

**Харченко А. І.,
старший викладач кафедри методики
викладання навчальних предметів.**

ДІЛОВЕ МОВЛЕННЯ

Будь-яке спілкування – це, насамперед, передача і сприйняття інформації. У діловому мовленні, яке обслуговує всі види професійної діяльності людини, інформація передається писемним і усним способом.

Основною одиницею писемного спілкування є документ. Це – своєрідна візитна картка, реклама, складова іміджу кожного підприємства, фірми, організації, закладу. **ДОКУМЕНТ** – матеріальний об'єкт, що містить зафіксовану інформацію, оформлену в усталеному порядку, і має відповідно до чинного законодавства юридичну силу для виконання конкретної, йому призначеної функції. Кожний документ укладається згідно з узаконеними нормами та правилами, які є стабільними і зафіксовані в ДСТУ 4163-2003 «Державна уніфікована система документації, Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації, Вимоги до оформлення документів». Кожний документ складається з окремих елементів, які називаються реквізитами, а стандарт установлює склад реквізитів документів, вимоги до їх змісту і розташування.

У різних типах документів склад реквізитів неоднаковий, він залежить від змісту, призначення і способу оброблення документа. Кожному реквізиту відведено певне місце, що робить документ зручним для зорового сприйняття, спрощує опрацювання. Документи, що їх складають в установі, організації, повинні мати такі обов'язкові реквізити:

1. Назва організації
2. Назва виду документа (не зазначається в листах)
3. Дата
4. Реєстраційний індекс
5. Заголовок до тексту
6. Текст документа
7. Підпис [10 С. 115]

Під час оформлення документів потрібно дотримуватися головних вимог до їх складання, що передбачають правильне написання реквізитів, їх розміщення на бланку чи чистому аркуші паперу, адже дотримання цих вимог надає документу чинності.

Вимоги до змісту та розміщення основних реквізитів

Реквізити	Вимоги до змісту та розміщення реквізитів
07 — назва організації	<p>Назва організації — автора документа має відповідати назві, зазначеній у його установчих документах. <i>Скорочену назву організації зазначають тоді, коли її офіційно зафіксовано в статуті (положенні). Подають її у дужках (або без них) нижче повної, окремим рядком у центрі.</i></p> <p>На документах, що складають у загальноосвітньому навчальному закладі його найменування повинно відповідати найменуванню, зазначеному в статуті. Скорочене найменування загальноосвітнього навчального закладу застосовується в разі,</p>

Реквізити	Вимоги до змісту та розміщення реквізитів
	коли воно офіційно зафіксовано у статуті. Скорочене найменування подають у дужках (або без них) нижче повної, окремим рядком у центрі. [12]
09 — довідкові дані про організацію	<p>Розміщують нижче назви організації або її структурного підрозділу.</p> <p>Реквізит складається з таких елементів:</p> <ul style="list-style-type: none"> поштова адреса; номер телефону, телекса, факсу; адреса електронної пошти та вебсайту; посилання на ліцензії та патенти; номери рахунків у банку. <p>Порядок і форма запису відомостей про поштову і телеграфну адресу, що наводяться у бланку листів, мають відповідати Правилам надання послуг поштового зв'язку, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 05 березня 2013 р. № 270 (зі змінами, далі — Правила надання поштового зв'язку).</p> <p>Наприклад: вул. Теремківська, 11, м. Київ, 03110 Тел. 876 09 57, факс 899 54 23 E-mail: mail@mail.ua Р/р № 45798632145875 у Печерському відділі Укрсоцбанку м. Києва</p>
10 — назва виду документа	Назва виду документа має відповідати переліку форм, які використовують в організації. Назву виду документа (наказ, розпорядження тощо) зазначають друкарським або машинописним способами. Друкують великими літерами. У листах назву виду документа не зазначають
11 — дата документа	<p>Датою документа є дата його підписання.</p> <p>Елементи дати наводяться арабськими цифрами в один рядок у такій послідовності: число, місяць, рік. Наприклад: 25.12.2016</p> <p>У текстах нормативно-правових актів і документах, що містять відомості фінансового характеру, застосовується словесно-цифровий спосіб оформлення дат, наприклад: 25 січня 2016 р. або 28 січня 2016 року. Дозволяється застосовувати міжнародну систему датування у такій послідовності: рік, місяць, число. Наприклад: 2016.01.25. Дату підписання проставляють у лівій верхній частині документа поряд із реєстраційним індексом на спеціально відведеному місці на бланку. Якщо документ складений не на бланку, його дату проставляють нижче підпису ліворуч. Дата спільного документа двох або більшої кількості організацій — єдина і відповідає даті пізнішого підпису</p>

Реквізити	Вимоги до змісту та розміщення реквізитів
16 — адресат	<p>Розміщують у правому верхньому куті документа. У разі адресування документа організації або її структурному підрозділу без зазначення посадової особи їх назви подаються в називному відмінку.</p> <p>Якщо документ надсилають посадовій особі, то назву організації зазначають у називному відмінку, а посаду і прізвище адресата — у давальному, наприклад: <i>Київський гуманітарний ліцей</i> Директору Добролюбову В. М.</p> <p>Якщо документ адресують керівникові організації або його заступнику назва організації входить до складу назви посади адресата, наприклад: Директору загальноосвітнього навчального закладу I-III ступенів Бойченко М. П.</p> <p>Якщо документ надсилають фізичній особі, то спочатку зазначають прізвище, ім'я, по батькові (або ініціали) адресата у називному відмінку, а потім — поштову адресу, наприклад Петренко Василь Петрович вул. Хмельницького, буд. 85 а, кв. 19, м. Житомир, 46001</p>
17 — гриф затвердження документа	<p>Розміщують у правому верхньому куті першого аркуша документа.</p> <p>Документ може бути затверджений: посадовою особою (посадовими особами); рішенням колегіального органу; іншим розпорядчим документом.</p> <p>Якщо документ затверджує конкретна посадова особа, гриф затвердження документа складається зі слова ЗАТВЕРДЖУЮ (без лапок), назви посади, підпису, ініціалів та прізвища особи, яка затвердила документ, дати затвердження, наприклад: ЗАТВЕРДЖУЮ Директор загальноосвітнього навчального закладу № 111 <i>(Макаренко) О. Д. Макаренко</i> 28.05.2016</p> <p>Якщо документ затверджують кілька посадових осіб, то їхні грифи затвердження розташовуються на одному рівні. Якщо документ затверджено постановою, рішенням, наказом, протоколом, то гриф затвердження складається зі слова ЗАТВЕРДЖЕНО (без лапок), назви (у називному відмінку), дати і номера затверджувального документа, наприклад: ЗАТВЕРДЖЕНО Наказ директора спеціалізованого навчального закладу № 291 12.10.2016 р. № 324</p>

Реквізити	Вимоги до змісту та розміщення реквізитів
19 — заголовок до тексту документа	<p>Реквізит має узгоджуватися з назвою документа й містити короткий виклад його змісту.</p> <p>Заголовок відповідає на запитання про що?, кого?, чого? Наприклад: наказ (про що?) про створення навчального закладу; протокол (чого?) засідання атестаційної комісії; посадова інструкція (кого?) секретаря.</p> <p>Заголовок формулює укладач документа. Під час формулювання заголовка дозволяється використовувати скорочення слів і словосполучень, відповідно до правил орфографії та пунктуаційних норм української мови, вимог стандартів. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок перевищує 150 друкованих знаків (5 рядків), його дозволено продовжити до межі правого берега. Текст документа, надрукований на папері формату А5, дозволено подавати без заголовка</p>
21 — текст документа	<p>Всю ділову документацію ведуть державною мовою. У містах, населених пунктах, де більшість населення становлять громадяни, які належать до національних меншин, тексти документів у внутрішньому веденні ділової документації можна складати поряд з державною мовою, мовою відповідної національної меншини у порядку, встановленому чинним законодавством. Документи, що надсилають зарубіжним адресатам, можна оформлювати державною мовою або мовою країни-адресата чи однією з мов міжнародного спілкування.</p> <p>Текст документа оформлюють у вигляді суцільного складного тексту, таблиці або поєднання цих форм.</p> <p>Для чіткої організації текст поділяють на дві смислові частини: опис причин, фактів, подій, що стали підставою для складання документа; висновки, пропозиції, прохання, розпорядження, рішення, рекомендації.</p> <p>Для полегшення сприйняття документа текст поділяють на абзаци. Тексти складних і великих за обсягом документів (правила, інструкції, огляди, звіти тощо) поділяють на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, які нумерують арабськими цифрами і друкують з абзацу</p> <p>— якщо документ має додатки, повна назва яких у тексті не наводиться, то ці назви необхідно подати після тексту із зазначенням кількості аркушів у кожному додатку та кількості їх примірників, наприклад:</p> <p>: 1. План заходів тижня з охорони праці та безпеки життєдіяльності загальноосвітнього навчального закладу на 5 арк. в 1 прим.;</p> <p>2. Звіт про проведення тижня з охорони праці та безпеки життєдіяльності у загальноосвітньому навчальному закладі на 2 арк. в 1 прим.</p> <p>— якщо до документа додається інший документ, який має додатки, то відмітку про наявність додатків оформлюють так:</p> <p>: Висновок санітарно-епідеміологічної комісії від 14.12.2011 № 8 і</p>

Реквізити	Вимоги до змісту та розміщення реквізитів
	10.02.2012 №21
28 — прізвище виконавця і номер його телефону	Зазначають на лицьовому боці в нижньому лівому куті останнього аркуша документа, наприклад: Петренко 588 19 25 або Петренко Ольга Василівна 588 19 25

У результаті багатолітнього розвитку сформувалися такі **мовні засоби та способи викладу змісту**, які дозволяють найефективніше фіксувати управлінську інформацію й відповідати всім вимогам, що до неї висуваються, а саме:

- ◆ широке використання суспільно-політичної та адміністративно-канцелярської термінології,
- ◆ обов'язкова відсутність будь-якої авторської мовної індивідуальності та емоційно-експресивної лексики,
 - ◆ синонімія повинна бути зведена до мінімуму й не повинна викликати двозначного трактування,
 - ◆ наявність безособових і наказових форм дієслів у формі теперішнього часу із значенням позачерговості, постійності дії,
- ◆ чітко регламентоване розміщення та побудова тексту, обсяг основних частин, наявність кліше і стандартних висловів,
- ◆ до мінімуму зведено використання складних речень із сурядним і підрядним зв'язком, натомість широко використовуються безсполучникові прості поширені.
- ◆ не суперечити чинному законодавству держави, нормам юридичного та адміністративного права, директивним положенням конкретних керівних органів;
- ◆ бути достовірними, переконливими й відповідати меті і завданням конкретного закладу, установи або їх керівництва (базуючись на фактах, містити конкретні й змістовні пропозиції і вказівки);
- ◆ бути належним чином відредагованими (грамотними) й оформленими, розбірливими та охайними.

Оформлення сторінок. У діловодстві діють певні правила і вимоги щодо оформлення сторінки та її нумерації. Організаційно-розпорядчі документи укладають на аркуші форматом А4(297+210 мм) та А5(148+210 мм). Ліворуч залишають вільний берег у 30 мм для збереження тексту в разі підклеювання, підшивання, затискування документа, праворуч – 10 мм; верхній і нижній – 20мм, (для формату А4) та 16мм (для формату А5).

Укладаючи документ, слід дотримуватися певних правил, які допоможуть виробити точний, стислий, ясний та послідовний стиль письма, а саме:

1. Використовувати мовні засоби, які були б зрозумілими широкому загалу та відповідали нормам літературної мови, конкретному стилю.
2. Від 1-ї особи однини викладати текст у таких документах: автобіографія, заява, наказ, скарга, службова записка.
3. Від 3-ї особи однини викладати текст у таких документах: акт; трудова угода, контракт, договір, інструкція, запрошення, оголошення.
4. Уникати вживання багатозначних слів, а наявні пояснювати в певному контексті.
5. Уникати образних висловів, емоційно забарвлених слів і синтаксичних конструкцій та суб'єктивного ставлення до викладеного. Тон службового документа має бути

нейтральним.

6. Не переобтяжувати текст іншомовними словами, якщо є їхні українські відповідники.
7. Використовувати лише загальноприйняті, стандартні скорочення та аббревіатури.
8. Слідкувати за дотриманням логічної послідовності викладу матеріалу, фактів.
9. Надавати перевагу простим реченням, мовним кліше, канцеляризмам.

Не менш важливим способом передачі інформації в діловому спілкуванні є й усне мовлення. Адже, якщо людина погано володіє мовою, то навряд чи ділове спілкування буде успішним, бо мовні помилки відволікають співрозмовника від головної думки.

Неправильно поставлений наголос, вживання слів-паразитів, використання жаргонізмів, плутання слів, близьких за звучанням, але різних за значенням стають причиною непорозуміння співрозмовників. Щоб цього не сталося, необхідно дотримуватися загальноприйнятих літературних норм у користуванні лексичними, фонетичними, морфологічними, синтаксичними і стилістичними засобами мови. Володіння нормами літературної мови, вміння користуватися всіма її засобами залежно від умов спілкування, мети й змісту мовлення визначає культуру мови. [9]

Сферою офіційно-ділового спілкування є ділові стосунки між членами суспільства. Основні вимоги до такого спілкування – точність, стислість і впливовість. Тому ділове спілкування виключає емоційно забарвлену лексику, в ньому переважають стилістично нейтральні мовні засоби, стандартна канцелярська лексика, складні речення, гранично точний виклад думок. Не варто вживати, наприклад, професіоналізми, якщо вони не зрозумілі іншим. Ускладнюють мову канцеляризми і штампи, а повторення одних і тих же слів робить мову нудною. Проте, якщо вживати прислів'я, приказки, афоризми, жарти (звичайно, доречно), то це викликає інтерес до вас і бажання з вами спілкуватися в подальшому.

Поряд зі словесним (вербальним) на культуру офіційного спілкування впливає і невербальне (несловесне) спілкування.

Словесна інформація завжди супроводжується «мовою тіла», адже людина свідомо чи підсвідомо посилає співрозмовникам і отримує від них сигнали про її сприйняття чи несприйняття. Навіть за найбільшого намагання утриматися від передавання невербальної інформації, в тому числі після наполегливих тренувань, індивіду не вдається повністю контролювати свою поведінку, оскільки багато виявів невербальної інформації є частиною фізіологічної природи людини. Наприклад, у скрутній ситуації людина пітніє, червоніє, стає метушливою тощо, хоча розуміє, що саме така поведінка демонструє співрозмовнику її справжню реакцію.

Результати досліджень засвідчили, що інформативне послання однієї людини іншій на 7 % складається зі слів, на 38 % — з інтонацій і на 55 % — із жестів.

Невербальне спілкування здебільшого супроводжує і доповнює мову, по-своєму відображаючи зміст висловленого або сприйнятого. За твердженнями учених, приблизно 60—80 % інформації передається у безпосередньому спілкуванні невербальними засобами, які сприймаються різними сенсорними системами: зором, слухом, тактильними відчуттями тощо.

Серед невербальних засобів спілкування першою слід назвати оптико-кінетичну систему, що складається з жестів, міміки і пантоміміки, рухів тіла. [9]

Найвиразнішим і найуживанішим засобом невербалики є **жест**. Жестикуляція збільшується при емоційному піднесенні, коли співрозмовники мають поганий зворотний зв'язок і труднощі при передаванні інформації один одному. Є жести, які використовуються

разом із мовою, і такі, що називаються самостимулюючими, їх чергування робить спілкування цікавішим та емоційнішим. Так, щоб дізнатися, чи відвертий і чесний у розмові співбесідник, варто подивитися на його долоні. Коли людині нічого приховувати, долоні найчастіше відкриті, повністю чи частково. Для досягнення успіху при спілкуванні важливо, щоб долоні були відкритими. Це стимулюватиме інших довіряти вам і бути щирими.

Спостерігаючи за жестами, можна багато дізнатися про настрій людей, їх стосунки, потаємні цілі і бажання. Немало жестів є підсвідомими, тому реакція на них теж підсвідома. Наприклад, на жест, який видається ворожим, людина відповідає захисним або ще агресивнішим. Тому для кожної людини важливо вміти правильно оцінювати невербальні сигнали, перш ніж реагувати на них. За таких умов вона може керувати власною поведінкою, адекватно сприймаючи співрозмовника, оскільки іноді його жести можуть бути спричинені лише фізичними особливостями (наприклад, підморгування — як прояв нервового тиску тощо).

Нерідко жести не відповідають висловленій людиною вербальній інформації. Як правило, вони більш правдиві. Наприклад, якщо політик, кажучи: «Я відверто прагну до діалогу з молоддю», енергійно жестикулює в повітрі пальцем, махає перед слухачами кулаком, це яскраво засвідчує його справжні думки.

Жести відносно легко можна розшифрувати, тому співрозмовники за необхідності намагаються їх замаскувати діями, які мають протилежний зміст. Оскільки спілкування значною мірою полягає у взаємному вивченні, оцінюванні, здогадах і маневруванні, воно передбачає активне використання елементів гри і маскування.

У процесі спілкування партнери можуть почерпнути корисну для себе інформацію, аналізуючи особливості **постави** та її динаміку. Постава може демонструвати внутрішню відкритість (повернутість голови і тіла у бік співрозмовника, нахилений тулуб уперед, вільні плечі) і внутрішню замкнутість (відхилення спини назад, схрещення рук на грудях, переплетення пальців); домінування (нависання над партнером, руки на плечі співбесідника) і залежність (погляд знизу, згорбленість); гармонію у спілкуванні (однакові постави тіла, зверненість їх назустріч одна одній, розслабленість м'язів) або протистояння (стиснуті кулаки, руки на паску, плечі спрямовані вперед).

За спостереженнями психологів, люди, які ходять швидко, розмахуючи руками, здебільшого готові негайно все зробити для досягнення своєї мети, а ті, які тримають руки в кишенях (навіть у теплу погоду), є переважно критичними і потайними, їм подобається тиснути на інших людей. Пригнічений внутрішній стан також виявляється у тому, що людина ходить, тримаючи руки в кишенях, тягнучи ноги і рідко дивлячись угору або у тому напрямку, куди йде.

Довірливому, співпереживаючому спілкуванню сприяють експресія людського обличчя, **міміка та пантоміміка**. Якщо людина всім тілом повернута до інших, нахилена до співрозмовника, голову тримає прямо, погляд відкритий, то вона уважно, зацікавлено сприймає того, з ким спілкується. Експресивно-мімічні засоби спілкування несуть багато інформації, свідчать про емоційний стан і є певним індикатором ставлення однієї людини до іншої.

Міміка може виражати гнів (відкритий рот, опущені кутики губ, розкриті, примружені й блискучі очі, зближені до перенісся брови, вертикальні складки на лобі й переніссі, динамічне обличчя); презирство (рот закритий, кутики губ опущені, очі звужені, блискучі, брови зближені до перенісся, вертикальні складки на лобі й переніссі); страждання (рот відкритий, кутики губ опущені, очі широко розплющені, тьмяні, брови зближені до перенісся, обличчя статичне); страх (рот закритий, кутики губ підняті, блиск очей не виражений, брови підняті догори, горизонтальні складки на лобі, статичне обличчя);

здивування (рот закритий, кутики губ підняті, очі примружені або розплющені, блискучі, підняті брови, динамічне обличчя, горизонтальні складки на лобі) тощо.

Якщо людина, яка опанувала культуру спілкування, хоче досягти взаємопорозуміння з іншими, вона дивиться їм в очі, бо пам'ятає про значення **візуального** контакту. Відомо, що поглядом можна позитивно або негативно вплинути на іншу людину. Контакт очей є основою довірливого, культурного спілкування. З нього, як правило, починається будь-яка розмова.

Проксемічні (лат. *proximus* — розташований близько) **аспекти** спілкування пов'язані з організацією простору між його учасниками. Як відомо, відстань між учасниками спілкування 0—45 см є інтимною; 45 см — 1,2 м — індивідуальною (розмова між рідними, друзями); 1,2 м — 3,6 м — товариською; 3,6 м і більше — публічною (спілкування лектора й аудиторії, артиста і глядачів).

Екстралінгвальні (лат. *extra* — поза, зовні і *lingua* — мова) аспекти спілкування охоплюють позамовну сферу, в межах якої розвивається мова: **просодичні** (грец. *prosodikos* — той, що стосується наголосу) — фонетичні характеристики мовлення (висота, інтенсивність тощо); у спілкуванні з приємним співрозмовником людина притишує звучання мови, надає їй м'яких, лагідних тонів, і навпаки — з неприємною людиною розмовляє «на підвищених тонах» з використанням різкого тембру голосу та пришвидшеного темпу мовлення; **таксетичні** (лат. *tactum* — зачіпати, торкатися) — пов'язані з тактильними особливостями сприйняття; передаючи, наприклад, конфіденційну інформацію, адресант намагається наблизитися до співрозмовника, покласти йому руку на плече або передпліччя; інколи передавання найважливішої інформації здійснюється так: партнери стоять напроти, потискуючи руки і дивлячись один одному в очі; **ольфакторні** (лат. *olfactus* — чути нюхом) — вплив на комунікацію запахів тіла, косметики. Попри суттєві зміни функції нюху людини в процесі її еволюційного розвитку, запахи теж суттєво впливають на сприйняття і передавання інформації при спілкуванні. Розмовляючи з людиною, яка користується «різкими» парфумами, співбесідник інстинктивно намагається відсторонитися від неї, а відповідно і від інформації, яку прагне передати ця людина. Чоловікам і жінкам можна користуватися парфумами, які слід підбирати індивідуально, відповідно до власного стилю й смаку. Краще, якщо вони дорогі, з приємним ароматом, ніж дешеві й різкі. Оптимальним є запах парфумів на відстані 15—46 см від жінки і на відстані 15 см від чоловіка.

Мистецтво живого діалогу не зводиться до простого інформування, воно засвідчує здатність зацікавити співрозмовника, ввести його у світ власних почуттів і переживань, переконати у правоті власної позиції. Культура спілкування є невід'ємною частиною загальної культури людини. Нею можна оволодіти, можна виховувати її і вдосконалювати. Від культури спілкування великою мірою залежить результативність відносин між індивідами. Знання і дотримання її основних положень необхідні для кваліфікованого проведення будь-яких форм спілкування.

Культура ділового спілкування є цілісною системою елементів, яка охоплює зовнішню культуру, культуру мовлення, культуру почуттів, культуру поведінки, етикет.

Часто людині вистачає одного погляду для висновку про особистість партнера по спілкуванню, оскільки його манери, постава, хода, одяг, прикраси дають багато різноманітної інформації про характер, ставлення до себе, навіть про ділові якості. Всі ці елементи свідчать про **зовнішню культуру** особистості.

При першій зустрічі з людиною передусім звертають увагу на її одяг. Якщо він свідчить про невибагливий смак, низьку культуру, неповагу до себе та оточення, то від такої людини мало хто сподіватиметься конструктивної співпраці.

Мистецтво вдягатися полягає у виборі одягу, відповідного до певної ситуації, та підборі його ансамблю. Першою вимогою є доречність.

У процесі спілкування людина не тільки повідомляє, сприймає, інтерпретує інформацію, а й виявляє певні емоції, почуття. Вміння керувати ними, дбаючи про те, щоб вони узгоджувалися з контекстом розмови, відповідали особистим інтересам та інтересам справи, не посягали на особистісну сферу співрозмовника, тобто культура почуттів, є особливо важливою передумовою продуктивності ділового спілкування.

Культура почуттів — рівень розвитку, уміння особистості керувати своїми психічними станами, емоційними ставленнями до навколишньої дійсності.

У діловому спілкуванні культура почуттів виявляється в адекватності емоційних реакцій комунікативній ситуації, умінні точно обирати інтонації, експресивно забарвлену лексику і відповідно реагувати на неї, виявляти вмотивований емоційний резонанс, співпереживання.

Почуття є продуктом життєвого, суспільного досвіду особистості, її спілкування й виховання.

Почуття — емоційна грань духовної діяльності особистості. Вони разом з переконаннями визначають її позицію, оскільки життєва позиція вкорінюється у свідомості людини не лише у раціональній, а й в емоційній формі, позначаються на її світогляді й світосприйнятті. Критерії справедливості, добра і зла, які мають раціональний зміст і обґрунтування, особистість засвоює в чуттєвій формі прихильностей, прагнень, симпатій і антипатій, виявляючи їх у процесі спілкування. Відповідно до власних переконань кожна людина аналізує ситуацію, в якій вона діє, керуючись наявними знаннями, і робить певні висновки. Однак дрібні проблеми індивід не може детально аналізувати. У повсякденному житті люди часто діють спонтанно, миттєво реагуючи на ситуацію. При цьому здебільшого вони опираються на життєвий досвід і почуття. Важливим фактором спілкування, регулятором поведінки людей є емоції.

Повага до гідності іншої людини виявляється у формі безпосереднього емоційного контакту, відгуку, у почутті такту, що демонструють такі засоби емоційного спілкування, як міміка, жест, інтонація, погляд тощо. Вони можуть відштовхувати або об'єднувати людей.

Головним у культурі почуттів є змістове їх наповнення, тобто доброзичливе ставлення до оточення, зацікавлене і відверте співпереживання. Навіть найблагородніші спонукання, виявлені у грубій, розв'язній формі, не будуть сприйняті. Людські почуття і переживання демонструють взаємозв'язок етичної й естетичної поведінки індивіда. Наприклад, привітним, сердечним, доброзичливим поглядом можна підтримати, спонукати людину до натхненних дій і навпаки, іронічний, нахмурений, пихатий погляд образить і відштовхне.

Отже, невербальні засоби спілкування дають змогу працювати свідомо з несвідомим і допомагають досягти позитивних результатів. Розвиваючись та оволодіваючи різними засобами спілкування (як вербальними, так і невербальними), людина самовдосконалюється і підвищує культуру своєї поведінки і спілкування.

Один із способів бути в єдності зі світом і водночас у злагоді з собою – реалізація своїх здібностей. А якщо ні, то перед людиною постають моральні проблеми, а неможливість їх розв'язання часто призводить до неврозу. Щоб цих проблем не було, зокрема під час спілкування, слід дотримуватися основних принципів етики: **«Не роби іншому того, чого б ти не хотів, щоб він робив тобі»** та **«Що ти робиш іншим, те робиш і собі»**. Це **Золоте правило моральності**, яким і слід керуватися для того, щоб забезпечити такий рівень культури спілкування, що допомагає розкрити та виявити найкращі сторони особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Бондарчук Л.І.** Культура ділового мовлення – Житомир: ПП «Рута», в-во «Волинь», 2008 – 244 с.
2. **Глушик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В.** Сучасні ділові папери. – К.: А.С.К., 1998. – 170 с.
3. **Зубков М. Г.** Сучасна українська ділова мова. – Х.: Торсінг, 2002. – 448с.
4. **Інформаційний збірник МОНУ, 2000, №17**
5. **Коваль А. П.** Культура ділового мовлення. – К.: Вища школа, 1974 – 223с.
6. **Пиз А.** Язык телодвижений. – Нижний Новгород, «Ай Кью», 1992. – 262 с.
7. **Томан І.** Мистецтво говорити. – К.: Політвидав України, 1989. – 293 с.
8. **Хміль Ф.І.** Ділове спілкування. – К.: Академвидав, 2004 – С.26 – 39, 185 – 201
9. **Чмут Т.К., Чайка Г.Л.** Етика ділового спілкування. – К.: Знання, 2007. – 230 с.
10. **Шевчук С.В.** Ділове мовлення. – К.: Арій, 2007. – 412 с.
11. **Журнал «Практика управління закладом освіти», 2011, № 6**
12. **Типова інструкція з діловодства у загальноосвітніх навчальних закладах усіх типів і форм власності**