результат таких взаємин - це партнерські стосунки, що ґрунтуються на обопільній повазі й довірі;

🟓значущість кожного партнера як особистості;

🟓 безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що хвилюють їх внутрішній світ.

***Ділове спілкування*** - це будь-яка професійна комунікативна діяльність (головно-мовленнєва), репрезентована сферою, яка дає відповідь на чотири запитання:

🟓задля якої мети ми це говоримо?

🟓 що ми хочемо сказати?

🟓 за допомоги яких мовних засобів ми це робимо?

🟓 яка реакція на наше мовлення?

Ділове спілкування проникає в усі сфери суспільного життя. Компетентність у сфері ділового спілкування безпосередньо пов'язана з успіхом чи неуспіхом в будь-якій справі.

Види презентацій:

***Презентація із сценарієм*** – це традиційна презентація із слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор. Використання анімаційного тексту в поєднанні з анімаційними діаграмами, графіками та ілюстраціями дає змогу зосередити увагу слухачів на основних положеннях і сприяє кращому запам’ятовуванню інформації. Озвучує матеріал, як правило, сам ведучий.

***Інтерактивна презентація*** – це діалог користувача з комп’ютером. Користувач приймає рішення, який матеріал для нього важливий, і здійснює вибір на екрані потрібного об’єкта за допомогою миші або натисненням на клавіші. В цьому випадку видається інформація, на яку є запит. Інтерактивна презентація дає змогу здійснювати пошук інформації, заглиблюючись в неї настільки, наскільки це було передбачено розробником презентації.

Для інтерактивної презентації характерним є закладена в ній властивість захоплювати користувача і підтримувати в ньому зацікавленість матеріалом.

***Автоматична презентація*** – це закінчений інформаційний продукт. Його можна перенести на відеоплівку, дискету, компакт-диск і розіслати потенційним споживачам, щоб дістати уявлення про їхню зацікавленість.

Типи презентацій:

Торгові презентації використовуються торговими агентами під час укладання угоди. Вони дають змогу за короткий час подати всю інформацію про товар, значно заощадивши час. Такі прпезентації дають змогу роз’яснити основні положення і переваги, які здобуває покупець. У торгових презентаціях можуть використовуватись всі види презентацій.

Маркетингові презентації використовуються при підготовці умов для майбутніх торгових презентацій. Їх застосовують для широкої аудиторії (проводяться на виставках-ярмарках або в офісі покупця), для навчання агентів з продажу. У маркетингових презентаціях можуть використовуватись всі види презентацій.

Навчальні презентації призначені для допомоги викладачу забезпечити зручне і наочне подання навчального матеріалу.

Навчальні презентації поділяються на такі ***види***:

- презентації-семінари;

- презентації для самоосвіти;

- презентації-порадники;

- презентації для клієнтів корпорацій.

У навчальних презентаціях можуть використовуватись всі види презентацій.

Корпоративні презентації призначені для доведення інформації до акціонерів корпорації. Корпоративні об’єднання використовують також глобальну мережу Internet, що дає змогу дістати доступ до гіпертекстової гіпермедійної системми World Wide Web (WWW).

Корпоративні презентації поділяються на ***такі типи***:

- для акціонерів;

- щорічні звіти;

- електронні журнали;

- для служб, зайнятих роботою з персоналом;

- з питань інвестицій і фінансування.

У *маркетингових презентаціях* можуть використовуватись всі види презентацій.