

# ЛЕКЦІЯ 15. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

## План

1. Культура спілкування як цінність і творчість.
2. Наслідування кращих зразків спілкування - перший шлях самовдосконалення.
3. Самоосвіта та самовиховання - другий шлях підвищення рівня культури спілкування.
4. Спеціально організоване навчання - третій шлях розвитку культури спілкування.

### 1. Культура спілкування як цінність і творчість.

Вступаючи в спілкування, люди так чи інакше «налаштовуються» на взаємодію один з одним. Кожен бодай приблизно уявляє, що і як він скаже чи зробить, яка буде реакція інших на це, його власна реакція на цю реакцію тощо. Уявлення такого роду утворюють індивідуальний сценарій спілкування.

В основі індивідуальних сценаріїв лежать окремі типові культурні сценарії спілкування. Серед них є і сценарії, які визначають способи, завдання, форми спілкування, запроваджені у якійсь групі або культурі, і сценарії більш загального типу, відображені у загальнокультурних нормах і правилах спілкування. Такого роду загальнокультурні сценарії представляють собою те, що називають культурою спілкування.

Два аспекти культури спілкування. У культурі спілкування є два взаємопов'язаних аспекти:

зовнішній, ритуальний, «етикетний»

внутрішній, соціально-психологічний.

Ритуальний, «етикетний» аспект культури спілкування називають «зовнішньою культурою». Вона відображується у виконанні загальноприйнятих ритуалів спілкування, правил етикету, диктуючих, що і як належить робити під час спілкування. Характер цих відношень утворює другий, більш глибокий прошарок культури спілкування — її соціально-психологічний аспект («внутрішня культура»).

Існують окремі загальні норми людських відношень, що склалися історично і стали загальноприйнятими у сучасному суспільстві. Вони не завжди і не усіма у дійсності виконуються, але поведінка у відповідності з ними вважається бажаною і очікується від людей. До основних норм «внутрішньої культури» відносяться наступні вимоги:

1) Чини (дій) у відношенні до інших так, як ти би хотів щоб вони діяли у відношенні до тебе. Це так зване «золоте правило моральності».

Відомо, що до надбань філософії І. Канта слід відносити також його етичні, естетичні та соціологічні ідеї. У сфері моралі, Кант виходив із визначення вихідної рівності всіх людських розумів як суверенного чинника свідомого вибору поведінки. З такої рівності випливає, що кожен окремий розум у прийнятті рішень повинен діяти як загальний розум. На цій основі формулюється кантівський «категоричний імператив» («остаточне повеління»): «Чини завжди так, щоб максима (тобто вираз у формі принципу) твоєї волі могла мати також і силу всезагального закону»[4, с. 88]. Це означає, що людина, обираючи певний тип поведінки припускає можливість такої ж поведінки для будь-кого.

2) Виконуй свої обіцянки, домовленості і зобов'язання. Давні римляни сформулювали цю вимогу у вигляді принципу: «Домовленості мають виконуватися» (у 483 р. на Карфагенському соборі даний принцип був покладений в основу міжнародного права). Якби люди не притримувалися цього принципу, то будь-яка обіцянка, домовленість, зобов'язання взагалі б втратили сенс. Поведінка людей була б зовсім непередбачувана, і ніяких бодай відносно стійких відношень між: ними не існувало би[4, с. 89].

3) Будь добродійним, намагайся в міру можливості робити добро людям, виконувати їх прохання. Ми звично думаємо, що людина, з якою ми вступили в спілкування, буде діяти таким же чином.

Культура притаманна всім спільнотам і кожній людині зокрема і розглядається насамперед як духовний зміст історичного розвитку людства у різноманітних проявах. У ній відтворюється історія людства в її потенційності і

вільному розкритті людських сутнісних сил. Феномен культури охоплює всі сфери суспільного життя, присутній у всіх його проявах.

Спеціалісти розглядають культуру у двох напрямках: один у контексті особистісного становлення людини, другий — як спосіб її діяльності. Саме культура створює те поле і спосіб спілкування, в якому формується кожне окреме суспільство зі своєю внутрішньою структурою і завдяки чому воно відрізняється від усіх інших. Таким чином, культура спілкування є складовою частиною культури людини загалом. Вона, як і будь-яка інша культура, містить у собі певну суму знань, у цьому контексті — про спілкування.

Слово "культура" (в перекладі з латини — вирощування, виховання, освіта, розвиток, шанування) означає історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини. Кожна епоха розвитку людини характеризується певним типом культури. Так само характеризується кожна сфера життя та діяльності людини.

**Культура** — це складна цілісність, яка включає в себе знання, вірування, мистецтво, мораль, закони, звичаї, здібності і звички, що набуваються і досягаються людиною як членом суспільства. Таке найбільш вдале визначення цього терміна дав англійський етнограф Е. Тейлор. "Великий тлумачний словник сучасної української мови" розглядає культуру як сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством протягом його історії. Коли культура вказує на те, як і що ми повинні робити або не робити, говорять, що вона нормативна, тобто така, що дає зразки необхідної поведінки. Якщо якісь норми стають незручними, то люди намагаються змінити їх відповідно до нових умов життя. Одні норми, наприклад, норми етикету, повсякденної поведінки можуть змінюватися легко, інші — державні закони, релігійні традиції — змінюються дуже важко. Приклад тому — економічні та політичні реформи у країні.

Наприкінці минулого століття цим поняттям почали активно користуватися дослідники з управління та менеджери, визначаючи ним загальний клімат в організації і характерні методи роботи з людьми, а також проголошені цінності та її кредо. Проте тільки останніми роками організаційну

(пізніше корпоративну) культуру почали визнавати одним з основних показників, необхідних для правильного розуміння й управління організаційним процесом. Поняття культури стає одним з базових понять у менеджменті.

Культура як засіб ціннісного сприймання дійсності відбивається у практичній діяльності людей — і внутрішній, і зовнішній. У процесі внутрішньої діяльності формуються мотиви, ціннісні орієнтації, визначаються технології майбутніх дій. Усе це потім виявляється у зовнішній діяльності людини. Тому іноді термін "культура" використовується у вузькому розумінні слова — як визначення її духовного значення для людини, тобто етичних норм і правил, звичаїв і традицій, що є значущими для неї.

## **2. Наслідування кращих зразків спілкування - перший шлях самовдосконалення.**

В управлінському спілкуванні важливим є психологічний механізм *наслідування* — повторення і відтворення однією людиною вчинків, жестів, манер, інтонацій іншої людини, а також копіювання певних рис її характеру і стилю життя.

Наслідування буває свідомим і неусвідомленим. Підлеглі можуть свідомо наслідувати професійні навички, ефективні способи спілкування й діяльності керівника, раціональні прийоми виконання трудових операцій колег по роботі — все те, що здається правильним і корисним. Таке наслідування внутрішньо вмотивоване. Але значно частіше людина наслідує і привласнює чужі зразки поведінки несвідомо. Так формуються навички діяльності, духовні цінності — смаки, нахили, манери поведінки й спілкування. Механізм наслідування у дорослих людей пов'язаний із критичністю їх мислення. Як і будь-який інший спосіб впливу, його розглядають із позицій зворотного зв'язку, зворотного руху інформації.

Наслідування відбувається на рівні конкретних осіб ("керівник — підлеглий") або на рівні норм поведінки, традицій, культури групи, організації.

Діяльність керівника передбачає і публічні виступи (лекції, мітинги,

конференції тощо), де він може скористатися і механізмом *емоційного зараження* — особливим видом психологічного впливу на особистість у процесі спілкування й взаємодії, який здійснюється не через свідомість та інтелект, а через передавання психічного настрою, емоційну сферу людини.

У процесі зараження важлива єдність оцінок та установок людей. Стимулом, який впливає на спільність оцінок, що передують зараженню, є, наприклад, оплески слухачів. Від загального рівня розвитку людей, їхньої самосвідомості залежатиме міра зараження аудиторії. Чим вищий рівень розвитку суспільства і кожного індивіда, тим критичнішим є ставлення людей до автоматичних спонук, а отже — і слабшим емоційне зараження.

Ефективність будь-якого способу психологічного впливу керівника на підлеглих залежить від таких чинників:

1. Знання керівником особливостей партнера по спілкуванню (культурно-освітні, національні, вікові, психологічні та професійні якості). На їх підставі у процесі обміну інформацією враховують рівень професіоналізму співрозмовника, загальний рівень інтелекту, обсяг його інформаційного фонду.

2. Досконале знання змісту, предмета того, про що йтиметься.

3. Уміння керівника об'єктивно оцінювати свої особистісно-ділові якості, компетентність щодо винесених для обговорення проблем. Завищеність (як і заниженість) самооцінки створюють додаткові труднощі керівнику в досягненні мети. Залежно від особливостей розмови слід обирати тон спілкування, а знаючи власні примхи, стежити, щоб вони не вплинули на об'єктивність оцінки почутого у відповідь.

4. Володіння керівником технологічним інструментарієм риторики (теорії красномовства), який зводиться до таких положень: — доступно й логічно викладати свої думки; — слухати і чути того, хто говорить, пам'ятаючи, що багато людей чують те, що прагнуть чути (слова, інформація сприймаються суб'єктивно). Крім того, слід знати, що слухати означає напружувати орган слуху, а чути — напружувати мозок, концентруючи увагу на словах співрозмовника. Одночасно можна слухати й не чути, оскільки свідомість може бути зайнята іншими проблемами;

— викладати свої думки чітко й коротко. Не слід говорити швидше, ніж більшість людей, адже співрозмовник повинен встигнути осмислити інформацію. Ефект розмови визначається не кількістю висловлених, а кількістю засвоєних ідей. Викладаючи свою точку зору, керівник повинен стежити, наскільки задіяний до спілкування співрозмовник;— сміливо захищати свої погляди;

— прислухатися до поглядів іншої сторони, не вести мову лише про те, що цікавить одну сторону спілкування;

— ілюструвати ключові моменти, використовувати приклади з життя;

— використовувати експресивність мови — уміння викликати співпереживання, задіювати людські відчуття;

— не реагувати на емоції партнера по спілкуванню, стримувати свої емоції;

— правильно ставити запитання, бути активним в обговоренні проблеми. Це демонструє інтерес до теми розмови, спонукає співрозмовника розгортати свою систему аргументів. Уміння ставити питання залежить від *емпатії* — здатності співпереживати, розуміти і відчувати мотиви й почуття іншої людини у спілкуванні. Якщо розмова заходить у глухий кут, можна змінити її добре сформульованим запитанням, наприклад: “Чи приведе це рішення до здійснення мети, яку ми накреслили?” Водночас і себе варто запитати: “Що слід зробити в цій ситуації?”. Якщо партнер у розмові заявляє категоричні “не можу”, “не повинен”, доцільно погодитися з ним, запитавши: “Що необхідно Вам для того, аби зробити це вчасно?”, “Що могло б зробити цю зустріч результативнішою?” таін.;

— не відхилятися від основної теми розмови;

— дбати про “ефект візуального іміджу” (зовнішню привабливість, доброзичливий погляд, елегантну манеру спілкування);

— дотримуватися “ефекту перших фраз”. Йдеться про енергійний початок розмови. Особливо він спрацьовує під час презентацій, публічних виступів;

— завойовувати прихильність і увагу співрозмовника;

— знати причини, що призводять до певної втрати певної інформації. Йдеться про “ефект дисперсії” — розсіювання інформації в міру її віддаленості від

відправника. Це є наслідком дії об'єктивних і суб'єктивних чинників. До *об'єктивних причин дисперсійних втрат* належать: а) розрив між швидкістю словесного мислення (400 слів за хвилину) і швидкістю мови (125 слів за хвилину). Внаслідок цього у партнера по спілкуванню з'являється резерв часу, що відкриває простір для сторонніх думок; б) обмеженість обсягу уваги людини: одночасно вона може сприймати не більше чотирьох-п'яти не пов'язаних між собою об'єктів; в) склад партнерів по спілкуванню. Стійкість уваги залежить від віку, професійних навичок, емоційного стану, досвіду, культурного рівня одержувача інформації; г) дискомфорт фізичного середовища, в якому відбувається процес комунікації — непривабливість приміщення, незручність сидінь, ненормальне освітлення тощо; ґ) природна втомлюваність уваги. Людина, як правило, починає втомлюватися через 15—20 хв. (перша криза уваги). Друга криза настає через 30—35 хв. Із *суб'єктивних причин втрати інформації й послаблення уваги* найвідчутніші: а) якість виступу (йдеться про виступ керівника перед аудиторією), бесіди тощо: виклад загальновідомого, недостатнє заохочення партнера до розмови, обговорення проблеми, невідповідність теми бесіди інтересам співрозмовника, нерозуміння партнером того, про що говорить відправник інформації; б) інерція включення партнера у розмову — стурбованість іншими справами, морально-психологічний дискомфорт тощо; в) індивідуальні особливості одержувача інформації: антипатія до чужих думок, абсолютизація своєї думки, завищені амбіції та ін.; г) професійне неприйняття відправника і одержувача інформації — антагонізм професійних поглядів; ґ) мовний бар'єр — неграмотність мовлення, неправильність словесних наголосів тощо; д) неприйняття іміджу партнера по спілкуванню — антипатія, спричинена зовнішнім виглядом, манерами поведінки;

— дотримуватися “ефекту краю” (елементи інформації, розташовані на початку і наприкінці, запам'ятовуються швидше, ніж елементи, що знаходяться всередині). Цей ефект формулюється ще й як “ефект первинності” (вища вірогідність пригадування кількох перших елементів розташованого в ряд матеріалу порівняно з середніми елементами) і “ефект новизни” (зростання

вірогідності пригадування останніх елементів розташованого в ряд матеріалу порівняно із середніми елементами ряду);

— не виправдовуватися, бути активним, упевненим, готовим сприймати нападки. Важливо акцентувати на потребах, пріоритетах, перевагах, уміти відділяти особистість від проблеми (критикувати проблему, а не особу).

Ефективною є фіксація погодження з якогось питання, наприклад: “Ну ось ми й прийшли до згоди про (тему бесіди, регламент тощо), перейдімо тепер до ...”;

— вміло користуватися контрзасобами проти недобросовісних прийомів під час розмови: використовувати зауваження опонентів з позитивною метою, не зважати на неприємні зауваження, попросити викласти те саме позитивно, говорити спокійно, використовувати гумор, змінювати напрям розмови, користуватися прийомами на зразок: “Будь ласка, повторіть, як Ви почули мої слова” тощо;

— дотримуватися принципу, за яким зрозуміти — ще не означає прийняти інформацію. Учасник спілкування, зрозумівши почуте, може з ним не погодитися, якщо інформація суперечить його переконанням, не задовольняє потреб, спричинює когнітивний або моральний дисонанс, дискомфорт;

— вміло відповідати опоненту. Таке мистецтво полягає в умінні не говорити неприємного. Навіть заперечуючи опоненту, слід намагатися уникнути ситуативного негативного фону. Цей прийом називають “так — але”. Сутність його полягає в тому, що, незалежно від змісту висловлювання партнера, від того, має він рацію чи ні, перші слова у відповідь мають бути тільки стверджувальними: “Справді”, “Правильно”, “Я згоден”, “Ви маєте рацію”, “З цим не можна не погодитися” тощо. Опонент, не дослухавши до кінця, відчує приємність. Позитивний емоційний фон не заважатиме сприйняттю ним наступних слів відправника інформації — “але”, оскільки воно матиме позитивний емоційний фон;

— вчасно зупинитись. Ця важлива якість також базується на емпатії. Якщо дискусія стає занадто емоційною чи хтось застосував недопустиму тактику, що вплинуло на самопочуття, завжди можна перервати бесіду чи виступ (переговори) і використати перерву. Це можливо й за наявності підозр про



приховування інформації. Якщо розмова зайшла в глухий кут, її також можна перервати з умовою за потреби повернутися до неї в майбутньому.

5. Знання керівником наслідків комунікації. Інформація є цінним ресурсом, вона може підвищувати, захищати статус того, хто нею володіє. Обмін інформацією впливає на розподіл влади в організації. Наділені владою індивіди намагаються утримати інформацію, управляти нею, стимулюючи певні види інформації й ділового спілкування та пригнічуючи, стримуючи інші.

Практика спілкування засвідчує, що кожна людина має право впливати на інших, як і право не піддаватися чужому впливу. У процесі взаємовпливу люди виражають свої почуття, емоції, потреби, обстоюють значущість їх і власного існування. З цієї точки зору вплив є правомірним. Важливим є те, наскільки конструктивними і дієвими є способи взаємовпливу, наскільки вони корисні, ефективні і перспективні для учасників управлінської взаємодії.

### **3. Самоосвіта та самовиховання - другий шлях підвищення рівня культури спілкування.**

Самоосвіта – це процес добровільної та усвідомленої пізнавальної діяльності, яка проводиться за індивідуальним бажанням і мотивується особистими мотивами.

Самоосвіта може мати професійний або особистий характер і переслідувати відповідні цілі, наприклад, підвищення професійних навичок і прискорення кар'єрного росту або отримання нових знань, умінь і розширення особистого кругозору і світогляду. Самоосвіта необхідна для того, щоби навчитися «правильно» мислити, придбати широкий кругозір і піднятися в своєму розвитку, щоби дійсно розуміти те, що відбувається навколо, і адекватно реагувати на це.

Є багато людей які не закінчили вищу освіту, але стали успішні завдяки самоосвіті і саморозвитку. Наприклад Стів Джобс або Білл Гейтс. Але не має людей які би стали успішними, одержавши вищу освіту і не займаючись самоосвітою.

Самовиховання починається з того часу, коли людина починає усвідомлювати себе як особистість, починає розуміти норми та вимоги суспільства, власні потреби і може правильно оцінювати свої вчинки. Самовиховання бере свій початок у підлітковому віці, проте його ефективність значно зростає у юнацькому віці.

В.О.Сухомлинський зазначав: “...Підліток стає справжньою людиною лише тоді, коли він навчиться пильно вдивлятися не лише в світ, що оточує його, а й в самого себе, коли він прагне пізнати не тільки речі, явища навколо себе, а й свій внутрішній світ, коли сили його душі спрямовані на те, щоб зробити самого себе кращим, досконалішим”.

Отже, самовиховання бере свій початок із самоусвідомлення, усвідомлення людиною себе як особистості і свого місця в суспільній діяльності людей.

У структурному відношенні самоусвідомлення людини являє собою єдність трьох складових:

- пізнавальної (самопізнання, тобто дослідження, пізнання самого себе);
- емоційно-оцінювальної (самоствлення, що виявляється у самооцінці);
- дієво-вольової, регулятивної (саморегуляція, тобто уміння особистості керувати станом свого здоров'я, емоціями, почуттями, психічним станом, діями, вчинками, поведінкою).

Самовиховання можливе за умови наявності в індивіда здатності ставити перед собою значущі цілі. Воно нерозривно пов'язане із здатністю людини до самоаналізу і самооцінки, з її умінням контролювати свою поведінку і діяльність.

Самовиховання може бути спрямоване на виховання розуму (інтелектуальна сфера), почуттів (емоційна сфера), волі (вольова сфера). Однак провідною в самовиховному процесі є вольова сфера, яка забезпечує саморегуляцію внутрішнього світу людини згідно з оточуючою дійсністю.

Для педагога робота над собою – необхідна передумова набуття й збереження професіоналізму. Самовиховання — цілеспрямований процес, він є продовженням професійного виховання, коли майбутній учитель з об'єкта

виховного впливу (“Я – студент, нехай мене вчать”) перетворюється на суб’єкт організації власної життєдіяльності (“Я – майбутній спеціаліст, готую себе до цього”). Отже, найважливіша умова виникнення потреби у професійному самовихованні для майбутнього вчителя – це перехід його з позиції учня на позицію спеціаліста.

Самовиховання майбутнього вчителя починається із усвідомлення різниці між уявленням про себе як майбутнього професіонала і його реальними можливостями. Мотивом-збудником роботи над собою є розуміння невідповідності між “Я-реальним” і “Я-ідеальним”. Це є можливим у тому випадку, якщо у майбутнього вчителя наявний професійний ідеал і є здатність до самопізнання. Найпростіший і в той же час найнадійніший спосіб формування професійного ідеалу – самостійне вивчення психолого-педагогічної й філософської літератури, знайомство з життям і творчістю видатних педагогів з метою пошуку свого ідеалу вчителя.

Цілеспрямованість, осмисленість, стійкість професійного самовиховання залежать насамперед від:

- наявності професійного ідеалу;
- вольових властивостей майбутнього педагога;
- мотивів вибору студентом педагогічної професії;
- морально-психологічного клімату в студентській групі;
- стилю керівництва й стилю спілкування професорсько-викладацького складу;
- фактору вільного часу;
- організації та постійного удосконалення навчальної і самостійної роботи студентів;
- залучення студентів до різноманітної позанавчальної роботи.

Теорія цілеспрямованого самовиховання складається з трьох взаємопов’язаних і взаємозумовлених процесів:

- 1) самопізнання. Перш ніж виховувати себе, складаючи й здійснюючи програми самовдосконалення, потрібно вивчити себе як особистість;
- 2) самостримування від негативних думок, дій, вчинків, поведінки;

3) самопримушування до здійснення позитивних дій, вчинків, добрих справ.

#### **4. Спеціально організоване навчання - третій шлях розвитку культури спілкування.**

До основних шляхів розвитку культури ділового спілкування при організації навчання у вищих навчальних закладах відносяться:

1. Спеціально організоване навчання, що являє собою модель реального процесу ділової комунікації.

2. Розвиток у процесі навчання ділової англійської мови полікультурної особистості, що дає змогу спілкуватися з представниками різних країн, адаптуючись до соціокультурних норм певної спільноти.

3. Самоосвіта й самовдосконалення.

4. Активне використання інтерактивних технологій та мережі Інтернет для виведення навчального ділового спілкування за межі аудиторії через встановлення он-лайн зв'язків із носіями мови та листування.

Розглянемо перший шлях. Практика засвідчує, що в умовах традиційного навчання студенти в основному добре засвоюють теоретичний матеріал, у них формуються нескладні вміння й навички його застосування в простих ситуаціях, а також деякі комунікативні установки, проте вони, зазвичай, не знають, як втілювати набуті знання у практичній діяльності. Відомо, що інтерес до предмета зростає тоді, коли студент має чітку мотивацію та уявляє перспективи використання отриманих знань. Отже, підготовка спеціалістів у сфері ділової комунікації полягає у формуванні таких комунікативних умінь, що дозволили б здійснювати професійні контакти а саме: вести ділові переговори; вільно читати, розуміти й перекладати ділову кореспонденцію; складати резюме та інші види ділових листів; робити нотатки; брати участь у дискусіях, презентаціях, переговорах, дотримуючись правил ввічливості й ділового етикету; сприймати на слух інформацію і трансформувати її.

Під час спеціально організованого навчання особливого значення набуває ділова гра. У ділових іграх студенти вчаться встановлювати контакт з аудиторією або окремою людиною, брати інтерв'ю, домовлятися про

призначення зустрічі згідно з нормами культури спілкування, а також спробувати себе в ролі менеджера, фінансиста, банкіра чи підприємця, що максимально наближає навчання до реальної дійсності. Така робота сприяє самопізнанню, самовдосконаленню, самореалізації особистості, розвитку культури ділового спілкування, а також підготовці до рефлексії в різних проявах. Крім цього, впровадження на заняттях з ділової англійської мови таких ігор допомагає студентам розвивати здатність працювати в команді, брати на себе відповідальність за прийняті рішення, здатність проявляти лідерські якості, розвивати взаєморозуміння між учасниками гри. Так, у процесі навальної гри можна застосовувати групову та індивідуальну роботу, спільний аналіз та обговорення, опитування й “мозковий штурм”.

Наприклад, під час організації та проведення бізнес-конференції студенти поділяються на дві підгрупи – менеджери та організатори конференції та запрошені до участі. Індивідуальні форми роботи застосовуються тоді, коли представникові групи необхідно домовитися з менеджером готелю про бронювання місць та організацію зали для учасників конференції. Групова ж робота відбувається безпосередньо під час обговорення питань конференції. Або перед студентами поставлена мета – домовитися про поставку оптової партії товару. Тут можуть використовуватися такі форми роботи як дискусія, переговори, бесіди між представниками усіх ланок цього ланцюга. Кожне проведення гри завершується спільним обговоренням. Студенти мають можливість виділити ті свої вміння та якості, якими вони добре володіють, і такі, над якими ще слід попрацювати. Таким чином, під час рольової гри на заняттях з ділової англійської мови досягається більш високий рівень культури ділової комунікації, вдосконалюються вміння виступати перед аудиторією, що стає можливим завдяки реалізації конкретної діяльності (участь у конференції, ділових переговорах, укладання контракту, відбір претендентів на певну посаду тощо).

У процесі навчання невід’ємним компонентом є виховання пособистості, що дає можливість спілкуватися з представниками різних країн. Це допомагає зосередитися на досягненні максимальної ефективності процесу ділової

комунікації. За таких умов виняткового значення набуває обізнаність студентів із формулами мовного етикету, зокрема ділового, та культури спілкування й листування.