

## МЕТАМОВА ЯК ФОРМА ВЕРБАЛЬНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Л.М. Потапюк<sup>1</sup>, І.П. Потапюк<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Луцький національний технічний університет, potapiuk\_l@bigmir.net

<sup>2</sup>Полтавська державна аграрна академія, [radost3s@bigmir.net](mailto:radost3s@bigmir.net)

У сучасному суспільстві робота з інформацією стає важливим змістом професійної діяльності, в якій фахівець виступає не тільки як споживач інформації, але і як активний учасник інформаційного процесу в цілому.

А отже, все більше потрібен фахівець з високим рівнем інформаційної культури, який компетентний щодо особливостей документальних потоків, може орієнтуватися в різних джерелах інформації, систематизувати, інтерпретувати інформацію та обмінюватися нею.

Саме у процесі спілкування відбувається контакт керівника з підлеглими, колегами, партнерами, споживачами. Завдяки спілкуванню з'ясовуються управлінські проблеми, накопичується й усвідомлюється інформація, необхідна для вирішення проблемного питання. Одночасно у ході спілкування здійснюється вплив керівника на підлеглого для того, щоб досягнути необхідних змін. Окрім того, від володіння методами професійного спілкування часто залежить результат ділових переговорів з партнерами, інвесторами, представниками владних структур, ділових кіл, різних за-

кладів та організацій. Отже, без перебільшення можна сказати, що ділове спілкування є чи не найважливішою сферою діяльності в управлінні [2].

У практичній діяльності існують різноманітні форми спілкування (ділові бесіди, ділові переговори, наради, ділове листування, організаційно-технічне спілкування (персональний комп'ютер, факс) і т. д.) і діловій людині необхідно знати специфічні особливості цих форм, володіти методикою їх підготовки та поведінки.

Власне ділова розмова складається з таких 5 фаз, як початок бесіди (налагодження контакту); постановка проблеми та передача інформації; аргументування висунутих положень; прийняття рішення, фіксація домовленості; завершення контакту.

Невербальна поведінка особистості є багатофункціональною. Так, вона створює образ партнера по спілкуванню; визначає взаємини партнерів по спілкуванню, формує ці відносини; виступає індикатором актуальних психічних станів особистості; постає в ролі уточнення, підсилює емоційну насиченість сказаного; підтримує оптимальний рівень психологічної близькості; виступає в якості показника статусно-рольових відносин.

Етикет – складна система знаків, що вказують в процесі спілкування на ставлення до іншої людини, до співрозмовника, на його оцінку і оцінку себе самого, на своє ставлення щодо співрозмовника. Мовний етикет вербально обслуговує етикет поведінки і включає в себе як широку сферу стереотипів спілкування, які застосовуються у різних ситуаціях, так і вузьку сферу стереотипів в межах звернення і залучення уваги, вітання, прохання, пропозиції і т. д.

Якою б важливою не була невербальна складова спілкування, словесна складова спілкування також має суттєве значення. Те, що висловлює співрозмовник, і всі його думки – мають суттєву різницю. Під час аналізу комунікації в діловому спілкуванні застосовується поняття «метамова». Тому для успішного ведення переговорів важливо знати, що існує метамова, тобто слова і фрази, які дозволяють дізнатися про справжні думки і почуття співрозмовника. У метамові виражається прихований сенс того, що говориться вголос. Як і мова тіла, метамова ґрунтується на інтуїції, передчутті, «шостому чутті». Ця частина ділового спілкування менш формалізована, проте досить велика кількість фраз і слів в цій мові є «типовими». Більшість виразів легко розпізнаються і використовуються людьми, однак свідомо інтерпретуються тільки кілька метавиразів для того, щоб розкрити істинний сенс висловлювання.

Так, дві малознайомі людини починають розмову як ритуал, з малозначимих фраз, питань, кліше і стверджень. Це дає співрозмовникам час, впродовж якого вони зможуть оцінити один одного, зрозуміти, чи буде встановлений між ними зв'язок. Типова розмова починається із привітання «Як справи?», за яким іде кліше «Нормально». Найзручнішим для прощання є кліше «Побачимося». Коли співрозмовник говорить нам: «Було приємно побачитись», це обов'язково означає, що він збирається підтримувати з Вами стосунки в майбутньому. Тому, розуміючи метамову, дуже легко вловити подібні тонкощі.

Отже, метамова – це мова, яка змінює істинний зміст вираженого звичайною мовою. Метамова використовується як в побутовому, так і в діловому спілкуванні.

Наприклад, поширеними словами в розмові є «розумієте», «ну, ви розумієте». Це спосіб сказати «Я знаю, що висловлююся не дуже зрозуміло, але Ви досить мудра людина, щоб зрозуміти, що я маю на увазі». Фразу «Ну, ...» – часто свого роду вибачення за те, що співрозмовник не може підібрати правильного слова [1, 4].

Метамова виконує в діловій комунікації певні функції. Перш за все, вона пом'якшує «словесні удари», які завдають співрозмовники один одному, дозволяє маніпулювати співрозмовником, досягати поставленої мети і, не завдаючи йому образ, проявляти свої емоції.

А. Гарнер і А. Піз зазначали, що якщо прибрати всі метавирази з нашої повсякденної та ділової розмови, то бесіда стане короткою, різкою і виключно смисловою. Співрозмовники почнуть здаватися один одному грубими, жорстокими і неухважними. Наприклад, за перепрошувальним виразом «Я хочу подумати», найчастіше приховується різка відповідь «я НЕ хочу про це думати». Або навіть просто «НІ!», яке нелегко озвучити своєму співрозмовникові.

У діловому спілкуванні слід звертати особливу увагу на метавирази, які сигналізують про те, що співрозмовник прагне приховати правду або бажає спрямувати бесіду в неправильне русло.

Слова «чесно кажучи», «на правду» або «якщо бути щирим» відразу ж дають зрозуміти, що співрозмовник далеко не так відвертий, чесний і щирий, як він стверджує. Деякі люди несвідомо розшифровують ці слова й інтуїтивно відчують, що співрозмовник намагається їх ошукати. Наприклад, фразу «Чесно кажучи, це найкраще з того, що я можу Вам запропонувати» потрібно розуміти, як «Це, звичайно, не найкраща пропозиція, але, можливо, Ви все ж таки повірите» [3].

Також варто зазначити, що багато людей мають погану звичку використовувати подібні слова. Вони часто передують дійсно чесним пропозиціям, а в результаті домагаються зворотного ефекту – до їхніх слів ставляться з недовірою. Тому, у діловому спілкуванні потрібно здійснювати постійний самоконтроль за вживанням метаслів.

Маніпулятивна метамова відображає наміри співрозмовника підштовхнути Вас до думки або дії, якої від Вас вимагають: «Ви так не думаєте?», «Відчуваєте?», «Чи не так?». У таких випадках мають на увазі однозначну стверджувальну відповідь, що дозволяє тому, хто запитує, маніпулювати своїм співрозмовником.

Коли ділові люди проводять переговори або ділові зустрічі, метамова використовується ними в повній мірі. Наприклад, «Я не вважаю, що ви повинні це зробити» означає «Зробіть це!». «Бізнес є бізнес» – спроба виправдати свої неетичні дії або подібні вчинки когось іншого. Коли співрозмовник говорить, що у нього «діловий підхід», це означає, що він збирається «вичавити» з Вас все, що можливо [3].

Таким чином, успішність фахівців залежить не тільки від якості оволодіння ними сучасними управлінськими знаннями, умінням мислити і діяти в системі управління, а й значною мірою від рівня сформованості їх культури, зокрема оволодіння культурою ділового спілкування, важливою складовою якого є метамова, тобто мова, схована в звичайній розмові. Якщо ж забрати з нашої мови всі метавирази, то розмова стане короткою, різкою і виключно змістовною. Ми будемо здаватися один одному грубими, жорсткими і неуважними. Метамова «пом'якшує удари», які ми завдаємо один одному, дозволяє нам маніпулювати співрозмовником, досягати своєї мети, і не наносячи образ своєму співрозмовнику проявляти свої емоції.

### **Список використаних джерел:**

1. Введенская Л.А. Деловая риторика: учеб. пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – М.: МарТ, 2004. – 512 с.
2. Деревянкин Е.В. Деловое общение: учебное пособие / Е.В. Деревянкин. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 48 с.
3. Етика ділового спілкування: [навч. посіб.] / Т.Б. Гриценко, Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
4. Росс Джордж. Переговори в стилі Трампа. Перемога в будь-якій сделці / Д. Росс; [пер. с англ. Е. Колотвиной]. – СПб.: Питер, 2009. – 364 с.