

Галина Гайович, кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Вищого навчального закладу “Університет економіки та права “Крок”

м. Київ

ЕТИКЕТНІ ФОРМУЛИ МОВЛЕННЯ У СФЕРІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

У статті зроблено спробу простежити сучасні особливості мовленнєвого етикету українців у сфері ділових стосунків та їх вплив на суб'єктів цього спілкування.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві роль активного міжособового спілкування зростає, як би скептично на цю тезу не реагували деякі люди. Наш час – це час комунікацій, і не тільки електронно-комп'ютерних. Споживачами будь-яких товарів були і залишаються люди, тому міжособове спілкування і сьогодні є актуальним. Особливо важливим видається вміння людей користуватися формулами мовленнєвого етикету у різних службових ситуаціях. Сьогодні часто можна почути думку, що норми етикету сучасній людині не потрібні, їй достатньо бути чемною та ввічливою. Однак у побуті ми часто знаходимо підтвердження тому, що вміння правильно поводитися і спілкуватися, яке базується на правилах етикету, дає змогу гідно почувати себе у будь-якій ситуації. Недотримання ж цих правил, врешті-решт може стати причиною створення, хоч і досить поверхової, і, можливо, хибної, але досить стійкої оцінки навколишніх стосовно тієї чи іншої людини.

У міжособовому спілкуванні люди формують думку один про одного, передовсім, оцінюючи зовнішній вигляд, та те, як людина говорить. Тому вміння спілкуватися з людьми є одним з найважливіших факторів успішності. Розуміючи, якими важливими є навички спілкування для успіху в діловому світі, сьогодні все більше уваги викладачі ВНЗ повинні приділяти загальноприйнятим правилам мовного етикету, культурі мовлення.

Лексичне значення слова “культура” сприймається як система цінностей, поглядів, норм, яка поділяється певною спільнотою людей. Культура проявляється у будь-якій діяльності людей. Досить показовим, з цього погляду, є висловлювання, що “економіка стає на шлях прогресу лише за умови досягнення певного рівня культури” [5, 7]. Нові умови так званої інформаційної економіки (знань), у яких розвивається сучасний світ, зумовлюють необхідність формування як нової культури виробництва матеріальних та нематеріальних цінностей на ринкових засадах, так і нової культури

ри ділового міжособового спілкування на основі рівноправності та взаємоповаги.

Зростання ролі мовної комунікації на сучасному етапі потребує відродження класичної та національної культурної спадщини, розвитку риторики як науки на якісно новому рівні, формування всебічно розвиненої особистості з ефективним мисленням та якісним мовленням.

Аналіз останніх досліджень. Останнім часом як у зарубіжній, так і у вітчизняній лінгвістиці помітний значний інтерес науковців до питань культури мови та мовлення і їх вплив на життя людини. Серед науковців, які досліджували ці проблеми, можемо назвати Г. Відмарка, Д. Ягера, Г. Крейдліна, Л. Ставицьку, С. Богдан, М. Дороніну, С. Абрамовича, О. Кубрак та ін. Увага мовознавців до етикетних форм спілкування не випадкова: ця галузь в українській лінгвістиці розроблена ще недостатньо [1, 96]. У фразеологічних та тлумачних словниках української мови мовленнєвий етикет представлений лише загальними формами, окремими прикладами: вітання, побажання, звертання, подяка, прохання, запрошення тощо.

Питання стильової відмінності етикетних формул залишається мало вивченим. Зазначимо, що фундамент системи сучасного мовного етикету становить досвід попередніх поколінь, зафіксований у народних казках, піснях, художній літературі. У конкретних мовленнєвих ситуаціях етикетні форми набувають ситуативної інформації, можуть виражати стосунки між учасниками спілкування, повагу до співрозмовника, ввічливість, співчуття тощо. Увагу до стильових особливостей у ситуативному мовленні на сучасному етапі розвитку українського суспільства певною мірою пояснює вислів однієї з дослідниць цієї теми М.С. Дороніної, яка вважає, що “Докорінна перебудова нашого суспільства обумовлює необхідність формування як нової культури матеріального виробництва на ринкових засадах, так і нової культури ділової взаємодії вільних, рівноп-

равних економічних партнерів, що спілкуються на основі горизонтальних зв'язків" [5, 7].

Отже, аналіз праць, присвячених нормам етики та етикету, культури мови та мовлення, свідчить про важливість цих питань для сучасного суспільства. Широкий спектр проблем цього напрямку ще потребує наукових досліджень та обґрунтувань. Тому важливість подальших досліджень у цій сфері не викликає сумнівів.

Мета статті. Загострити увагу мовців на сучасних особливостях мовленнєвого етикету українців у сфері ділових стосунків. Актуальність цієї теми не викликає сумнівів, оскільки знаннями мовного етикету людина послуговується постійно. Упродовж дня людина вітається з кимось чи прощається, комусь дякує, дає пораду, співчуває, відмовляє, робить комплімент чи зауваження, перед кимось вибачається тощо. Без цих ситуацій важко уявити побут окремої людини чи її професійну сферу. В усіх цих ситуаціях людина користується усталеними виразами (шаблонами), які не потребують на їх створення ні часу, ні зусиль мовця. Ці вирази і складають мовний етикет, притаманний певній спільності людей. Тож завдання цієї статті полягає в тому, щоб поступово формувати у мовців навички адекватного сприймання чужого мовлення і тактовного ефективного спілкування, культури мовленнєвої поведінки залежно від соціальних ролей і комунікативних ситуацій. Стаття спрямована на те, щоб допомогти мовцям побачити в етикетних формулах не лише засіб ввічливості, а й сприйняти їх як спосіб самовираження та вияв загальної культури особистості.

Виклад основного матеріалу. Мовний етикет, за визначенням мовознавців, це "національно специфічні правила мовної поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і виразів, що рекомендуються для використання в різних ситуаціях ввічливого контакту з співбесідником, зокрема під час привітання, знайомства, звернення до співбесідника, висловлення подяки, прощання тощо" [4, 133]. Мовний етикет притаманний усім стильовим різновидам української мови. Однак кожен стиль має свої ознаки, що виявляються передусім у лексичному складі етикетних виразів та їх функціональному призначенні в різних текстах.

Ділове спілкування належить до формального, здійснюється відповідно до деяких правил і спрямоване на встановлення контактів та підтримку зв'язків між представниками різних взаємозацікавлених у спільній діяльності організацій.

Важливо пам'ятати, що знання та вміння пра-

вильно застосовувати принципи ділового спілкування допоможе швидкому налагодженню ділових контактів, що, своєю чергою підніме ефективність роботи підприємства чи фірми. Згадаємо найважливіші правила такого спілкування. Це передовсім необхідність його попередньої підготовки, визначення змісту, мети, можливих висновків. Ділова розмова повинна мати конструктивний характер і бути спрямованою на розв'язання конкретних завдань та поставленої мети. Для ділових перемовин обов'язковими є висновки, які базуються на основі узгодження думок, та прийняття певних рішень, які ляжуть в основу подальшої співпраці партнерів. Отже, для ділового спілкування завжди важливим є результат. На думку М. Дороніної, "ділове спілкування – це специфічна форма контактів та взаємодії людей, що мають певні повноваження від своїх організацій. Ділове спілкування включає обмін пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем, підписання угод чи встановлення інших відносин між підприємствами" [5, 13].

Загалом процес спілкування є досить складним за структурою, оскільки передбачає обмін інформацією, передачу її однією людиною іншій. Обов'язковим учасником спілкування, крім мовця, повинен бути ще реальний чи уявний слухач. Саме тому для якісного спілкування важливим є те, наскільки позитивним є відношення мовців один до одного. Позитивне сприйняття співрозмовниками один одного дозволить їм об'єктивно оцінити і повно сприйняти важливу для обох сторін інформацію. Для встановлення доброзичливих стосунків між співрозмовниками та налагодження контактів важливу роль відіграє вміння користуватися формулами мовного етикету, яке й допоможе сторонам скласти позитивне перше враження одна про одну. Своєю чергою, позитив, отриманий від першого враження про співбесідника, стане основою для подальшого ефективного ділового спілкування між установами.

Отже, важливо пам'ятати, що перше враження про людину насамперед складається з того, наскільки щиро і привітно вона вітається. Тому, незалежно від настрою, потрібно завжди вітатися привітно. Поганий настрій не слід поширювати на інших людей, оскільки можна не тільки наразитися на зустрічну неприязнь, а й отримати ярлик невихованої та некультурної людини, який потім буде важко змінити. Ця загальновідома теза звучить ще більш актуально для людей, які проводять ділову зустріч. Зрозуміло, що неввічливе чи образливе привітання може стати початком кінця важливих переговорів та подальшої співпраці

двох суб'єктів ринку. Зрозумілим є також і те, що лише етикетно правильне привітання не може повністю забезпечити ефективність ділових переговорів. Тому перемовникам варто пам'ятати також і такі правила:

- не використовувати у своїй мові жаргонізмів та інших різновидів лексики, які не є нормативними для літературної мови;
- уміти слухати інших і виявляти свій інтерес до почутого;
- слідувати за культурою мови усної і письмової;
- правильно вимовляти імена, імена по батькові та прізвища своїх співрозмовників;
- усім таємниця як службового, так і особистого характеру, тримати при собі;
- бути ввічливим, привітним, доброзичливим, тактовним, стриманим;
- проявляти повагу до співрозмовника та здатність до співчуття та розуміння;
- логічно використовувати етикетні форми мовлення.

Успіх спілкування двох людей за будь-яких обставин, на думку відомого українського етнографа В. Скуратівського, буде залежати від “тону розмови, вміння вислухати іншого, вчасно і доречно підтримати тему. Ввічливість, уважність і чемність – основна вимога мовного етикету. Від чемного привітання, шляхетного потиску руки, невимушеної, ненав'язливої розмови вираш обопільний” [10, 94]. Ці прості і, здавалося б, усім зрозумілі слова, сьогодні потребують пояснень щодо їх важливості і необхідності. На превеликий жаль, у сучасному українському суспільстві ще не є панівною думка, що ввічливість та знання норм етикету – ознака успішності. Однак усе більше кроків робиться державою до прищеплення своїм громадянам думки про необхідність підвищувати культуру мовлення та поведінки.

Зазначимо, що саме етика мовлення є одним з найважливіших компонентів спілкування. Недавнім один мудрий філософ сказав: “Заговори, щоб я тебе побачив”. Цей вислів і сьогодні не втратив актуальності. Адже від того, якими лексичними засобами володіє мовець, яку має інтонацію, вимову, як послуговується жестами, емоціями – залежить рівень його освіченості і культури.

Виховану людину завжди вирізняє ввічливість, привітність, доброзичливість, тактовність, стриманість, повага до співрозмовника, здатність до співчуття та розуміння навколишніх. Особливу роль у цьому відіграє слово. Для позитивного результату це слово повинне бути вчасним, доречним, вагомим та переконливим.

Вміння володіти словом – велика майстерність. Не секрет, що на сучасному етапі в Україні цим мистецтвом володіють не так багато людей, навіть серед наших високопосадовців та тележурналістів є ті, хто не вміє вчасно підібрати доречне в тій чи іншій ситуації слово чи вислів, а тому вдається до калькування або до суржику. Для прикладу візьмемо найпоширеніші етикетні формули і спробуємо зрозуміти їх зміст та принципи застосування в життєвих ситуаціях, зокрема в офіційно-діловій сфері.

Однією з найбільш вживаних є формула ввічливості “будь ласка”. У сучасній мові це словосполучення сприймається як скам'янілий мовний зворот, який може вживатися лише для ввічливого висловлювання прохання. Якщо ж цей вираз не містить у собі прохання, то в такому випадку він є недоречним. На жаль, мовці часто про це забувають і використовують цей вислів у значенні заклику чи запрошення. Наприклад, розглянемо типовий діалог:

- Будь ласка, допоможіть мені знайти папку.
- Звісно. Ось вона.
- Дякую!
- Будь ласка!

Як бачимо, в цьому діалозі частка “будь ласка” із значенням прохання вжита лише в першому випадку, а в другому вона виконує роль ввічливого запрошення чи точніше дозволу й надалі звертатися при необхідності за допомогою. Отже, другий варіант для української мови є недоречним. Так говорять люди, які просто калькують російські мовні формули, переносячи їх на український мовний ґрунт. Однак ці люди забувають різну етимологію цих слів: якщо українське слово “будь ласка” має одне значення, то російське слово “пожалуйста” поєднує в собі два значення – прохання і запрошення. Отже, для російської мови вживання цього слова в обох значеннях є нормативним, а для української мови на ввічливе прохання “будь ласка” варто відгукуватися ввічливим закликом “прошу”. Потрібно пам'ятати, що етимологія слів у різних мовах різна – у цьому й полягає національна самобутність цих мов. Сліпе ж калькування породжує неприємні недоречності.

Цікавою також є мовна формула, яка передає вибачення однієї людини перед іншою. У мовознавчій науці знаходимо різні думки стосовно того як потрібно говорити: “вибачаюсь” чи “вибачте”. Так, на думку І. Огієнка та авторів книги “Анти-суржик”, виданої у Львові у 1994 році, вислів “вибачаюсь” для української мови є ненормативним. На їхню думку, це слово “має у своєму складі колишній займенник ся, що був формою від себе (порівняйте: голюся, миюся,, чешуся...)...Люди-

на, кажучи “вибачаюся”, ніби вибачає саму себе, хоч насправді вважає, що завинила перед кимось. Треба казати: “Вибачте мені...” [2, 66].

З іншого боку, С. Караванський відстоює думку, що, забороняючи мовну формулу “вибачаюся”, українці тим самим проявляють “гіперпуризм”, тобто надмірне прагнення очистити рідну мову від чужомовних елементів. Цей науковець вважає, що “Під впливом забобонів, породжених аристократичними салонами, дехто вважає слово вибачатись вульгаризмом. (Мабуть, тут автор має на увазі вислів І. Огієнка про те, що “вибачаюся” – це дослівний переклад вульгарного російського извиняюсь (доп. автора). Такий погляд не має жодних підстав. Росіяни справді не полюбують виразу “я извиняюсь”, бо цей вираз в їхній мові – запозичення з української мови. В українській же мові слово вибачатись і зворот “Я вибачаюся” – природні форми: “Дуже вибачаюся, що не можу ніколи забігти до Вас” (П. Мирний). Яку підставу маємо ми вважати це слово вульгаризмом? Тільки копіюючи російську фобію. ...

Дехто поборює форму “вибачаюся” такими аргументами: “Як можна самого себе вибачати? Слово ж вибачаюся за аналогією до слів одягаюся (- одягаю себе) та вмиваюся (- вмиваю себе) буквально значить вибачаю “себе”. Той, хто вдається до таких аргументів, забуває, що не всі зворотні форми дієслів відтворюють зворотну дію, де частка сь або ся дорівнює слову себе. У таких словах частка сь або ся має і у слові “вибачаюся”.

Не треба забувати і того, що слово “вибачатись” – це скорочена форма від ширшого звороту вибачатися перед ким. У процесі спілкування форму я вибачаюся перед Вами мовці стали вживати скорочено: я вибачаюся” [6, 126 – 127].

Ця дискусія сьогодні є незавершеною, однак, зважаючи на те, що вислів “вибачаюся” передає незавершеність дії, її процес, для ділового мовлення більш прийнятним видається варіант “вибач”, “вибачте”, який передає завершеність дії та є більш офіційним. Варто зазначити, що саме цей варіант визнається сучасною мовною нормою. Стосовно ж усного мовлення, то тут, мабуть, варто вважати нормативним як один, так і інший варіанти.

Таким чином, важливо пам’ятати, що талант успішного мовця, а, отже, й успішної людини полягає у вмінні вибрати із традиційного для українців мовного етикету доречну в даній ситуації формулу, яка буде враховувати специфіку і самого висловлювання, і мовленнєвої ситуації.

Висновки. Таким чином, досліджуючи питання мовленнєвого етикету приходимо до висновку, що сьогодні вони вимагають нового підходу, а інколи й нових пояснень старих формул. Особливо важливими ці питання є для сфери ділових стосунків, тому що це та сфера людського суспільства, яка вимагає від усіх її представників чіткості, зрозумілості та консервативності в усьому.

Дослідивши деякі елементи даної проблеми, можна зазначити, що для успішності ділових переговорів мовець повинен враховувати особливості адресата: його вік, стать, характер взаємин, їх тривалість тощо; розуміти, що для етикету ділового мовлення важливими є також невербальні засоби спілкування: жести, міміка, інтонація. Мовний етикет завжди супроводжується певним спектром жестів. Жестикаліція може бути урочистою, етикетно нейтральною, фамільярною чи вульгарною. Для ділового спілкування, звісно, найбільш прийнятною є етикетно нейтральна жестикуліція, яка не зачіпає особистісних почуттів співрозмовника. Під час спілкування важливо також дотримуватися певної дистанції. Для ділового спілкування найоптимальнішим варіантом буде дистанція, яка передбачає достатню відстань між співрозмовниками для ведення серйозної розмови.

Крім того, не слід забувати, що мовний етикет є явищем індивідуальним, оскільки кожна людина добирає не тільки найдоцільнішу в даній ситуації формулу, але й узгоджує цей вибір із власними уподобаннями. У діловому спілкуванні власні уподобання мовця повинні відійти на другий план. Тут кращим варіантом будуть загальноприйняті нейтральні за своїм лексичним складом слова та вирази.

Такі застереження стосуються, передовсім мовленнєвого службового етикету, тобто правил мовленнєвої поведінки на роботі. Варто пам’ятати, що кожна ситуація потребує певних мовних засобів, які потрібно застосовувати влучно та відповідно до мовних норм.

1. Акуленко В. Українська мова в європейському контексті (проблеми розвитку мовленнєвої комунікації) // *Мовознавство*. – 1998. – № 2 – 3.

2. Антисуржик. – Львів: Світ, 1994. – 152 с.

3. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення. – Львів: Світ, 1990. – 232 с.

4. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. – К.: “Вища школа”, 1985. – 360 с.

5. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей: Посібник для студентів гуманітарних факультетів вищих навчальних за-

КОНЦЕПТ “ДУША” ЯК ОБРАЗНО-СМИСЛОВИЙ ЦЕНТР ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

- ладів. – К.: Видавничий дім “КМ Academia”, 1997. – 191 с.
6. Караванський С. *Секрети української мови*. – К.: Кобза, 1994. – 152 с.
7. *Культура української мови* / За ред. В. М. Русанівського. – К.: Либідь, 1990. – 302 с.
8. Михайлюк В. О. *Українська мова професійного спілкування: Навчальний посібник*. – К.: ВД “Професіонал”, 2005. – 496 с.
9. Огієнко І. *Нариси з історії української мови: Система українського правопису*. – Вінніпег, 1990.
10. Скуратівський В. *Берегиня: Художні оповіді, новели*. – К: Либідь, 1987. – 213 с.

Олена Куцик, кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри слов'янських мов
Віра Русецька, кандидат філологічних наук, доцент
кафедри слов'янських мов
Дрогобицького державного педагогічного університету
імені Івана Франка

КОНЦЕПТ “ДУША” ЯК ОБРАЗНО-СМИСЛОВИЙ ЦЕНТР ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

У статті здійснено комплексний аналіз мовного концепту “душа” в українській фразеології. Детально розглянуто мікрогрупу, у центрі якої стоїть названий “заголовний” концепт, аналіз якого як складника фразеологічних одиниць базується на сукупності семантичних маркерів, на його парадигматичних і синтагматичних зв'язках та фоновій культурологічній етнолінгвістичній інформації.

Однією з важливих проблем сучасної лінгвістичної науки є проблема вивчення фразеології як системи. Все більше зростає інтерес до дослідження системних відношень у фразеології шляхом вивчення фразеологічного матеріалу за певними семантичними групами. Семантична класифікація усталених зворотів є однією з ознак виявлення системності у фразеології. Фразеологізми, побудовані на основі концепту *душа*, становлять мікросистему по відношенню до фразеологічної системи в цілому.

Постановка проблеми. У наукових працях останнього десятиліття популярною та актуальною стала теорія картини світу (Г.В. Колшанський, В.О. Аврорів, Т.В. Цив'ян, Б.О. Серебренніков, О.С. Кубрякова, Л.А. Лисиченко). Ця теорія має різні аспекти дослідження. Диференціація загальної та індивідуальної картин світу на підставі однієї мовної спільності ґрунтується на протиставленні колективно сформованого ментального простору, що фіксується також у мові, та індивідуальних концептосистем. Оскільки засобом зберігання та використання знань є не лише мова, науковці розрізняють концептуальну та мовну картину світу. Немає єдиної думки щодо їх меж та співвідношення.

Мовна і концептуальна картини світу є варіативними, динамічними утвореннями (Б.О. Серебренніков, О.С. Кубрякова, Е. Пийрайнен). Останнім часом в Україні значно поширилися дослідження саме концептуальних картин світу.

Аналіз останніх досліджень існує ряд робіт, присвячених проблемі вивчення асоціативних відношень ФО, об'єднаних у близькі групи на базі поняттєвої спільності (В.Л. Архангельський, В.М. Мокієнко, В.Д. Ужченко, М.Т. Демський та інші), однак це лише початок створення спільної теорії об'єднання груп слів і фразеологізмів за їх семантичною близькістю.

Базові концепти української та інших культур були предметом дослідження багатьох учених: Т.В. Валюкевич (концепт “зовнішність”), С.Г. Воркачев (концепт “щастя”), О.Є. Єфименко (концепт “степ”), В.А. Лукін (концепт “істина”), Н.В. Вдовиченко (концепт “гріх”), О.Б. Кузьміна (концепти “білий – чорний”), Н.Г. Лисичька (концепти “добро – зло”) тощо. Окремі наукові розвідки щодо концепту “душа” в лінгвокультурологічному аспекті знаходимо у працях О.М. Каракуці [4].

Головна мета нашої наукової розвідки – комплексна характеристика мовного концепту *душа* в українській фразеології.