

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ І ПРИКЛАДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

ЗАПЛЕТНЮК ВІТАЛІЙ ВОЛОДИМИРОВИЧ

Допускається до захисту:
в. о. завідувача кафедри інформаційних
систем управління д. е. н., професор
Ольга АНІСІМОВА
«___» _____ 20__ р.

**ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ВВІЧЛИВОСТІ
І СТРАТЕГІЇ МІТИГАЦІЇ У ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ**

Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Кваліфікаційна (магістерська) робота

Керівник:
Галина ЛУКАШ, професор кафедри
інформаційних систем управління,
д. філол. н., професор

Оцінка: ___ / ___ / ___
(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця – 2024

АНОТАЦІЯ

Заплетнюк В. В. Засоби актуалізації ввічливості і стратегії мітигації у діловому мовленні. Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», освітня програма «Документаційне та інформаційне забезпечення управлінської діяльності». Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2024. 62 с.

Магістерська робота присвячена дослідженню засобів актуалізації ввічливості та стратегій мітигації у діловому мовленні. У дослідженні розглядаються теоретичні засади категорії ввічливості та мітигації, а також особливості їх використання для зниження категоричності висловлювань і забезпечення етичної комунікації. Метою роботи є аналіз і систематизація мовних засобів, що сприяють пом'якшенню конфліктів і підвищенню ефективності ділового спілкування.

Ключові слова: категорія ввічливості, стратегії мітигації, зниження категоричності, мітигація, комунікативне пом'якшення, комунікативні стратегії, конфліктна ситуація, пом'якшення категоричності висловлювання

Табл. 2. Рис. 7. Бібліограф.: 37 найменувань.

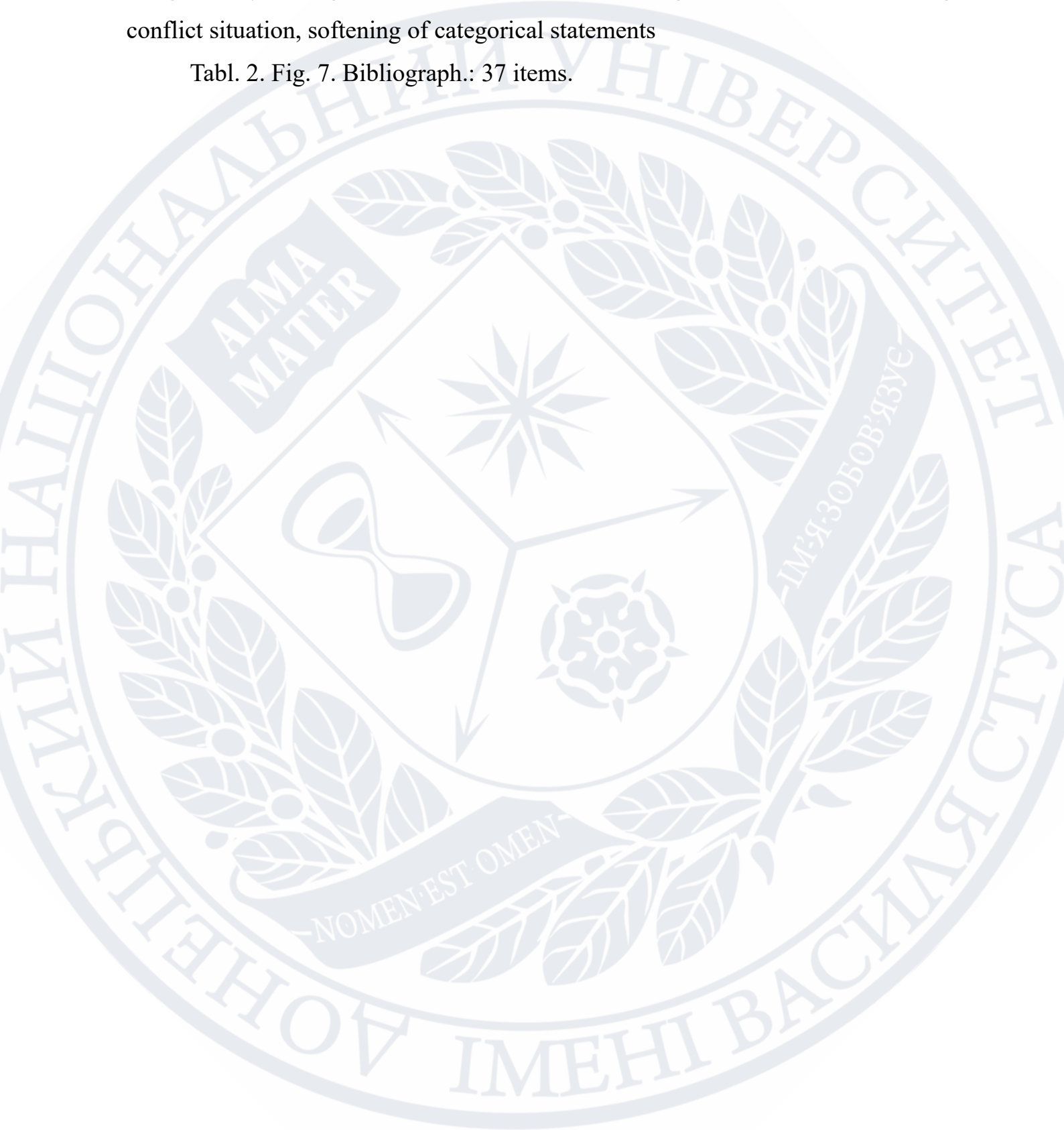
SUMMARY

Zapletniuk V. V. Means of actualizing politeness and mitigation strategies in business speech. Specialty 029 «Information, Library and Archival Affairs», educational program «Documentation and Information Support of Management Activities». Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2024. p.

The master's thesis focuses on the study of politeness strategies and mitigation techniques in business communication. It examines the theoretical foundations of politeness and mitigation, emphasizing their role in reducing categorical statements and ensuring ethical communication. The aim is to analyze and systematize linguistic tools that enhance conflict resolution and improve the effectiveness of business interactions.

Keywords: category of politeness, mitigation strategies, reduction of categoricity, mitigation, communicative softening, communicative strategies, conflict situation, softening of categorical statements

Tabl. 2. Fig. 7. Bibliograph.: 37 items.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВВІЧЛИВОСТІ ТА МІТИГАЦІЇ.....	8
У ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ	8
1.1 Поняття ввічливості у комунікації та її функції у діловому мовленні.....	8
1.2 Теорії ввічливості та їх застосування у діловій комунікації	11
1.3 Мітигація як комунікативна стратегія у діловому мовленні	17
1.4 Комплімент як мовний засіб та його роль в мітигації	22
РОЗДІЛ 2 ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ВВІЧЛИВОСТІ У ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ	27
2.1 Вербальні засоби ввічливості у професійному спілкуванні для вираження ввічливості у діловому листуванні, зустрічах та перемовинах	27
2.2 Роль невербальних засобів у побудові ввічливого і позитивного комунікативного середовища	31
2.3 Стандарти етикету у діловій комунікації	37
РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЇ МІТИГАЦІЇ У ДОКУМЕНТАЦІЙНІЙ ПІДТРИМЦІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	41
3.1 Стратегії пом'якшення у ділових листах та документах з фокусом на зменшення конфліктного потенціалу	41
3.2 Роль мітигації у конфліктних та переговорних ситуаціях	49
3.3 Практичні рекомендації щодо застосування ввічливості та мітигації у документаційній підтримці управлінської діяльності.....	53
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	59

ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена зростаючою потребою в ефективній комунікації у професійних середовищах, де взаємодія між учасниками має бути не лише інформативною, але й етичною та збалансованою. Ввічливість та мітигація є важливими компонентами ділового мовлення, оскільки вони сприяють створенню позитивного психологічного клімату, підвищенню продуктивності комунікації та зниженню напруження в потенційно конфліктних ситуаціях. У сучасному інформаційному суспільстві, де ділові комунікації нерідко відбуваються в багатонаціональному та міжкультурному контекстах, правильне застосування принципів ввічливості та мітигації дозволяє уникати непорозумінь та підтримувати взаємоповагу між учасниками.

Дослідження цієї теми важливе також для розвитку комунікативної компетентності в бізнес-середовищах, адже знання теоретичних основ та практичних інструментів мітигації допомагає ефективно реагувати на виклики, які виникають у різноманітних ділових ситуаціях.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити та систематизувати засоби актуалізації ввічливості та стратегії мітигації у діловому мовленні для забезпечення ефективності й етичності комунікації в бізнес-середовищі, виробити рекомендації щодо застосування ввічливості та мітигації у документаційній підтримці управлінської діяльності й ефективного дотримання ввічливості та мітигації у робочих документах і ділових взаємодіях.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до поняття ввічливості та мітигації в документній лінгвістиці та документознавстві.
2. Визначити основні засоби мовної ввічливості, що використовуються в діловому мовленні.
3. Дослідити стратегії мітигації, що застосовуються для зменшення конфліктності у професійному спілкуванні.

4. Виявити та описати специфіку використання стратегій ввічливості і мітигації у діловому контексті.

5. Розробити рекомендації щодо оптимального використання мовної ввічливості та мітигації в ділових комунікаціях.

Об'єкт дослідження: процеси ділової комунікації, що включають використання мовних засобів ввічливості та мітигації.

Предмет дослідження: засоби актуалізації ввічливості та стратегії мітигації, що використовуються для забезпечення ефективної і тактовної комунікації у діловому мовленні.

Теоретичне значення: проведено дослідження актуального стану теоретичних підходів до поняття ввічливості та мітигації в галузі документної лінгвістики та документознавства. Практична цінність отриманих результатів полягає в розробці, вдосконаленні та впровадженні рекомендацій для ефективного використання мовних засобів ввічливості та мітигації в ділових комунікаціях.

Новизна: розгляд філологічної теми у сфері документознавства, що поєднує філологію та документознавство, досліджуючи, як мовні засоби ввічливості впливають на ділові документи. Робота також аналізує культурні відмінності у використанні ввічливих форм у діловому спілкуванні, що важливо в умовах глобалізації. Дослідження сучасних комунікаційних технологій та їх впливу на стратегії мітигації є новим напрямом. Крім того, робота показує, як правильне використання мовленнєвих стратегій може підвищити ефективність управлінських комунікацій, що підкреслює важливість мовного етикету в бізнесі та в інших сферах ділових відносин.

Апробація результатів дослідження.

Заплетнюк В. В. Граматичні засоби актуалізації ввічливості у писемному діловому мовленні. *Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері: збірник матеріалів IX Всеукраїнської наукової студентської конференції (м. Вінниця, 12 квітня 2024 р.)* / ред. кол. Г. П. Лукаш, О. М. Анісімова та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. С. 135-138.

Лукаш Г.П., Заплетнюк В.В. Комунікативний функціонал етикетних формул ввічливості. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Вінниця, 01 листопада 2024 р.).* Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2024. С. 35–37.

Структура кваліфікаційної (магістерської) роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів і списку використаних посилань (найменування). Загальний обсяг роботи становить 62 сторінки друкованого тексту. Таблиць – 2, рисунків – 7 .

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВВІЧЛИВОСТІ ТА МІТИГАЦІЇ У ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ

1.1 Поняття ввічливості у комунікації та її функції у діловому мовленні.

Протягом тисячоліть у різних історичних епохах ввічливість завжди вважалася важливою рисою міжособистісних стосунків. Це підтверджується багатьма словами, які описують цю, безумовно, значущу людську якість: *ввічливий, привітний, люб'язний, вихований, шляхетний, тактовний, чемний, галантний, тречний делікатний, куртуазний, шанобливий, уважний* та інші. Найважливішим у цьому переліку є термін *ввічливий*, що означає «той, хто дотримується норм пристойності та проявляє увагу до інших» [23, с. 18].

Протягом багатьох років явища ввічливості та етикету в комунікації привертали увагу численних науковців. Дослідження структури, національних особливостей та функцій етикетних формул, а також психологічних аспектів комунікативної компетентності проводили як зарубіжні, так і вітчизняні мовознавці та психологи (серед них М. Білоус [6], С. Богдан [7], А. Болотникова [8; 9], В. Гольдін, А. Єгідес, М. Зьолковська, В. Левкович, О. Миронюк, С. Мос, В. М'ясищев, М. Ночевник, Л. Петровська, Е. П'єткевич, Я. Радевич-Винницький [23], К. Смолька, М. Стельмахович [29], К. Сергієнко [26], Н. Формановська та інші). Як правильно підкреслюють дослідники явищ ввічливості, «ввічливість полягає у прояві доброзичливості, людяності, уваги та чемності» [23, с. 20].

Первісне значення терміна *ввічливість* пов'язане з виразом *у вічі*, оскільки основною функцією багатьох етикетних знаків була демонстрація миролюбності, а також відсутності ворожості та агресії. Спілкуючись (вітаннями, прощаннями, висловленням подяки, запрошеннями тощо), співрозмовники дивилися один одному у вічі. Комунікативні стереотипи мовленнєвого етикету, які не вносять

нового логічного змісту в спілкування, суспільством запропоновані для налагодження взаємодії між співрозмовниками та підтримання розмови в чіткій тональності з метою досягнення визначеної комунікативної мети. Таким чином, основні характеристики прагматики вже втілені в самій природі явища ввічливості

В «Сучасному словнику з етики» ввічливість визначається як форма взаємин між людьми, яка проявляється в уважності, доброзичливості, бажанні допомогти іншим, а також у коректності, люб'язності, делікатності та такті [31, с. 48]. Це також характеризується готовністю надати допомогу тим, які мають у цьому потребу. Як риса характеру та моральна якість, ввічливість проявляється у повазі до інших, що є звичною нормою поведінки для людини. На основі цих визначень можна виділити кілька ключових аспектів терміна *ввічливий* та його похідних форм, таких як *увічливість* і *увічливо*: (рис. 1.1).

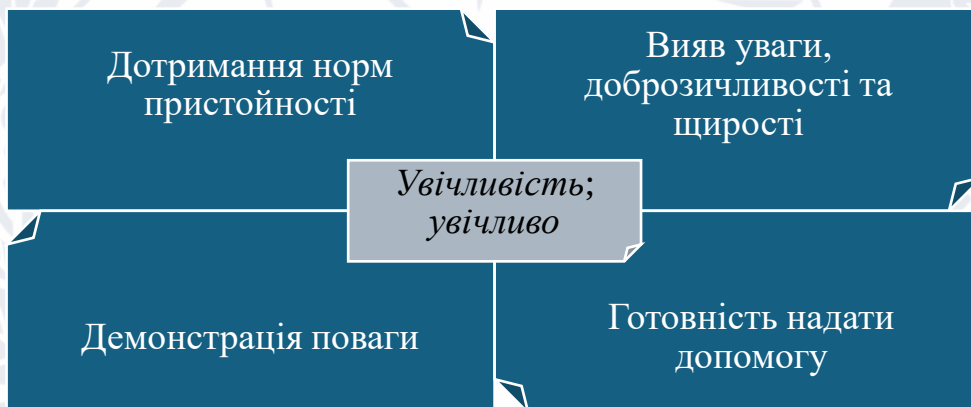


Рисунок 1.1 – Аспекти терміна «ввічливий» [31].

З погляду етикету ввічливість описують як сукупність дій, що за своїм змістом і зовнішнім проявом відповідають моральним нормам. [23, с. 39]. Очевидно, що лінгвістичний аспект проблеми залишився поза увагою. Визначення зосереджене на поведінковій стороні («сукупність вчинків»), яка, ймовірно, охоплює і мовний компонент.

У «Словнику української мови» ввічливість визначається як «дотримання правил пристойності, прояв уважності, люб'язності та чемності» [28, т. 1., с. 233]. На наш погляд, це визначення також виглядає дещо нечітким, оскільки базується переважно на переліку синонімічних характеристик до терміна «ввічливість».

Наприклад: *«Увічливий – це гречний, вихований, тактовний, обхідливий, коректний, делікатний»* [там само, с. 233].

Принцип ввічливості проявляється насамперед у використанні етикетних виразів. Але застосування стандартних фраз не є єдиним способом показати ввічливість. У сучасному спілкуванні помітна тенденція використовувати натяки, особливо в етикетних ситуаціях. Дослідження прагматичних і комунікативних аспектів ввічливого спілкування відкриває нові можливості для розуміння ввічливості через непрямі висловлювання, які допомагають досягти бажаного результату. Сьогодні в описі феномену ввічливості переважає прагматичний підхід. У його межах ввічливість сприймається як принцип мовної взаємодії, що допомагає мовцеві успішно досягати своїх комунікативних цілей, водночас враховуючи соціальні очікування співрозмовника [33, с. 7].

З прагматичної точки зору, ввічливість розглядається як стратегія або набір стратегій, спрямованих на досягнення успішного результату у спілкуванні. Вибір конкретної стратегії залежить як від зовнішніх, так і від внутрішніх чинників, таких як обставини ситуації, моральні переконання та культурні цінності. Для глибшого аналізу теорії ввічливості в межах прагматики важливо дослідити механізми вибору мовних стратегій, що допомагають виразити комунікативні наміри учасників, а також розглянути різні аспекти мовленнєвої діяльності людини та вплив на неї соціокультурних норм і правил мовної поведінки. [26, с. 13].

Дослідження категорії ввічливості та ключових положень теорії ввічливості є важливим для розуміння і впорядкування відмінностей у комунікативній поведінці представників різних культур. Це сприяє ефективнішій міжкультурній взаємодії та зміцненню міжособистісних стосунків. У цьому контексті підвищена увага до цієї комунікативної категорії в останні роки є цілком виправданою та актуальною, оскільки вона допомагає створювати більш гармонійні відносини у сучасному глобалізованому суспільстві.

1.2 Теорії ввічливості та їх застосування у діловій комунікації

Попри значний інтерес до поняття ввічливості, наразі немає загальноприйнятого визначення цієї категорії чи єдиної точки зору щодо її суті. Серед існуючих підходів можна виокремити кілька ключових концепцій: ввічливість як сукупність мовних максим і правил; ввічливість як «збереження обличчя»; ввічливість як домовленість про ведення діалогу; ввічливість як вияв такту; ввічливість як дискурсивне поняття. Норми, яких дотримуються учасники спілкування вперше сформулював Пол Герберт Грайс. Він є автором концепції принципу кооперації, що є основою комунікаційної взаємодії. На його думку, ключовим елементом ввічливості є прагнення співрозмовників до відкритості, дотримання певних принципів та готовність досягати компромісу в процесі спілкування. Це передбачає дотримання «домовленостей», які визначаються метою розмови.

Розгляд ввічливості як мовних максим та правил тісно пов'язаний з працями таких вчених, як П. Грайс, Р. Лакофф і Дж. Ліч. Коротко розглянемо кожен з цих підходів.

У своїй праці «Logic and Conversation», написаній у 1967 році та опублікованій у 1975 році, П. Грайс вперше спробував визначити правила, яких дотримуються співрозмовники під час спілкування. Він виходив з припущення, що учасники комунікації прагнуть до ефективної передачі інформації. Грайс висунув ідею, що в процесі обміну інформацією комунікатори співпрацюють, роблячи свій внесок у формування та розвиток взаємодії. В своїй праці «Logic and Conversation» (1975) Грайс описує, що комунікативний внесок всіх учасників діалогу має бути таким, щоб спільно обраний напрямок розмови завершувався компромісом або взаєморозумінням [33, с. 277]. Його знаменитий принцип кооперації складається з чотирьох ключових постулатів: кількість, якість, відношення та манера висловлювання. Кожен з цих постулатів містить більш детальні максимуми, що регулюють мовну поведінку.

Згідно з П. Грайсом, окрім зазначених максим, можуть існувати й інші, зокрема максима ввічливості. [33, с. 278]. Співрозмовники дотримуються цих

максим, що дозволяє їм організувати своє спілкування. Зазначені максими сприяють раціональному використанню мови і відрізняються від граматичних правил. Якщо порушення граматичних норм вказує на незнання мови, то недотримання мовних максим може бути сприйнято як сигнал про певні наміри мовця. У певних ситуаціях можливо використовувати кілька максим одночасно. (рис.1.2).



Рисунок 1.2 – Максимы за П. Грайсом [33].

П. Грайс також підкреслював, що його визначені правила спрямовані на досягнення ефективності та інформативності, не враховуючи експресивний аспект мови. Ці правила більше підходять для формального спілкування, ніж для повсякденних розмов. Обговорюючи універсальність своїх максим, П. Грайс зазначав, що вони відображають «раціональну» поведінку, проте не уточнював, що саме мається на увазі під цим терміном. Його підходи стали основою для подальших досліджень у сфері мовленнєвої ввічливості та комунікативної прагматики.

Ідея універсальності максим була піддана критиці Д. Хаймсом, який наголошував на тому, що в кожному суспільстві існують свої уявлення про кількість, якість, релевантність та ясність мовлення [26, с. 13]. Саме з цієї причини в багатьох культурах ці максими регулярно порушуються, що підтверджується численними міжкультурними дослідженнями, проведеними з моменту публікації роботи П. Грайса.

Робін Лакофф була однією з перших, хто спробувала впровадити постулати П. Грайса на практиці. Вона сформулювала два основні принципи, які назвала правилами прагматичної компетенції: «висловлюйтеся чітко» (be clear) та «будьте ввічливими» (be polite) [33]. Робін Лакофф вважає, що всі принципи П. Грайса можна включити до її першого правила. Вона зауважує, що спілкування, яке суворо дотримується цих принципів, може бути нудним і надто формальним, тому в повсякденному спілкуванні ці правила часто не дотримуються. Друге прагматичне правило Р. Лакоффа складається з трьох основних принципів: не нав'язуй свої думки (don't impose), надай співрозмовнику можливість вибору (give options) та будь доброзичливим (make the listener feel good, be friendly). Усі ці принципи мають одну спільну мету — створення комфортних умов для комунікації, хоча реалізуються вони різними шляхами [4, с. 78]. Проте Р. Лакофф не визначила чітко поняття ввічливості. Лише в своїх пізніших працях вона зазначила, що ввічливість слугує для зменшення непорозумінь у спілкуванні і є проявом поваги до інших людей [33, с. 280].

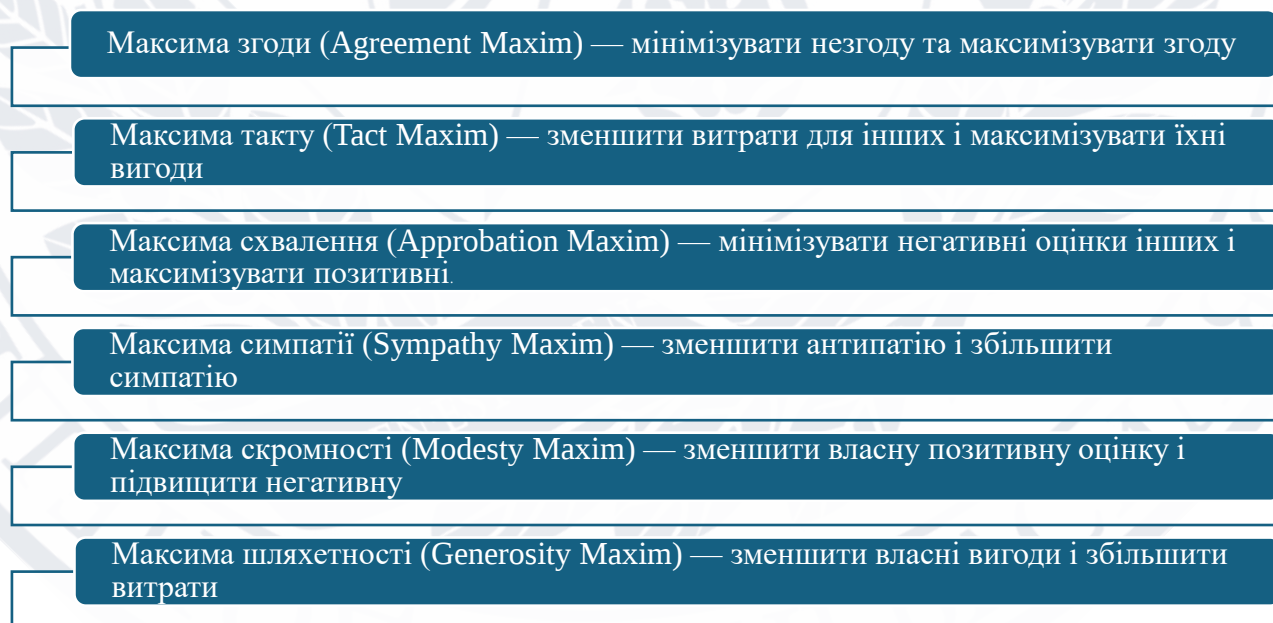


Рисунок 1.3 – Максими Дж. Ліча [33].

Розвиток мовних максим у спілкуванні продовжився завдяки дослідженням Дж. Ліча. Подібно до П. Грайса, Дж. Ліч уточнює свої принципи, виділяючи

шість основних максим: такту, великодушності, схвалення, скромності, згоди та симпатії. (рис. 1.3).

Наступним етапом розвитку мовних максим у спілкуванні стали дослідження Джофрі Ліча. Як і його попередники, П. Грайс і Р. Лакофф, він вважає, що спілкування базується на певному наборі правил і підправил. Хоча Дж. Ліч не надає чіткого визначення поняттю ввічливості, він підкреслює, що це важливий прагматичний аспект, який регулює процес комунікації. Ліч розглядає ввічливість у контексті риторичної прагматики, акцентуючи на її значенні в міжособистісних стосунках. Він зазначає, що принцип кооперації, запропонований Грайсом, взаємодіє з принципом ввічливості, доповнюючи його. Дж. Ліч також визнає можливість культурних відмінностей у застосуванні цих максим і припускає, що в різних культурах можуть бути пріоритетними різні аспекти ввічливості [26, с.16].

Джофрі Ліч також вважає принцип увічливості універсальним у поведінковому плані, хоча його застосування залежить від мовних, культурних і соціальних контекстів. Він підкреслює, що цей принцип тісно пов'язаний із конкретними типами мовленнєвих актів і виконує роль посередника в реалізації намірів співрозмовників. Якщо цілі комунікації різняться, увічливість може маскувати незгоду або потенційний конфлікт; навпаки, коли цілі збігаються, ввічливість сприяє зміцненню міжособистісних зв'язків [26, с. 16].

Погляд Пенелопи Браун і Стівена Левінсона на ввічливість як на «збереження обличчя» ґрунтується на концепції «обличчя», запропонованій Ервіном. Гоффманом у 1967 році. Розвиваючи цю ідею, вони вважають обличчя універсальним поняттям, яке відображає соціальний імідж, за збереження якого дбає кожен індивід у суспільстві [19]. Збереження обличчя не є метою комунікації, а швидше необхідною умовою, без якої ефективне спілкування стає неможливим. Кожна людина в суспільстві повинна вміти дотримуватися цієї умови. Ервін Гоффман підкреслює, що вміння зберігати обличчя можна порівняти з освоєнням правил дорожнього руху, але в контексті соціальної взаємодії [26, с. 18].

Класична теорія ввічливості, розроблена Пенелопою Браун і Стивеном Левінсоном, має унікальний підхід до вивчення цього явища. Її популярність зумовлена новаторським аналізом комунікативних стратегій, які люди використовують для підтримки позитивного або негативного «обличчя». Браун і Левінсон починають з концепції про те, що учасники спілкування є «раціональними агентами», що означає, що вони стратегічно обирають свої мовні засоби. У кожної особи є як «позитивне обличчя», так і «негативне». Позитивне обличчя відображає прагнення індивіда бути правильно оціненим і прийнятим у суспільстві, тоді як негативне обличчя відображає прагнення кожної дорослої людини мати свободу дій і уникати втручання з боку інших, тобто це бажання підкреслює важливість особистого простору для індивіда [26, с. 16].

Коли співрозмовники вступають у комунікацію, вони прагнуть підтримувати і зберігати обличчя один одного. Для досягнення цієї мети вони використовують різноманітні комунікативні стратегії. У своїх дослідженнях автори вводять терміни «позитивна ввічливість» і «негативна ввічливість», які мають різні орієнтації: перша спрямована на зближення, тоді як друга — на дистанціювання. Обидва типи ввічливості представляють собою системи комунікативних стратегій. Концепція «загрози обличчю» (face-threatening act, FTA) є ключовим елементом теорії ввічливості, розробленої П. Брауном і С. Левінсоном. Вони вважають, що обидва учасники спілкування зацікавлені у збереженні обличчя один одного, але часто їм доводиться стикатися із ситуаціями, що загрожують цьому обличчю. Проте існують стратегії, які можуть пом'якшити вплив таких загроз, і ці стратегії відомі як мовцю, так і адресату. Вибір стратегії залежить від оцінки ризику втрати обличчя з боку мовця [5, с. 66].

Теорія ввічливості, розроблена Пенелопою Браун і Стивеном Левінсоном, отримала широке визнання та була предметом активного вивчення, а також критики і пропозицій щодо вдосконалення. Після публікації своєї роботи в 1987 році автори додали до неї коротку передмову, в якій підсумували результати досліджень, проведених у попередні десятиліття. Контакт, що характеризується ввічливістю, відбувається відповідно до етикетних норм, які формувалися

національною спільнотою протягом багатьох поколінь. Модель ввічливості є абстрактною конструкцією, що проявляється через поведінку, жести та вербальні висловлювання з чітким прагматичним змістом. Проте їхній підхід не був повністю обґрунтованим, і дослідники визнали наявність недоліків у деяких аспектах. Тим не менш, вони вважали, що в цілому змогли досить чітко представити свою концепцію.

Бенджамін Фрейзер і Уільям Ноулен пропонують розглядати ввічливість як договір, що регулює ведення діалогу. Вони розвивають ідеї Поля Грайса про принцип кооперації та враховують концепцію «особи» Ервіна Гоффмана, проте їхні погляди відрізняються від теорії Пенелопи Браун і Стивена Левінсона. На думку Фрейзера і Ноулена, кожен учасник розмови має уявлення про свої права та обов'язки, а також про права та обов'язки співрозмовника. Ці уявлення можуть змінюватися в процесі спілкування, але учасники завжди усвідомлюють необхідність дотримання цього «договору». Таке поводження стає нормою, тому його не сприймають як ввічливе; неввічливими вважаються лише порушення принципу кооперації. Фрейзер зазначає, що учасники комунікації не оголошують намір бути ввічливими. Вони діють відповідно до принципу кооперації, а висловлювання не можуть бути самі по собі ввічливими або неввічливими; лише учасники можуть бути такими, якщо їхні слова відповідають нормам конкретної комунікативної ситуації [4, с. 76].

Бенджамін Фрейзер представляє ввічливість як динамічний і змінний концепт, що є основним моментом його теорії. Такий підхід дозволяє розглядати ввічливість як гнучку систему, що адаптується до різних умов. Цей підхід має перевагу, оскільки він уникає спроби чітко класифікувати мовні акти за їх ввічливістю. Важливо також враховувати, що в деяких мовах існують складні структури, які вважаються ввічливими для носіїв цих мов. Отже, ввічлива особа визначається такими якостями, як такт, шляхетність, скромність і доброзичливість.

1.3 Мітигація як комунікативна стратегія у діловому мовленні

Мовне спілкування вважається одним з найважливіших видів людської діяльності. Увічливість є обов'язковим елементом цього спілкування, що забезпечує рівне, успішне та безконфліктне його протікання. Будучи однією з базових складових міжособистісного спілкування, ввічливість становить собою найважливіший регулятор поведінки людини, необхідний для досягнення ефективної соціальної взаємодії [12, с. 37].

Ввічливість є багатограним поняттям, яке вивчається в різних наукових дисциплінах. З часом зростає потреба в таких дослідженнях. Вона аналізується не лише в філософії та етиці як одна з ключових особистісних чеснот, але й активно досліджується в лінгвістиці, зокрема в прагмалінгвістиці, яка сформувалася наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття. Ця галузь акцентує увагу на комунікації як важливому елементі розвитку свідомості, психологічних процесів і соціальної взаємодії. Дослідники підкреслюють, що індивід не може існувати без комунікаційних зв'язків [12]. Комунікативний аспект ввічливості є критично важливим у прагматичній лінгвістиці. Ввічливість розглядається як необхідна умова для ефективної комунікації, що дозволяє учасникам дискурсу контролювати свої емоції та досягати максимальної результативності у спілкуванні. Це є основою багатьох західноєвропейських концепцій світогляду.

Модель української ввічливості базується на таких принципах:

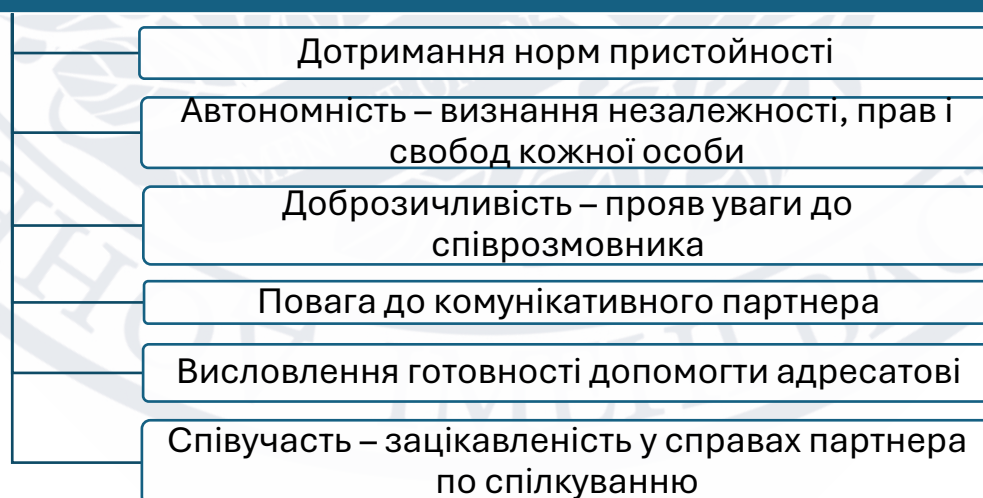


Рисунок 1.4 – Модель української ввічливості [7].

Модель української ввічливості розглядає Світлана Богдан (рис. 1.4). Таким чином, ввічливий українець – це людина, яка суворо дотримується норм пристойності, проявляє повагу, доброзичливість і щирість. Вона виявляє прихильність та симпатію до співрозмовника, демонструє зацікавленість у його думках і переживаннях, а також готовність надати допомогу. Крім того, така особа високо цінує свободу та право вибору свого партнера по спілкуванню [7, с. 47].

Для зменшення категоричності висловлювань використовують модальні слова, що передають значення припущення, сумнівності або невпевненості. О. Гандзюк зазначає, що такі слова, як *мабуть*, *можливо*, *здається*, *видимо* та *очевидно*, відіграють ключову роль у створенні змісту висловлювань, що мають гіпотетичний характер [12]: *«Мабуть, я вас зовсім заговорила»*; *«Можливо, ми підемо»*; *«Схоже, ви змінюєте напрямок своєї роботи»*; *«В майбутньому, очевидно, нам знадобляться ваші послуги»*. Використовуючи подібні фрази, мовець ніби ставить свій вислів на обговорення, надаючи йому ознаки невпевненості та сумніву. Можна сказати, що ці модальні слова виражають намір, реалізація якого залежить від бажання співрозмовника. І. Ківенко зазначає, що непрямі висловлювання з модальними словами зазвичай мають прагматичну мету – вираження спонукання [18, с.175].

Дієслова в наказовій формі першої особи множини відзначаються високим рівнем ввічливості. Ця форма створює враження спільної дії, оскільки мовець ніби залучає слухача до спонукання: *«Перегляньмо це питання ще раз!»*; *«Звернімо увагу на це положення!»*; *«Не витрачаймо часу!»*; *«Пам'ятаймо про це завжди!»*. У розмовному стилі також можливо вживати дієслова другої особи майбутнього часу з часткою *«давай»* (або *«давайте»*): *«Давайте обговоримо це ще раз!»*; *«Давайте вечеряти!»*; *«Давайте підемо на концерт!»* – у значенні пропозиції. Однак такі конструкції зазвичай вживаються лише у розмовній мові [3].

Частки *-но* і *-бо* допомагають пом'якшити накази, адже вони стоять після дієслова в наказовій формі: *«Почекайте-но на мене»*; *«Вийди-но на хвилинку»*;

«Вставай-бо, вже ранок». Крім того, частка *-но* може поєднуватися з *«давай»* (або *«давайте»*): *«Давайте-но напишемо листа!»*; *«Давайте-но допоможемо з ремонтом!»*; *«Давайте-но організуємо зустріч!»*. Також зниження категоричності висловлювань досягається через питально-спонукальні конструкції та запитання з модально-заперечними елементами, наприклад: *«Не могли б Ви...?»*; *«Чи не хочете Ви...?»*; *«Не підкажете Ви...?»*. Як зазначає А. Безноса, такі речення створюють гіпотетичні ситуації, що мають вищий ступінь імовірності невиконання в порівнянні зі звичайними проханнями. Сформульоване таким чином запитання дозволяє співрозмовнику відмовитися від виконання запропонованої дії, відповідаючи *«ні»* [3].

Використання питальних формул для вираження прохання є настільки поширеним явищем, що їх можна вважати фразеологізованими одиницями мови, на відміну від інших непрямих мовленнєвих актів. Приклади таких формулювань включають: *«Могли б Ви...?»*, *«Чи не могли б Ви так ласкаво...?»*, *«Можливо, зробите мені ласку...?»*, *«Чи не обтяжить Вас...?»*, *«Зможете мені допомогти...?»*, *«Можу Вас про дещо попросити?»*. Питальні конструкції, що передають невпевненість, вважаються більш ввічливими в порівнянні з розповідними реченнями. Ненав'язливе з'ясування можливостей співрозмовника з акцентом на скромності досягається за допомогою модальних дієслів, таких як *«могти»* і *«сміти»*: *«Чи можу я попросити Вас про допомогу?»*, *«Чи смію я вас відволікати?»*. Питальні речення, в яких предикати виражені в наказовій формі дієслова, реалізують значення пропозиції. Увічливість таких конструкцій забезпечується не лише питальною формою, а й різноманітними частками, такими як *«ну»*, *«що»*, *«чи що»*: *«А що, допоможете мені закінчити цю справу?»*. Це висловлювання демонструє зацікавленість мовця думкою адресата і має значення запиту інформації, а також є некатегоричним і ненаполегливим спонуканням до спільної дії. Таким чином, у запитаннях зі значенням пропозиції мовець не лише висловлює свою волю, але й активно залучає адресата до процесу виконання дії. При цьому за адресатом залишається право вибору – погодитися на виконання або відмовитися.

Серед некатегоричних спонукальних запитань можна виділити конструкції, що виражають пораду. Обережність у формулюванні поради чи пропозиції підсилюється використанням суб'єктивно-модальних лексем, які передають значення гіпотетичності або невпевненого припущення, таких як «може», «може б», «а може б»: *«Може б, Вам варто виступити на конференції зі своєю статтею?»*, *«Може б, випили б щось?»*. Використання інтенсифікаторів, таких як «слухайте» або «хочете», допомагає створити дружню атмосферу та сприяє доброзичливому спілкуванню між співрозмовниками: *«Слухайте, може, прогуляємося?»*, *«Хочете, трохи погуляємо?»*.

Таким чином, для модальності ввічливості важливу роль відіграє тип модального значення (бажання, можливість, невпевненість, сумнівність, ймовірність), а також модальні слова і частки, а також питальна форма висловлювання. Ми погоджуємося з думкою Л. Гринько, яка зазначає, що спосіб дієслова не має значного смислового розрізнення без врахування більш категоричних і менш категоричних форм спонукування [14], проте для суб'єктивно-модальних висловлювань у контексті ввічливої комунікації це є смисловою домінантою. Широко використовувані питальні речення тісно пов'язані з бажанням мовця зменшити соціальну загрозу для адресата через власну невпевненість у спонукальних висловлюваннях. Таким чином, адресат не нав'язує свою волю співрозмовнику, що надає висловлюванню м'який, некатегоричний і ввічливий відтінок. Перспективним напрямком є подальші дослідження, присвячені аналізу мовних індикаторів, які виражають модальність ввічливості.

Стратегія мовленнєвої поведінки охоплює всі аспекти організації комунікаційного процесу, коли метою є досягнення певних довгострокових результатів. У найширшому розумінні мовна стратегія передбачає планування комунікаційного процесу з урахуванням конкретних умов спілкування та особистостей учасників діалогу.

Вперше термін «мітигація» у закордонній лінгвістиці ввів Б. Фрейзер. Він визначає мітигацію як процес модифікації мовленнєвого акту, що має на меті

зменшити ймовірність небажаних наслідків у ситуаціях, коли мовленнєва поведінка може призвести до комунікативних збоїв або конфліктів. [27, с. 341]. Мітигацію досліджують численні закордонні лінгвісти. Як зазначає Дж. Флауердью, мітигація виступає як комунікативний інструмент, який вказує на міжособистісний обмін між учасниками спілкування. Вона також є прагматичною стратегією, що має на меті модифікацію значення, подібного до ввічливості та ухильності [27, с. 253]. Згідно з думкою К. Каффі, термін «мітигація» слугує загальним поняттям, яке охоплює набір стратегій, що базуються на метапрагматичних знаннях, і використовується для підвищення ефективності комунікативних висловлювань [27, с. 822]. Дж. Елвуд вважає, що мітигація має суттєве значення в процесі спілкування, оскільки вона виступає як спосіб зменшення стресу, який зазвичай реалізується в певному дискурсі та базується на когнітивних аспектах [20, с. 213]. М. Лангнер, німецький лінгвіст, визначає мітигацію як ключову комунікативну стратегію, що має на меті зменшення ймовірності порушень у процесі спілкування [27, с. 35]. Згідно з Б. Мартіновським, мітигація є прагматичною, когнітивною та лінгвістичною поведінкою, яка має на меті зменшення вразливості співрозмовника [14]. Олена Селіванова тлумачить мітигацію як комунікативну стратегію, що передбачає пом'якшення мовленнєвої поведінки мовця щодо адресата [27, с. 281]. Це робиться з метою зменшення ризику виникнення суперечок, згладжування відмови, запобігання втраті обличчя, а також уникнення або вирішення конфліктів, що в свою чергу підвищує ефективність комунікаційних дій. Ю. Деде характеризує мітигацію як комунікативну категорію, що включає стратегії навмисного пом'якшення, які сприяють підтримці комунікативного балансу під час спілкування. Це, в свою чергу, забезпечує ефективність мовленнєвого контакту [15, с. 122].

Застосування мітигативних стратегій покращує взаємини між комунікантами, створюючи позитивний контакт і знижуючи ризик непорозумінь. Мітигація є важливим інструментом для ефективної комунікації, оскільки

адаптує висловлювання до соціального контексту та емоцій співрозмовників, підвищуючи якість спілкування.

1.4 Комплімент як мовний засіб та його роль в мітигації

Тлумачний словник української мови визначає комплімент як «приємні, люб'язні слова; похвала, лестощі» [11, с. 114]. Це визначення ставить поняття «комплімент» поряд з «лестощами», що може пояснити, чому в професійному спілкуванні компліменти часто ігноруються. Однак важливо зазначити, що комплімент не має негативної конотації, властивої лестощам. Якщо лестощі є маніпулятивним інструментом, що містить перебільшення, то комплімент підкреслює реальні позитивні якості людини, допускаючи лише невеликі перебільшення. Таким чином, використання компліментів не пов'язане з обманом чи маніпуляцією [32].

Н. В. Шапран у своїй роботі детально описує комплімент як висловлення, що містить позитивну оцінку особистих якостей або вчинків адресата. Мета компліменту полягає в створенні позитивної атмосфери для спілкування, адже успіх комунікації значною мірою залежить від того, наскільки комфортно співрозмовникам під час розмови. Компліменти демонструють зацікавленість у співрозмовниках та сприяють покращенню взаєморозуміння [36, с. 421].

Механізм дії компліменту ґрунтується на створенні позитивної атмосфери через приємні слова, які людина чує на свою адресу. Коли хтось отримує комплімент щодо своїх особистісних рис, він підсвідомо сприймає його як правду, оскільки ці якості є бажаними. Це викликає почуття задоволення та позитивні емоції, які асоціюються з особою, що зробила комплімент. Внаслідок цього у людини, яка отримала комплімент, виникає симпатія до того, хто його висловив, що полегшує взаєморозуміння між ними. Таким чином, ефективність комунікації зростає. Компліменти доцільно використовувати в більшості ситуацій ділового спілкування, як у горизонтальному, так і у вертикальному діловому спілкуванні.

Важливо пам'ятати, що ділова комунікація вимагає дотримання професійної етики, яка передбачає повагу до приватності особистого життя. Тому компліменти в діловому контексті мають бути зосереджені на професійних якостях. Прийнятними вважаються компліменти щодо пунктуальності, управлінських здібностей, виконання угод, швидкість ухвалення рішень та підготовка документів. Також можна згадувати риси, що сприяють ефективності роботи, такі як бадьорість і життєлюбство.

Дослідники виділяють кілька основних типів компліментів (рис. 1.5).

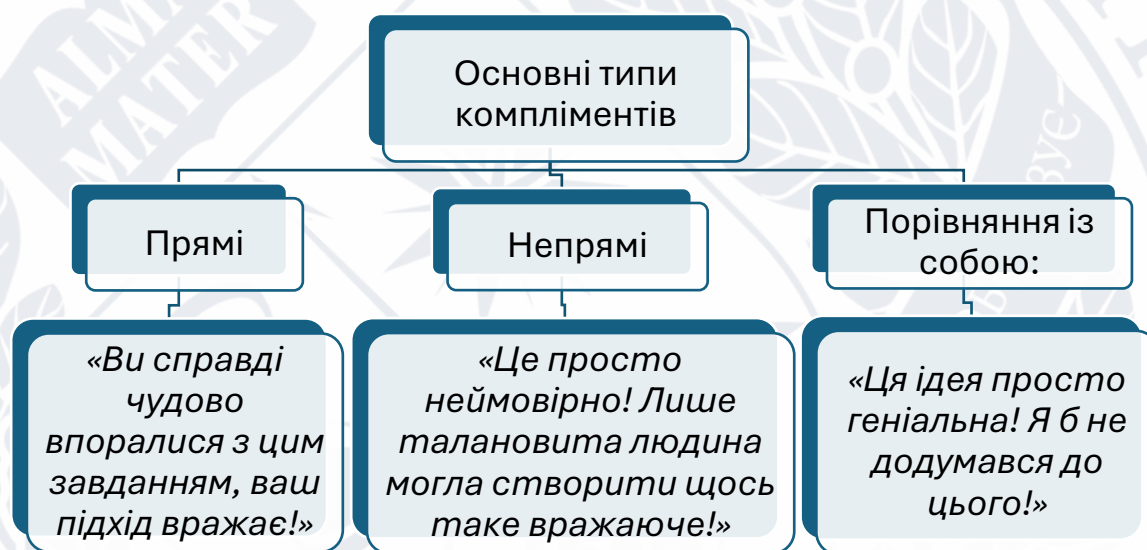


Рисунок 1.5 – Види компліментів [24].

Комплімент має бути сприйнятий як щирий вислів, що відповідає дійсності, і створює позитивну атмосферу. Для цього він повинен відповідати певним критеріям:

1. Бути щирим і доречним.
2. Мати оригінальність, конкретність та базуватися на фактах.
3. Не бути двозначним.
4. Містити лише незначні перебільшення, без гіпербол.
5. Враховувати високий рівень самооцінки адресата.
6. Не містити претензій або дидактичного підтексту.

Таким чином, правильні компліменти можуть суттєво покращити взаєморозуміння та атмосферу в спілкуванні.

Отже, компліменти на кшталт: *«Ваше вміння знаходити спільну мову з колегами завжди викликає у мене повагу»*; *«Ви дійсно є найкращим фахівцем у своїй галузі»*; *«Ваше вміння проводити детальний аналіз документів справляє велике враження»* (керівникові великої компанії); *«Ваша стратегія дійсно ефективна, але вам варто покращити навички публічних виступів»* – є неприйнятними.

Установка на щирість визначає певні правила формулювання компліментів, щоб вони звучали природно і не відривалися від загального контексту спілкування:

1. Включайте компліменти в загальний зміст фрази.
2. Уникайте додаткових пауз перед і після компліментів.
3. Формулюйте речення так, щоб після компліменту йшов змістовний текст.
4. Після компліменту намагайтеся додати щось цікаве, що приверне увагу співрозмовника.
5. Обдумуйте компліменти заздалегідь; бажано, щоб вони були оригінальними і підкреслювали неочевидні якості [36, с. 423].

Щоб комплімент ефективно виконував свою роль – створював позитивну атмосферу для продуктивної співпраці, важливо проявити емпатію [24]. Це означає, що потрібно щиро цікавитися співрозмовником, зрозуміти його особистість та дізнатися, чим він найбільше пишається зі своїх досягнень. Здобута інформація допоможе зробити комплімент більш індивідуальним, що, в свою чергу, сприятиме створенню позитивної атмосфери в спілкуванні. Таким чином, професіонали повинні звертати увагу на компліменти як на важливий елемент ділового спілкування, оскільки вони значно впливають як на процес комунікації, так і на її результати.

Комплімент як елемент мовного етикету відображає особливості комунікативної поведінки певного народу. Під комунікативною поведінкою розуміють встановлені правила та традиції спілкування, притаманні конкретній лінгвокультурній спільноті. Зазвичай, вона має виражене національне

забарвлення, що свідчить про специфіку компліментів у різних культурах. Існує поширена думка, що українці не дуже люблять робити компліменти і вважають, що їх слід заслужити [25, с. 88]. Це підтверджують численні прислів'я та приказки: *«На ласкаве слово не кидайся, а за грубе не гнівайся»*, *«Не говори тишино, щоб тобі на зле не вийшло»*, *«Ласкаве слово – що весняний день»* тощо. Суперечливе ставлення до компліментів в українській комунікативній культурі виникло через те, що їх часто ототожнювали з похвалою та лестощами. Однак це є хибним, адже незважаючи на загальний принцип використання компліментів, похвали й лестощів – ввічливість – останні два жанри етикету зазвичай застосовуються з корисливою метою [16, с. 145]

Компліменти можуть бути доречними в офіційній кореспонденції, адже добрі слова завжди приємні. Зазвичай їх вживають двічі: на початку та в кінці листа. Комплімент підкреслює повагу до адресата і створює позитивний настрій. Наприклад, лист можна розпочати з фрази: *«Шановний пане Посол, висловлюю вам свої найкращі побажання»*, що встановлює доброзичливий тон. Завершити лист можна словами *«З глибокою повагою»* або *«Цілком щиро ваш»*. Використання компліментів робить текст більш приємним і сприяє встановленню добрих стосунків у професійному середовищі.

Досі в мовознавстві та діловодстві існувала усталена думка, що діловий стиль є абсолютно позбавленим емоцій. Ця концепція також поширювалася на ділове листування, вважаючи, що листи повинні залишатися формальними, стандартними та містити лише найнеобхіднішу інформацію. Будь-яке відхилення від цих норм, особливо якщо текст був написаний у нестандартному стилі, сприймалося як недоречне і свідчило про непрофесійність автора. Проте сьогодні, коли комунікація між діловими людьми досягла нового рівня, змінюються й підходи до ведення листування. Сучасні тенденції вказують на те, що емоційний аспект може додати особливого шарму та ефективності у спілкуванні, роблячи його більш людським і доступним.

При складанні ділових листів важливо пам'ятати, що вони є офіційними документами. Тому їхній зміст має бути чітким, лаконічним і зрозумілим, без

зайвих деталей, які можуть відволікати від основної інформації. Водночас листи мають свою специфіку і відрізняються від таких документів, як протоколи, розпорядження або накази. І це свого роду письмова комунікація з адресатом, тому не варто обмежуватися лише стандартними формулами. Стиль і тон листа залежать від кількох факторів, зокрема від конкретної ситуації. Важливо враховувати мету написання, рівень знайомства з адресатом та необхідність дотримання субординації.

Комплімент, як елемент комунікації, виконує важливу функцію в процесі мітигації. У контексті соціальної взаємодії компліменти можуть слугувати засобом пом'якшення відмови або критики, що допомагає підтримувати гармонію у спілкуванні. Комплімент можна визначити як позитивне висловлювання, яке підкреслює позитивні якості або досягнення адресата. Він виконує кілька основних функцій у контексті мітигації:

- Зниження напруженості;
- Підтримка соціальної гармонії;
- Зміцнення міжособистісних зв'язків.

Наприклад, у ситуаціях відмови, коли потрібно відмовити у проханні, комплімент може пом'якшити негативний ефект: *«Ваша ідея дуже цікава, але на жаль, ми не можемо її реалізувати»*. У процесі критики комплімент також може бути використаний для пом'якшення критики: *«Ваша робота була справді вражаючою, але я б хотів обговорити деякі моменти, які потребують вдосконалення»*. Компліменти часто супроводжуються паравербальними (інтонація, темп мови) та невербальними (жести, міміка) елементами, які підсилюють їхній ефект. Наприклад, позитивний тон голосу може підсилити щирість компліменту, а усмішка або відкриті жести можуть додати до компліменту елемент доброзичливості.

Отже, роль комплімента в мітигації є важливою складовою комунікативної стратегії, яка сприяє збереженню соціальної гармонії та зменшенню негативних наслідків висловлювань.

РОЗДІЛ 2

ЗАСОБИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ВВІЧЛИВОСТІ У ДІЛОВОМУ МОВЛЕННІ

2.1 Вербальні засоби ввічливості у професійному спілкуванні для вираження ввічливості у діловому листуванні, зустрічах та перемовинах

Актуалізація ввічливості в діловому спілкуванні – це мистецтво підкреслити повагу, доброзичливість та готовність до співпраці. Це не просто формальні слова, а скоріше інструмент, який допомагає побудувати міцні ділові відносини. Актуалізація ввічливості в діловому мовленні є важливим аспектом сучасної комунікації, що сприяє формуванню ефективних ділових відносин. Вона включає використання граматичних засобів та етикетних формул, які допомагають підтримувати гармонію та взаємоповагу між співрозмовниками.

У формальній комунікації ключове значення мають ввічливі вирази, такі як звертання, прощання, вітання, прохання, подяка та вибачення.. Звертання є одним із найпомітніших і найчастіше використовуваних елементів мовленнєвого етикету. Основна мета цього підходу полягає в тому, щоб ідентифікувати співрозмовника, що допомагає залучити його увагу та висловити прохання чи пропозицію. Протягом свого історичного розвитку система етикетних звертань в українській мові зазнала значних трансформацій, що зумовлено тісним зв'язком із соціальною структурою суспільства. Сучасний набір формальних звертань містить такі слова, як товариш (товаришка, товариші), пан (пані, панове), добродій (добродійка, добродії), громада, друзі, товариство, громадянин (громадянка, громадяни), колеги. Такі звертання часто супроводжуються ввічливими (етикетними) прикметниками, такими як *шановний, дорогий, вельмишановний, високодостойний і глибокоповажний*. Наприклад: «шановний пане Президенте», «високоповажні пані та панове», «дорогі друзі», «вельмишановна громада», «глибоко шановні колеги». Вибір форм звертання значною мірою залежить від тональності спілкування. Сьогодні звернення «пане» (пані, панове) стало офіційним і зазвичай використовується в формальних

усних бесідах у поєднанні з прізвищем або посадою особи, наприклад: «пане Іваненко», «пане докторе», «пане декане». Коли спілкуються з колегами або керівниками, зазвичай вживають звернення на ім'я та по батькові, як-от: «Олександр Володимировичу», «Маріє Петрівно», «Сергію Миколайовичу». Історично в Київській Русі ім'я по батькові виконувало роль прізвища, як це було з Анною Ярославною. Лише з розвитком традицій почали закріплюватися прізвиська, і структура імен стала двокомпонентною, наприклад: «Володимир (Святославович) Великий». Таким чином, відмовлятися від традиційних українських форм звернення на ім'я та по батькові не є доцільним, адже це важлива частина нашої культурної спадщини [37].

Далі, якщо це листування, наступним кроком є перехід до основної мети вашого повідомлення – чи то звернення, запит, подяка тощо. Важливо ретельно обдумати перше речення, оскільки воно може суттєво вплинути на сприйняття всього листа. Якщо ви відповідаєте на запрошення або висловлюєте вдячність, доречно буде зазначити це вже в першому реченні: «Щиро вдячні за ваш лист з пропозицією щодо...», «Перш за все, хочу висловити свою подяку за...». У випадку листа-підтвердження можна використати формулювання на кшталт: «З радістю підтверджуємо нашу участь у...» або «З вдячністю підтверджуємо нашу згоду на...». Це допоможе створити позитивне враження та продемонструвати вашу ввічливість.

Іноді, коли ви занурені в робочі справи, може статися так, що ви забули відповісти на лист у зазначений термін. У такій ситуації доречно використати слова «вибачте» або «даруйте», якщо ваша мета – висловити щирі вибачення. Якщо ж ви прагнете зберегти більш нейтральний тон, що підходить для ділового спілкування, краще вжити слово «перепрошую». Наприклад: «Перепрошую за затримку з відповіддю – я був зайнятий». У вашому листі також важливо вказати, коли ви зможете виконати попередні домовленості або прийняти пропозицію. Однак слід пам'ятати, що в діловому листуванні не варто вдаватися до подробиць про особисті обставини чи причини затримки. Досить буде короткої фрази,

наприклад: *«На жаль, у той день виникла непередбачена ситуація»*. Це дозволить зберегти професійний стиль спілкування [19].

Евфемізми – це вирази, які використовуються для пом'якшення або заміни неприємних, грубих чи неприйнятних термінів [21]. Вони відіграють важливу роль у діловому мовленні, допомагаючи уникати конфліктів і зберігати ввічливість у спілкуванні. Евфемізми використовуються для зменшення негативного впливу певних слів або фраз. Наприклад, замість *«звільнення»* може вживатися *«оптимізація штату»*, що звучить менш різко. пом'якшені висловлювання для уникнення жорсткості або критичності, наприклад, замість *«Ви зробили помилку»* вживають *«Тут можливий неточний момент»*. Використання м'яких формулювань допомагає уникнути неприємних ситуацій у спілкуванні, що особливо важливо в бізнес-середовищі. Евфемізми дозволяють дотримуватися норм етики та моралі, замінюючи неприйнятні терміни більш прийнятними.

Ось кілька інших прикладів евфемізмів, які часто використовуються в діловій комунікації: *«економічні виклики»* замість *«борги»*, *«оптимізація штату»* замість *«скорочення працівників»* [21].

Граматичні індикатори ввічливості становлять систему протиставлень між позитивною та негативною ввічливістю. Вони є мовними прийомами, які регулюють комунікативну поведінку залежно від параметрів ситуації спілкування: спікер, адресат, мета, спосіб, умови та очікуваний ефект. У діловій сфері мовці використовують різноманітні засоби пом'якшення негативної інформації для посилення впливу на адресата та зменшення втручання в його приватну сферу, зокрема мітигатори та інтенсифікатори. Інтенсифікатори надають виразності мовленню, а мітигатори сприяють встановленню дружніх відносин та ввічливої атмосфери [8, с. 5].

Досліджуючи граматичні засоби актуалізації ввічливості, вчені найпоширенішими називають такі:

1.Кличний відмінок: відображає не лише адресата, але й намір мовця у встановленні контакту з використанням ввічливого тону. Це виражається у

вживанні відповідних звертань, що сприяють утворенню різноманітної системи одиниць з тенденцією до стандартизації в українській мовній культурі. Наприклад, на сайті Вінницької міськради маємо такі листи із звертанням до Голови Вінницької районної ради: *Шановний Ігоре Анатолійовичу! У Комітеті Верховної Ради України з питань національної безпеки, оборони та розвідки розглянуто звернення фракції Політичної партії «Європейська солідарність» у Вінницькій районній раді щодо грошового забезпечення військовослужбовців.*

В іншому листі інша форма кличного відмінка: *Шановний Ігорю Анатолійовичу!* (тут і далі приклади взято із Сайту міськради м. Вінниці [26]).

Якщо звертання містить іменник та ім'я, обидва слова будуть у кличному відмінку: *професоре Вікторе, пане Євгене, пане Степане, пані Тамаро, колего Софіє.* Але якщо в звертанні використовуються прикметники або займенники, вони будуть у формі називного відмінка: *шановний пане,* в усному звертанні: *вельмишановне панство .*

Останнім часом спостерігається тенденція уникання звертань: *До уваги мешканців міста Вінниці та Вінницької області! Інформація для тимчасово переміщених осіб!* Звернімо увагу: пом'якшення фрази відбувається за рахунок своєрідного м'якого залучання до мешканців Вінниці переміщених осіб, внаслідок такої побудови речення увага не сфокусована на називанні ВПО, або: *до складу робочої групи запрошуються особи, які мають досвід роботи у сфері діяльності...*[26].

2. Гоноративні займенники *пан/пані:* застосовуються для привернення уваги і встановлення соціальної дистанції в залежності від ситуації спілкування. Вони допомагають уникнути формальності у незнайомих взаємодіях та позначають повагу і регламентованість у бізнесових чи інших офіційних обставинах. *Зичимо Ярославі та пані Ірині нових досягнень у музейній праці, навчанні, поширенні знань про звичаї та традиції подолян і всіх українців .*

3. Ти-Ви-форми: українська мова використовує займенники «*Ти / Ви*» як виразний засіб ввічливого спілкування. Ці форми позначають соціальні взаємини і можуть змінюватися залежно від контексту та соціальних нюансів. «*Ви – опора*

міста», – Сергій Моргунов привітав працівників житлово-комунального господарства та побутового обслуговування із професійним днем. В інших документах відкритого доступу Вінницького сайту натрапляємо на такі мовні кліше: *Якщо **Ви відповідаєте** зазначеним вище вимогам та бажаєте взяти участь у діяльності вказаної робочої групи, **Вам потрібно** до 27 грудня 2022 року **надати** на електронну адресу таку інформацію ...*[26].

4. Дієслівні способи (зокрема, категорії способу, виду та часу): дієслова ввічливого спонукання, мовленнєві ритуали та етикетні дії є частинами комунікативної стратегії, яка включає поради, обіцянки, вираження доброчесності, вирази поваги та взаємодію з аудиторією. Категорія часу в увічливих висловленнях зазвичай використовує теперішній час для установлення ввічливого контакту. *«Запрошуємо вас приєднатися до нашої творчої спільноти та насолодитися часом, проведеним разом з вашими дітьми»,* – звучить у доповіді начальниці відділу молодіжної політики Олени Войтович [26].

2.2 Роль невербальних засобів у побудові ввічливого і позитивного комунікативного середовища

Окрім мови як основного засобу комунікації, у спілкуванні активно використовуються й немовні елементи: жести, міміка, інтонація. Кожен з цих невербальних компонентів може підтвердити або поставити під сумнів сказане. Однією з характерних рис невербальної комунікації є те, що її прояви часто залежать від нашої підсвідомості. Невербальне спілкування, що походить від латинського слова «*verbum*», що означає «слово», є процесом взаємодії між людьми, який здійснюється через різноманітні знакові системи, такі як міміка, жести, пантоміміка, а також використання простору, кольору і одягу.

Спілкування – це динамічний процес, що відображає емоції учасників через невербальні засоби, які можна вважати «мовою почуттів». Вони підсилюють зміст вербальної комунікації і можуть навіть замінити усне спілкування. Наприклад, мовчання іноді висловлює більше, ніж слова, а погляди передають інформацію, яка важко виражається словами. Невербальні елементи

доповнюють усну мову, відображаючи емоційні стани і сприяючи психологічному контакту. Мистецтво спілкування вимагає вмілого поєднання вербальних і невербальних аспектів. Від 60% до 80% комунікації відбувається через невербальні засоби. Емоції, як-от радість і недовіра, виражаються високим тоном голосу, тоді як гнів і страх – у широкому діапазоні тональності. Горе, сум і втома звучать м'яко і приглушено [1, с. 22].

Емоції, пози та міміка співрозмовників відіграють важливу роль у спілкуванні, допомагаючи зрозуміти їх ставлення до інформації. Кінесика – це комунікація через рухи тіла та жести, які часто відображають анатомічні особливості. Невербальні сигнали стають особливо важливими, коли вербальне спілкування ускладнене, наприклад, через мовний бар'єр. Тривожна людина демонструє швидкі та неспокійні рухи, тоді як пригнічена – повільні та обережні. Ці прояви не лише відображають емоційний стан, але й впливають на сприйняття слів іншими [17, с. 112].

Жест – це рух тіла, що відображає психічний стан особистості під час спілкування. Жестикуляція включає жести рук та тіла, які несуть зміст. У взаємодії жести відображають внутрішній стан людини та її ставлення до співрозмовника і інформації [1]. Емоційні реакції під час комунікації допомагають оцінити темперамент, рівень впевненості та риси характеру. Жести відкритості, такі як «розкриті руки» свідчать про щирість і бажання вести відверту бесіду, що часто спостерігається у дітей, які демонструють свої досягнення або ховають руки при відчутті провини. Жести відображають емоційний стан і ставлення до ситуації. Наприклад, схрещування рук може означати захист або спокій у невимушеній атмосфері. Жести міркування, як-от рука біля щок, свідчать про замисленість. Швидкість жестів змінюється з віком: у дітей вони більш виражені, тоді як у дорослих стають менш помітними. Діти можуть прикривати рот після неправди, а дорослі – торкатися носа. Жести підозрілості, як потирання чола або прикриття обличчя, вказують на недовіру. Для покращення комунікаційних навичок важливо використовувати відкриті та

позитивні жести [13, с. 29]. Ось деякі з типів жестів, які надає Євген Головаха, зображені на рисунку 2.1.

Жести руками

- Відкриті долоні — символізують чесність і відвертість.
- Долоня розвернута догори — прохальний жест, що не створює тиску
- Долоня розвернута вниз — вказує на владність і психологічний тиск.
- Перехрещені руки на грудях — свідчать про спробу захисту або негативну реакцію.

Жести ногами

- Перехрещування ніг — вказує на замкнутість і захист.
- Перехрещені щиколотки — свідчать про напругу і страх.
- Широко розставлені ноги: Цей жест може свідчити про негативні емоції або агресію.

Жести біля обличчя

- Рука як опора для голови — вказує на нудьгу.
- Погладжування підборіддя — може свідчити про ухвалення рішення.
- Торкання носа — асоціюється з брехливістю.
- Погладжування шиї: Цей жест може сигналізувати про емоційний дискомфорт або сумніви

Жести корпусу

- Нахил корпусу вперед: зацікавленість у розмові та готовність слухати
- Відкидання назад: втрата інтересу або бажання завершити розмову.
- Позиція «руки в кишенях»: невпевненість або відчуття дискомфорту в ситуації

Рисунок 2.1 – Типи жестів за Є. І Головахою [13].

Дослідження вираження емоцій через міміку розпочалися понад століття тому, зокрема в книзі Ч. Дарвіна «Вираження емоцій у людини й у тварини», виданій у 1872 році. Дарвін висунув гіпотезу, що мімічні рухи виникли з корисних дій і є вродженими, пов'язаними з видом тварин. У діловому контексті міміка охоплює зміни на обличчі під час спілкування, включаючи контакт очей і

напрямок погляду. та визначається природними емоціями та соціальними нормами взаємодії, надаючи інформації емоційної значущості, що важливо в переговорах. Мімічні вирази відображають характер мовлення та відносини: схвалення, осуд, радість тощо. Різноманітні почуття можуть бути виражені через усмішку, вираз очей або рухи брів. У діловому спілкуванні важливо враховувати ці невербальні сигнали, адже вони впливають на сприйняття інформації та формування довіри між партнерами. Фактори впливу на вираження емоцій у діловому середовищі, включають уроджені мімічні рухи, засвоєні способи прояву почуттів і індивідуальні особливості міміки. Обличчя співрозмовника забезпечує зворотний зв'язок, а невербальні сигнали, такі як міміка та жести, підсилюють смислові акценти й емоційний ефект інформації [13, с. 54].

Знання жестової мови та рухів дозволяє краще розуміти співрозмовника і передбачати його реакцію, що особливо важливо в діловому спілкуванні. Невербальні сигнали можуть вказати на готовність до контакту. Усвідомлене використання міміки та жестів підвищує ефективність комунікації та сприяє успіху переговорів. Психологи стверджують, що до 80% комунікації в процесі взаємодії відбувається невербально. Австралійський спеціаліст з мови тіла А. Піз зазначає, лише 7% інформації передається словами, 38% – через тон голосу, а 55% – через міміку та жести. Невербальна комунікація значно підсилює смисловий ефект вербальної і може її замінити. У діловому спілкуванні невербальні засоби часто важливіші за слова, тому важливо контролювати свої рухи й інтерпретувати сигнали співрозмовника. Ігнорування невербальних аспектів може призвести до непорозумінь [1].

Невербальні засоби комунікації включають в себе різноманітні елементи, такі як рухи тіла, жести (наприклад, рухи рук і ніг), просторові відстані між співрозмовниками, вирази очей та характер погляду, а також міміку обличчя. До них також належать тактильні контакти (як-от потиск рук або поцілунки), усмішка, використання косметики, реакції шкіри (наприклад, почервоніння чи збліднення), аромати (парфуми або алкоголь), а також одяг і його колір, манери поведінки та інші аспекти [34, с. 89] Ці всі невербальні засоби мовлення

класифікують за спорідненими ознаками, що висвітлює автор і ми зобразили на рисунку 2.2:

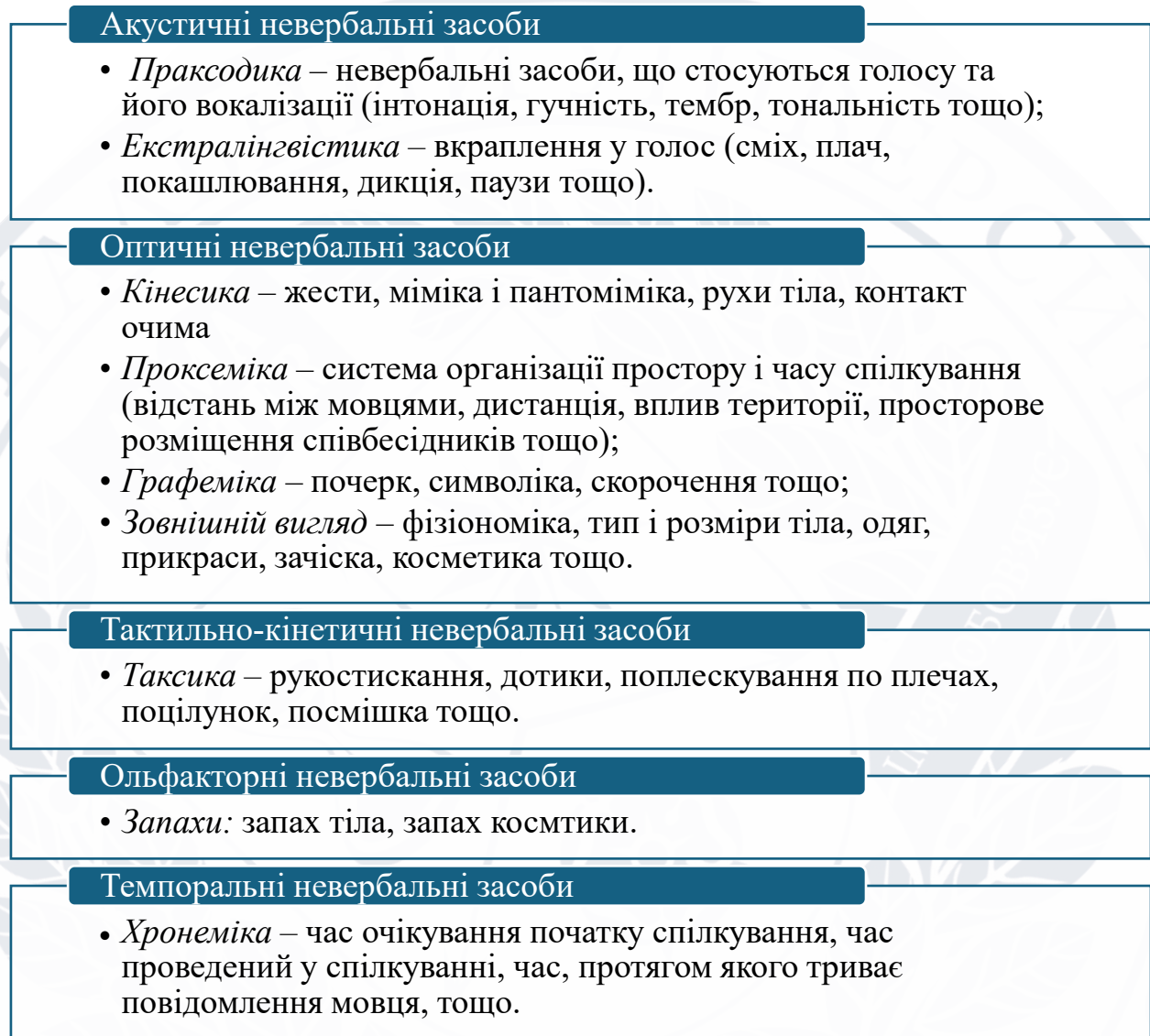


Рисунок 2.2 – Класифікація невербальних засобів мовлення [34].

Серед невербальних засобів комунікації важливу роль відіграє праксодика, яка стосується аспектів, пов'язаних з голосом. Вона включає інтонацію, гучність, тембр і тональність, які значно підсилюють смисловий ефект вербальної комунікації і можуть навіть замінювати слова. Праксодика допомагає передавати не лише інформацію, а й емоції та наміри. Використання цих елементів суттєво впливає на ефективність комунікації в бізнес-середовищі. Використання невербальних засобів, таких як інтонація, гучність, тембр і тональність, може суттєво вплинути на ефективність комунікації в бізнес-середовищі.

Праксодика відіграє важливу роль у ділових ситуаціях, таких як співбесіди, переговори та презентації. Розглянемо приклад співбесіди на посаду діловода.

Ситуація: кандидат проходить співбесіду в офісі компанії. Рекрутер запитує про досвід роботи з документами.

Питання від рекрутера:

«Які у вас є навички роботи з документами та системами обліку?»

Використання праксодичних засобів:

1. **Інтонація:** кандидат підвищує інтонацію на словах «я маю досвід», що підкреслює впевненість. Емоційна інтонація під час обговорення систем обліку демонструє зацікавленість.
2. **Гучність:** помірна гучність відповіді дозволяє рекрутеру легко чути кандидата, створюючи комфортну атмосферу для спілкування.
3. **Тембр:** м'який і приємний тембр голосу, особливо при згадуванні команди, допомагає встановити довіру.
4. **Тональність:** позитивна тональність під час опису досягнень, наприклад: «Я завжди прагну до точності», демонструє професійний підхід і готовність до викликів.

Висновок: ефективне використання праксодичних засобів створює позитивну атмосферу під час співбесіди. Інтонація робить відповідь динамічною; помірна гучність забезпечує комфорт; теплий тембр викликає довіру; позитивна тональність демонструє готовність до співпраці. Цей підхід покращує взаєморозуміння між кандидатом і рекрутером, сприяючи успіху в процесі найму.

Використання жестів, міміки та інтонації в діловому мовленні є важливими елементами невербальної комунікації, які можуть суттєво пом'якшити спілкування та створити позитивну атмосферу. Жести, як рухи рук і тіла, здатні підкреслювати емоційний зміст висловлювань, тоді як міміка відображає емоційний стан оратора і може сприяти встановленню дружньої атмосфери. Інтонація, що включає тон голосу, темп мовлення та паузи, має величезний вплив на сприйняття інформації. Важливо, щоб усі ці невербальні засоби були природними, відповідали змісту висловлювань і враховували культурні

особливості. Правильне використання жестів, міміки та інтонації не лише доповнює вербальне повідомлення, а й сприяє встановленню довірливих стосунків та покращує взаємодію між співрозмовниками [23].

2.3 Стандарти етикету у діловій комунікації

У вітчизняному мовознавстві спостерігається активний інтерес до аспектуального підходу в дослідженні мовленнєвого етикету. Наприклад, у кандидатських дисертаціях дослідників, таких як В. М. Литовченко, розглядається структура мовленнєвого етикету, а О. М. Миронюк аналізує його історичний розвиток. М. П. Фабіан проводить порівняльний аналіз етикетної лексики в українській, англійській та угорській мовах, тоді як О. М. Мацько зосереджується на функціонально-стилістичному аналізі мовних формул у дипломатичних текстах. Г. Т. Кузь досліджує етнолінгвістичні та функціональні аспекти вигуківих етикетних формул, а О. М. Мельничук звертається до синтаксично-стилістичного аспекту українського мовленнєвого етикету. Також Є. В. Демченко аналізує гендерний вимір категорії ввічливості. Дослідження англійської мови включають вивчення засобів вираження ввічливості (О. С. Спаланчук), а в німецькій мові розглядаються перформативні семантико-ілокутивні різновиди у контексті теорії перформативності. Ці роботи свідчать про різноманітність підходів до вивчення мовленнєвого етикету і його значення в сучасному комунікативному просторі [37].

В українському діловому мовленні засоби актуалізації ввічливості проявляються у різноманітних формах, які відіграють важливу роль у підтримці професійного тону спілкування. Актуалізація ввічливості в діловому спілкуванні – це мистецтво підкреслити повагу, доброзичливість та готовність до співпраці. Це не просто формальні слова, а скоріше інструмент, який допомагає побудувати міцні ділові відносини. Актуалізація ввічливості в діловому мовленні є важливим аспектом сучасної комунікації, що сприяє формуванню ефективних ділових відносин. Вона включає використання граматичних засобів та етикетних формул,

які допомагають підтримувати гармонію та взаємоповагу між співрозмовниками (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Основні групи засобів актуалізації ввічливості [31].

Мовні засоби	Реалізація мовних засобів
Лексичні засоби	Формули ввічливості Ввічливі звертання, вислови подяки та вибачення Евфемізми
Граматичні засоби	Модальні дієслова та умовний спосіб Займенники ввічливості Пасивні конструкції
Синтаксичні засоби	Складні речення Питальні конструкції
Прагматичні засоби	Стратегії позитивної ввічливості Стратегії негативної ввічливості
Соціокультурні засоби	Культурні коди і звертання Дотримання етикету

Ці елементи не лише допомагають встановити доброзичливі відносини з співрозмовником, але й демонструють глибоку повагу до нього як до особистості. Основні групи таких засобів:

Кожен лист варто починати з привітання. Часто постає питання, яку форму використовувати: «добрий день» чи «доброго дня»? Відомий мовознавець Олександр Авраменко радить вживати прикметник у родовому відмінку лише з іменником «ранок». Для привітань вдень і ввечері правильніше вживати називний відмінок – «добрий день» або «добрий вечір». Ці форми мають глибокі корені в українській усній традиції, що підтверджується такими прикладами, як: «Добрий вечір, пане господарю!» або «Добрий день, любий друже!». Також варто пам'ятати, що у сучасному спілкуванні можна використовувати універсальні привітання, які підходять для будь-якої частини доби, наприклад: «Вітаю!» Це дозволяє уникнути непорозуміння, якщо адресат прочитає ваше повідомлення не одразу. [14].

Формули ввічливості – це стандартні мовні вирази, які використовуються для створення ввічливого, офіційного чи просто доброзичливого тону в

листуванні або спілкуванні. Вони мають сталий характер і допомагають задати дружню або шанобливу атмосферу, що сприяє кращому сприйняттю інформації.

Наведемо приклади формул для різних етапів листа (табл. 2.2):

Таблиця 2.2 – Етикетні формули для різних етапів листа

Для початку листа	Для завершення листа
«Шановний(а)» – використовується для офіційного звернення до конкретної особи, наприклад: «Шановний пане Олександр», або «Шановна пані Олено».	«З повагою» – популярне завершення для офіційного листування. Доповнюється підписом (ім'ям та посадою).
«Доброго дня» – універсальне привітання, яке підходить як для формального, так і для неформального листування.	«Дякуємо за увагу» – доречне завершення, якщо лист інформативний або стосується запрошення чи співпраці.
«Вельмишановний(а)» – більш урочисте звертання, яке надає особливої поваги. Використовується у дуже формальному контексті.	«З найкращими побажаннями» – більш тепле завершення, яке підходить для напівофіційних листів.
«З повагою до Вас звертаюся» – підходить для більш офіційних звернень, особливо коли адресат є важливою або шанованою особою.	«Щиро дякуємо» – використовується у випадках, коли висловлюється вдячність за надану допомогу, пораду або відповідь.

У діловому або офіційному листуванні формули ввічливості важливі, оскільки вони встановлюють певний рівень етикету.

В Україні мовленнєвий етикет включає специфічні для нації правила комунікації, які реалізуються через систему усталених виразів і формул. Ці правила регулюють ввічливу поведінку в різних соціальних ситуаціях, прийнятих у суспільстві, серед яких: звернення до співрозмовника, привернення уваги, вітання, знайомство, вираження вдячності, вибачення, прощання та інші.

У різних життєвих ситуаціях важливо використовувати відповідні фрази, які допомагають встановити контакт і підтримувати ввічливість. Наприклад, для привітання можна використовувати такі вислови, як «Слава Ісусу Христу»,

«Христос народився» (під час Різдва) або «Христос воскрес» (на Великдень). Загальні привітання, такі як «Доброго ранку», «Добрий день», «Добрий вечір» та «Зі святом», також є доречними. Що стосується прощання, то вживаються фрази на кшталт: «До побачення», «Бувайте здорові», «До зустрічі», «До завтра» або просто «На все добре». Для вираження вдячності підійдуть слова, як-от: «Дякую» або «Щиро вдячний» [7, с. 44]. В українському мовленнєвому етикеті існують чіткі норми, які регламентують, хто і як повинен вітатися в різних обставинах. Наприклад, молодші за віком завжди вітаються першими з людьми старшого віку, а чоловіки – з жінками (так само як юнаки з дівчатами). У приміщеннях першим зазвичай вітається той, хто заходить, використовуючи такі фрази, як: «Добрий день» або «Доброго вечора». Коли виходять з приміщення, традиційно кажуть: «До побачення» або «Бувайте здорові». У сільській місцевості існує звичай вітатися з усіма односельцями та навіть з незнайомими людьми.

Головною вимогою мовленнєвого етикету є ввічливість, стриманість, пристойність, уважність і чемність у спілкуванні. Вихована особа завжди дотримується цих принципів, спілкуючись з будь-ким і в будь-якій ситуації. Український мовленнєвий етикет є важливою духовною силою, що підтримує нашу національну ідентичність. Саме тому різні поневолювачі намагалися спотворити його та нав'язати чужі традиції. Наприклад, в багатьох родинах діти звертаються до батьків, дідусів і бабусь на «ти», замість традиційного поважного «Ви». Також чужим є звертання по батькові, яке може принижувати роль матері. Якщо вже згадувати батька, важливо не забувати й про матір (наприклад, «син Василя і Галини»). Згідно з українським мовленнєвим етикетом, ім'я завжди має поєднуватися з прізвищем [31].

РОЗДІЛ 3

СТРАТЕГІЇ МІТИГАЦІЇ У ДОКУМЕНТАЦІЙНІЙ ПІДТРИМЦІ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1 Стратегії пом'якшення у ділових листах та документах з фокусом на зменшення конфліктного потенціалу

Ми пропонуємо таку класифікацію мітигативних стратегій. Вона ґрунтується на предметі пом'якшення – на типі мовного акту, який мовець намагається пом'якшити. Виокремлюємо такі стратегії:

1. Пом'якшення незгоди з думкою співрозмовника.
2. Пом'якшення негативної оцінки адресата або його вчинків.
3. Пом'якшення відмови.
4. Пом'якшення поганої новини.
5. Пом'якшення прохання.
6. Пом'якшення поради.
7. Пом'якшення обіцянки виконати певну дію.
8. Пом'якшення ухилення (перебивання та зміни теми).
9. Пом'якшення критики, використовуючи похвалу.

Мітигативні стратегії реалізують різноманітні комунікативні тактики, серед яких можна виділити тактики вибачення, подяки, схвалення, похвали, часткової згоди та зниження категоричності висловлювань. Для початку варто розглянути визначення цих мітигаційних тактик. Тактика вибачення, за словами Б. Єрманової, ґрунтується на прояві ввічливості і має дві основні ілюктивні мети: визнання провини та встановлення контакту [18]. Адресант прагне пом'якшити можливу шкоду для стосунків, підтримати гармонію та зберегти перспективу подальшого спілкування зі співрозмовником. Ситуацію, що викликала вибачення за перерване спілкування, адресант сприймає як негативну для адресата, тому він намагається згладити свою провину [14]. І. Ківенко зазначає, що вираження вдячності реалізує стратегію негативної ввічливості, яка полягає в «проявленні

поваги» [15, с. 126]. Ця стратегія допомагає зберегти «негативне обличчя» комунікатора, одночасно задовольняючи «позитивне обличчя» співрозмовника. Таким чином, вираження подяки не лише демонструє повагу, але й сприяє підтримці гармонійних стосунків між учасниками спілкування [10, с. 47]. У ряді наукових досліджень схвалення та похвали розглядають як тактики, що втілюють стратегії позитивної оцінки [28]. Відомо, що наміри позитивно-оцінних висловлювань не обмежуються лише бажанням висловити свою позитивну думку про об'єкт і створити позитивну емоційну атмосферу. Вони також включають, наприклад, прагнення впливати на поведінку адресата, встановлювати з ним контакт, підтримувати гармонійні стосунки та дотримуватися комунікативних норм. [2, с. 250]. Щодо розмежування таких близьких тактик, як схвалення і похвала, Н. Бігунова зазначає, що об'єктами схвалення є неживі предмети, ідеї та явища, які не стосуються особистих інтересів співрозмовника. Також до них відносять моральні та інтелектуальні якості, вміння і дії як самого співрозмовника, так і третіх осіб. [5, с. 202–203]. М. Лук'янець зазначає, що тактика часткової згоди виявляється адресатом у діалогічному дискурсі, коли він не погоджується з думкою співрозмовника, але прагне залишатися ввічливим і готовий йти на певні компроміси. Це проявляється в його бажанні врахувати аргументи іншої сторони, що свідчить про готовність до конструктивного спілкування [20, с. 216]. Щодо тактики зниження категоричності висловлювань, Н. Мілянчук визначає некатегоричність як лінгво-прагматичну категорію, що відображає мовну рефлексію мовця. Він намагається сформулювати свою думку так, щоб підтримувати інтерес адресата до спілкування. Мовець прагне пом'якшити категоричність своїх оцінок, особливо коли висловлювання містить негативну оцінку [15, с. 126]. Мовець намагається зменшити категоричність своїх оцінок, особливо коли його висловлювання містить негативну оцінку. Використання мітигаційної стратегії для пом'якшення незгоди з думкою співрозмовника обумовлено прагненням зберегти «обличчя» співрозмовника. Цю стратегію втілюють такі тактики, як схвалення, вибачення, зниження категоричності висловлювань та часткова згода.

Схвалення можна визначити як мовленнєвий акт, що виражає позитивну оцінку і має експресивний характер. Зазвичай воно реалізується у прямій формі та може бути частиною реагувального або, рідше, ініціувального комунікативного процесу. Важливо, що адресат не є об'єктом оцінки. Об'єктами схвалення виступають неживі предмети, ідеї та явища, які не пов'язані з особистими інтересами співрозмовника. Ця відсутність зв'язку з особистими інтересами суттєво відрізняє схвалення від інших мовленнєвих актів позитивної оцінки, таких як похвала, комплімент або лестощі. У випадку схвалення оцінюються характеристики об'єктів, на які спрямована ця оцінка.

Позитивний аспект у спілкуванні між співрозмовниками залежить від їхнього психоемоційного комфорту. Схвалення виступає як сигнал, що вказує на розвиток діалогу в комфортному форматі, який ґрунтується на переживанні та вираженні емоцій і почуттів.

Висловлення схвалення допомагає створити позитивну атмосферу, покращує настрій і сприяє доброзичливим стосункам між співрозмовниками. Мовець обирає комунікативну стратегію, яка передає його позитивне ставлення до ситуації, що може бути заздалегідь запланованим або виникати під час спілкування.

Адресант схвалення відчуває або робить вигляд, що відчуває позитивні емоції, якими хоче поділитися зі співрозмовником. Це допомагає йому зняти емоційне навантаження і створити позитивний фон для спілкування, налаштовуючи партнера на гармонійний діалог. Таким чином, схвалення має психологічний ефект «згладжування», сприяючи зближенню співрозмовників і викликанню позитивних емоцій. Використання схвалення дозволяє мовцеві м'яко висловити незгоду, відмову або критику ідей, запропонованих співрозмовником [5, с. 111].

Звернемося до ситуації, в якій менеджер проєкту Олег пише електронного листа своїй колезі Наталії щодо затримки в термінах виконання завдання. Олег усвідомлює, що затримка може викликати невдоволення, тому намагається

пом'якшити свою критику і зберегти позитивний емоційний фон спілкування.
Тема листа: оновлення статусу проєкту.

Шановна Наталіє,
сподіваюся, у вас все добре! Я хочу поділитися останніми новинами щодо нашого проєкту.

На жаль, ми зіткнулися з деякими непередбаченими труднощами, які призвели до затримки в термінах виконання завдання. Я розумію, що це може бути розчаруванням, особливо з огляду на наші попередні обіцянки.

Проте я впевнений, що ми можемо знайти рішення. Наша команда вже працює над усуненням проблем, і я пропоную організувати зустріч для обговорення подальших кроків. Це дозволить нам не лише вирішити наявні питання, а й зміцнити нашу співпрацю.

Дякую за ваше розуміння та підтримку. Чекаю на вашу відповідь.

З повагою,

Олег

У цій ситуації Олег використовує схвалення і позитивні формулювання для пом'якшення негативної інформації про затримку. Він висловлює розуміння ситуації Наталії і пропонує конструктивний підхід до вирішення проблеми. Це допомагає зменшити конфліктний потенціал і підтримує доброзичливу атмосферу в діловому спілкуванні.

І ще одна ситуація, де бухгалтер Ірина пише листа своєму керівникові Сергію щодо необхідності внести зміни в бюджет проєкту. Ірина усвідомлює, що такі зміни можуть викликати незадоволення, тому намагається висловити свою думку так, щоб зменшити ймовірність конфлікту. Тема листа: пропозиція щодо коригування бюджету.

Шановний Сергію,
сподіваюся, ваш день проходить успішно! Я хочу подякувати вам за вашу постійну підтримку нашого проєкту, це дійсно надихає команду.

Я хотіла б звернути вашу увагу на деякі аспекти нашого бюджету, які потребують перегляду. Після детального аналізу витрат я помітила, що кілька статей бюджету перевищують заплановані показники. Я розумію, що це може бути неприємною новиною, але вважаю, що ваша експертиза і досвід допоможуть нам знайти найкраще рішення.

Можливо, ми могли б організувати коротку зустріч для обговорення деяких змін? Я впевнена, що разом ми зможемо знайти оптимальні рішення, які забезпечать успішне завершення проєкту.

Дякую за ваше розуміння та підтримку. Чекаю на вашу відповідь.

З повагою,

Ірина.

У цьому варіанті Ірина акцентує увагу на схваленні, підкреслюючи позитивні аспекти роботи Сергія та його вплив на команду. Вона висловлює вдячність за підтримку і вважає його експертизу важливою для вирішення проблеми. Це допомагає зменшити конфліктний потенціал і створює більш доброзичливу атмосферу для обговорення складних питань.

Мітигаційна стратегія, що полягає в пом'якшенні негативної оцінки адресата чи його дій, реалізується через тактики вибачення, схвалення та похвали. Наприклад, мовленнєвий вислів, що ілюструє використання тактики похвали, може виглядати так: *«Я розумію, що ви могли опинитися в складній ситуації, і хочу відзначити, як ви вдало впоралися з цим викликом. Ваше рішення було дуже мудрим, і я впевнений, що воно принесло позитивні результати для всієї команди»*. У цьому прикладі тактика похвали допомагає зменшити негативний вплив критики, підкреслюючи позитивні аспекти дій адресата. Це не лише пом'якшує можливу образу, але й створює атмосферу довіри та підтримки, що є важливим у міжособистісному спілкуванні.

Стратегію пом'якшення прохання зазвичай втілюють через тактику зниження категоричності висловлювань, яка є важливим засобом у процесі комунікації, який дозволяє пом'якшити оцінки та уникнути прямого тиску на

співрозмовника. Вона реалізується через використання слів-обмежувачів (нейтралізаторів), які зменшують визначеність пропозицій, а також непрямих мовленнєвих актів, таких як питання або пропозиції замість прямих вимог. Це допомагає зменшити опір співрозмовника до виконання прохання, оскільки непрямі формулювання створюють враження вибору. Крім того, така тактика сприяє збереженню обличчя для обох сторін, що особливо важливо в культурах, де пряме запитання може сприйматися як агресивне. Стратегічне формулювання прохання з використанням різних методів пом'якшення – таких як вибачення, часткова згода або похвала – підсилює ефект зниження категоричності. Таким чином, ця тактика є потужним засобом для ефективного пом'якшення прохання та зниження можливого конфлікту у спілкуванні.

І наведемо такі приклади пом'якшення прохання через тактику зниження категоричності висловлювання з використанням слів-обмежувачів. Замість *«Ти повинен допомогти мені з цим проєктом»* можна написати *«Було б чудово, якби ти міг допомогти мені з цим проєктом»*, або в іншому прикладі замість *«Ти маєш прийти на зустріч»* слід написати *«Мені було б приємно, якби ти зміг прийти на зустріч»*.

Також в пом'якшенні прохання за допомогою тактики зниження категоричності висловлювання використовують непрямі мовленнєві акти, де замість *«Дай мені свій звіт»* використати прохання *«Чи можеш ти поділитися своїм звітом, коли матимеш можливість?»*, або замість *«Принеси мені ці документи»* написати *«Якщо тобі не важко, чи можеш ти принести ці документи?»*.

Ще можливі варіанти з використанням стратегічного формулювання прохання, якщо це вибачення, то звучатиме так: *«Вибач, що відволікаю, але чи можеш ти допомогти мені розібратися з цим питанням?»*; або з використанням часткової згоди: *«Я розумію що ти маєш багато справ, але чи міг би ти виділити кілька хвилин для розмови?»*; чи похвалою: *«Я завжди захоплювався твоїм підходом до роботи. Чи можеш ти поділитися своїми думками щодо цього завдання?»*.

Якщо мова йде про «Збереження обличчя», то замість таких фраз як: *«Ти не можеш пропустити цю зустріч»*, слід використати: *«Я б дуже хотів, щоб ти зміг бути на цій зустрічі, але розумію, якщо у тебе інші плани»*; або ще приклад: замість: *«Ти мушиш зробити це зараз»*, сформулювати: *«Якщо це не занадто складно, чи можеш ти зайнятися цим сьогодні?»*.

Ці приклади ілюструють, як пом'якшення прохання за допомогою тактики зниження категоричності може створити більш доброзичливу атмосферу спілкування і зменшити ймовірність опору з боку співрозмовника.

Стратегію пом'якшення поради зазвичай реалізує тактика зниження категоричності висловлювання, яка передбачає використання м'яких формулювань, які допомагають уникнути прямої критики та зменшити тиск на співрозмовника. Це може включати в себе використання умовних конструкцій, таких як *«можливо»* або *«я б рекомендував»*, що дозволяє висловити думку без жорсткого нав'язування. Додатково, важливо застосовувати фрази, які підкреслюють особистий досвід або думку, наприклад, *«на мою думку»* чи *«мені здається»*, що робить висловлювання менш категоричним і більш відкритим до діалогу. Також корисно використовувати запитальні формулювання, які заохочують співрозмовника до роздумів, наприклад: *«Чи не могли б ви подумати про це?»*. Це створює атмосферу співпраці та взаємоповаги, що є особливо важливим у конфліктних ситуаціях чи при обговоренні чутливих тем. Ще прикладами може бути додавання елементів підтримки або заохочення може зменшити негативне сприйняття поради. Наприклад, *«Я впевнений, що ви зможете впоратися з цим, але можливо, варто розглянути ще один варіант»*.

У процесі нашого дослідження було встановлено, що стратегію пом'якшення ухилення реалізують комунікативні тактики, такі як вибачення, часткова згода, схвалення та похвала. Наприклад, у діловому листі, адресованому співробітникам медичного закладу, керівник намагається уникнути прямої відповіді на запитання про скорочення бюджетів, застосовуючи цю стратегію пом'якшення ухилення.

Лист починається з вибачення за можливі незручності: *«Шановні колеги, я розумію, що питання фінансування викликає занепокоєння, і мені шкода за ситуацію, в якій ми опинилися.»* Це вибачення створює м'який тон і зменшує напруженість. Далі керівник використовує часткову згоду, щоб уникнути конфлікту: *«Я визнаю, що скорочення бюджетів може бути важким кроком. Однак ми повинні зосередитися на довгострокових цілях нашої організації».* Цей підхід дозволяє уникнути прямого обговорення негативних аспектів скорочень, одночасно підкреслюючи необхідність змін. Крім того, керівник додає елементи схвалення та похвали: *«Я хочу висловити свою вдячність за вашу невтомну працю та відданість. Ви робите важливу справу для наших пацієнтів».* Завершуючи лист, він запрошує до діалогу: *«Я відкритий до ваших думок і пропозицій щодо покращення нашої роботи».* Таким чином, цей приклад демонструє, як тактики пом'якшення ухилення можуть бути ефективно використані у ділових листах для зменшення конфліктного потенціалу та підтримки конструктивного діалогу [19].

Комунікація в ділових листах виходить за межі простого викладення фактів. Автор прагне спонукати адресата до дії, чітко формулюючи інформацію. Основна мета ділового листа – досягнення бажаного впливу на адресата. При аналізі ділового документа важливо враховувати елементи, такі як адресат, автор (адресант), взаємини між учасниками комунікації, контекст і наміри. Позамовні фактори, зокрема сфера діяльності, ставлення автора до змісту, підготовленість адресата та їх соціальний статус, суттєво впливають на спілкування. Адресант контролює мовну діяльність і обирає стратегії, що відповідають прагматичним цілям. Вибір мовних засобів обумовлений намірами комунікантів. Комунікативний акт відображає двосторонні взаємини між адресантом і адресатом, які впливають один на одного через спільну мовну систему.

У нашому дослідженні всі тексти, зокрема приклади ділових листів, мають позитивне спрямування і вимагають певних стратегій для ефективної комунікації.

3.2 Роль мітигації у конфліктних та переговорних ситуаціях

Ділове спілкування в усній чи письмовій формі передбачає постійну необхідність активної взаємодії між співрозмовниками. При цьому, уникаючи комунікативних конфліктів або комунікативного цейтноту, учасники комунікативного процесу прагнуть досягти своїх цілей і відстояти свої позиції або позиції свого підприємства, використовуючи певні комунікативні стратегії для досягнення певного кооперативного результату. У зв'язку з цим дуже актуальним видається новий виток інтересу до вивчення мітигації (термін перегукується з давньоримською риторичною традицією і вперше вводиться в *Rhetorica ad Herennium* в 86 – 82 р. до н.е.) в сучасній лінгвістичній науці зокрема, лінгвопрагматиці [27, с. 74]. Н. Баландіна стверджує, що «мітигація охоплює широкий спектр комунікативних стратегій, зумовлених метапрагматичними стимулами, які дозволяють мовцеві підвищити ефективність своїх мовних дій» і є «одним із способів управління дискурсом» [2, с. 105].

Розглянемо сказане на прикладі. Менеджер італійського підприємства на прохання про скорочення бюджету закупівлі європейського товару українським підприємством (у зв'язку зі складною економічною ситуацією в Україні та різким падінням попиту та купівельної активності), відповів так: *«Я підтверджую, що ми повністю усвідомлюємо великі труднощі, з якими ви стикаєтеся в Україні, і тому наш намір полягає в тому, щоб підтримати вас якомога більше. У цьому сенсі ми зберегли бюджет на рівні минулого сезону, тому ми не можемо надати подальше зниження. Проте ми можемо поступитися, щоб збалансувати категорії відповідно до ваших потреб, розподіливши надлишкову вартість взуття на інші категорії»* [26].

Насамперед він показав, що має знання про великі труднощі, які переживає Україна, і виявив бажання надати українському підприємству максимальну допомогу. Вона полягає в тому, щоб дати можливість при замовленні товару бути максимально вільними і збалансувати бюджет за бажанням і розсудом клієнта за різними товарними категоріями (альтруїстична, згідно з Б. Фрейзером, мітигація на користь адресата, спрямована на пом'якшення ефекту висловлювання для

співрозмовника) [27, с. 75]. При цьому інтереси власного підприємства він ставить на чільне місце: він зберіг бюджет минулого року *тому неможливо надати подальше зниження* і, відповідно, ні про яке зниження бюджету закупівлі мови йти не може (егоїстична, згідно з Б.Фрейзером, мітигація) [27, с. 75]. Він пом'якшив комунікативні ризики також щодо себе (а не тільки свого підприємства), оскільки менеджер, який допустив скорочення бюджету, обов'язково постраждає: він або буде зміщений зі своєї посади, або зазнає матеріальних втрат. Основний аргумент, що забезпечує особисто йому та його підприємства егоїстичну функцію його комунікації, – неприпустимість зниження бюджету сезону. Успішний менеджер використовує контактовстановлюючі елементи і прагне вникнути в психологію та цілі адресата, і це обумовлено його власними цілями як комуніканта: *Зважаючи на вищесказане, я можу сказати вам, що в ці перші дні літніх розпродажів 2023 ми отримали чудову реакцію наших роздрібних продавців. Колекція комерційна і дуже розвинена, є відмінним представником нашого бренду. Тому я впевнений, що у виставковому залі, маючи колекцію як точку відліку, ви не будете боротися з досягненням розумно очікуваних значень BDG»* [26].

Інакше кажучи, щоб досягти своєї мети, він повинен докласти всіх зусиль, щоб адекватно зрозуміти співрозмовника і гармонізувати свою і чужу свідомість: *«Я впевнений, що ви оціните нашу доступність, я з нетерпінням чекаю ваших добрих відгуків»*. При цьому прагматичне бажання бути зрозумілим трансформується в когнітивну стратегію зрозуміти того, хто повинен зрозуміти тебе, що цілком співвідноситься з однією з позицій лінгвопрагматики, а саме, інтерактивністю комунікантів [27, с. 71]. У наведеному прикладі стратегія пом'якшення відмови здійснюється за допомогою використання тактики непрямої / неособистої форми оформлення адресанта: ми, підприємство, персонал шоу-руму, тобто. заміною першої особи однини адресанта, першою особою множини чи іменниками, які відповідають третій особі множини (наприклад, персонал).

Основним висновком до роботи стало визначення мітигації як комунікативної стратегії, направленої на зменшення ілокутивної сили негативного впливу на учасника комунікації в умовах конфліктних ситуацій під час ділового спілкування.

Стратегія мітигації здійснюється шляхом застосування мовних інструментів, зокрема, засобів пом'якшення категоричності висловлювання, наприклад, використання модальних дієслів та безособового речення (*було б добре*); широкого використання особливого шару лексичних засобів: *ми можемо погодитися, наш намір підтримати вас, наскільки це можливо, ви оціните нашу доступність*. Стратегія мітигації здійснюється за рахунок застосування тактичних прийомів, таких як, наприклад, непряма, неособова форма вербалізації комунікативного наміру пом'якшення відмови за допомогою використання особового займенника *ми* (а не *я*), іменників *фірма* (а не *я*), *персонал шоу-руму* (а не *я*). Мітигація здійснюється в інтерактивному процесі, а не співвідноситься тільки з адресатом або адресантом. Це комунікативно стратегічне пристосування адресата і адресанта один до одного [14].

Про роль мітигації у конфліктних та переговорних ситуаціях ми наведемо приклад на об'єднанні співвласників багатоквартирного будинку (ОСББ). Управління конфліктами в ОСББ є важливим аспектом, оскільки багато людей помилково сприймають конфлікти як змагання, в якому потрібно перемогти [22]. Проте, у конфліктах, особливо в рамках ОСББ, перемога чи поразка не є метою. У спортивних змаганнях є чіткі правила, але в конфліктах їх немає, і наслідки можуть бути тривалими.

Часто учасники суперечок прагнуть підкорити один одного або домогтися останнього слова, що може приносити короткочасне задоволення, але не веде до конструктивного вирішення проблеми. Важливо пам'ятати, що з сусідами доведеться співіснувати, тому справжня перемога полягає в досягненні компромісу, де жодна зі сторін не відчуває себе переможеною. Одним із способів уникнення конфліктів є мітигація – модифікація мовленнєвих актів для зниження ризику негативних наслідків. Основні стратегії мітигації включають пом'якшення

незгоди з думкою співрозмовника та використання комунікативних тактик, таких як вибачення, подяка та часткова згода. Наприклад, висловлення на зразок *«Я ціную вашу думку, проте...»* дають змогу висловити незгоду, не викликаючи конфлікту. Це допомагає зберегти обличчя всіх учасників і знизити емоційне напруження.

Деякі особи вважають, що в конфліктних ситуаціях будь-які методи є прийнятними для досягнення своїх цілей. Проте навіть у складних ситуаціях важливо дотримуватися певних етичних норм. Критика повинна стосуватися дій, а не особистості. Якщо виникає суперечка, краще висловити свої зауваження конструктивно: *«Давайте спокійно обговоримо нашу проблему і знайдемо рішення»*. Використання мітігативних стратегій забезпечує більш ефективний діалог і зменшує ризики комунікативних збоїв. Завдяки свідомому підходу до спілкування та готовності до співпраці, можна створити комфортне середовище для всіх мешканців, що дозволить ефективно управляти конфліктами і запобігти їх повторенню [22].

У багатоквартирному будинку, що управляється ОСББ, виникла ситуація, коли пан Андрій почав ремонтувати свою квартиру в ранкові години, що заважало пані Марії, яка працює вдома. Вона вирішила звернутися до нього з проханням зменшити шум, але знала, що агресивний підхід може призвести до конфлікту. Тому пані Марія підійшла до ситуації обережно. Вона почала розмову так: *«Пане Андрію, вибачте, що турбую вас. Я знаю, що ви зараз займаєтеся ремонтом»*. Потім вона пом'якшила свою незгоду: *«Я цілком розумію, що ремонт – це важливо і я завжди захоплювалася вашим підходом до справи. Проте, чи могли б ви починати роботи трохи пізніше? Це допомогло б мені зосередитися на роботі»*. Додаючи альтернативу, пані Марія сказала: *«Можливо, ви могли б працювати з десятої години ранку? Це дало б мені можливість завершити ранкові завдання»*. Пан Андрій, почувши м'який тон пані Марії, відповів: *«Звичайно, я не хотів вас турбувати. Дякую за ваше терпіння! Я можу почати працювати з десятої години»*.

Завдяки використанню мітігації та пом'якшенню мовленнєвих актів пані Марії вдалося уникнути конфлікту і знайти компроміс з паном Андрієм. Цей підхід не лише вирішив проблему шуму, але й зміцнив добросусідські стосунки в ОСББ. Таким чином, у цьому прикладі були ефективно застосовані стратегії та тактики мітігації разом із засобами ввічливості, що дозволило уникнути конфлікту. А саме використовувалась стратегія пом'якшення прохання, з використанням вибачення, часткової згоди та похвали.

Отже, мітігація в конфліктних ситуаціях є важливим елементом управління комунікацією, особливо в умовах переговорів. Вона передбачає застосування стратегій, які допомагають зменшити напругу між сторонами та сприяють досягненню компромісу, допомагає уникнути ескалації конфліктів і забезпечує конструктивний діалог між сторонами.

Ввічливість дозволяє учасникам висловлювати свої думки та почуття без страху бути неправильно зрозумілими або образити один одного. Однією з стратегій використання ввічливих слів є застосування м'яких формулювань: замість того щоб говорити *«Ви помиляєтесь»*, можна сказати *«Я бачу це трохи по-іншому»*. Такий підхід допомагає уникнути захисної реакції співрозмовника. Питання замість тверджень також є ефективним: формулювання запитань, наприклад, *«Чи могли б ви пояснити свою позицію?»* заохочує до відкритого діалогу. Визнання почуттів іншої сторони, наприклад, висловлення розуміння почуттів співрозмовника: *«Я розумію, що це може бути непросто для вас»*, допомагає створити емпатію та зменшити напругу.

3.3 Практичні рекомендації щодо застосування ввічливості та мітігації у документаційній підтримці управлінської діяльності

На основі проведеного дослідження ми пропонуємо рекомендації щодо застосування ввічливості та мітігації у документаційній підтримці управлінської діяльності, які будуть корисними для документознавців і діловодів:

1. Завжди використовувати ввічливу форму звертання та обирати неформальні засоби, лише якщо це прийнятно і доречно.

2. Оформляти запити у формі пропозицій або прохань, а не вимог – це сприяє позитивному сприйняттю інформації.

3. Використовувати нейтральні та позитивні вирази для пом'якшення інформації, яка може викликати негативні емоції.

4. Чітко формулювати дії і рекомендації, уникаючи різкого тону і неконкретних формулювань, що можуть ввести в оману.

5. Завершувати документ вдячністю або запевненням у подальшій співпраці для створення позитивного враження.

Приклади текстів документів:

1. Лист-прохання про виконання завдання

Шановна Оксано Вікторівно,

Будемо вдячні, якщо Ви зможете надати оновлену інформацію щодо поточного статусу проекту до 15 листопада поточного року. Ми цінуємо Вашу увагу до деталей і високий професіоналізм, тому впевнені, що оновлення проекту з Вашою підтримкою буде ефективним і своєчасним.

Дякуємо за Вашу співпрацю!

З повагою,

Ірина КОВАЛЕНКО

2. Відмова від пропозиції у ввічливій формі

Шановний пане Андрію,

Дякуємо за Вашу пропозицію щодо участі в партнерському проєкті. Ми ретельно розглянули запропоновані умови і, на жаль, змушені повідомити, що в поточний момент не можемо взяти участь через обмежені ресурси.

Ми з вдячністю ставимося до Вашої ініціативи та будемо раді розглянути можливість співпраці у майбутньому.

З найкращими побажаннями,

Ольга МЕЛЬНИК

3. Лист-запрошення на ділову зустріч

Шановні колеги,

Запрошуємо вас взяти участь у зустрічі, присвяченій обговоренню планів на наступний квартал, яка відбудеться 20 листопада 2024 року о 14:00 в конференц-залі. Ваша присутність є важливою для нас, адже саме завдяки вашій компетентності та досвіду ми зможемо визначити подальші кроки для досягнення наших цілей.

Сподіваємося на вашу участь та активний внесок у дискусію.

З повагою,

Дмитро ЛЕВЧЕНКО

4. Лист із запитом на коригування звіту

Шановна Катерино Ігорівно,

Дякуємо за надісланий звіт. Після детального перегляду хотілося б попросити внести деякі уточнення. Це допоможе нам більш повно відобразити необхідні дані для прийняття управлінських рішень.

Ми будемо вдячні за внесення зазначених коригувань до 12 листопада 2024 року. Заздалегідь дякуємо за ваше розуміння та підтримку.

З найкращими побажаннями,

Сергій ВАСИЛЕНКО

5. Лист-подяка після успішної співпраці

Шановна Олено Михайлівно,

Дякуємо за ваш внесок у проєкт. Ваша професійна підтримка була для нас важливою і дозволила досягти успішних результатів. Ми цінуємо вашу уважність та відданість справі.

Сподіваємось на подальшу плідну співпрацю!

З повагою,

Наталія БОНДАРЕНКО

Зберігаємо ввічливий тон і забезпечуємо м'яке донесення інформації, що сприятиме позитивному робочому середовищу.

Ввічливість і мітигація відіграють важливу роль у документаційній підтримці управлінської діяльності, оскільки вони сприяють ефективному

спілкуванню і зменшенню конфліктів. Впровадження практичних рекомендацій щодо їх використання може суттєво покращити ділові взаємодії. Ввічливість в управлінській документації передбачає використання м'яких формулювань, що допомагають зберегти позитивний імідж організації та підтримувати добрі стосунки між співробітниками. Згідно з теорією Браун і Левінсона, важливо дотримуватись принципів позитивної та негативної ввічливості, що дозволяє уникати загроз для «обличчя» співрозмовників [4, с. 79]. Наприклад, замість прямого запитання *«Чому ви не виконали завдання?»* можна використати формулювання *«Я б хотів дізнатися про прогрес у виконанні завдання»*. Дуже важливі тактики, такі як пом'якшення незгоди або негативної оцінки. Наприклад, якщо потрібно відмовити у запиті, корисно висловити вдячність за звернення і запропонувати альтернативу: *«Дякую за вашу пропозицію, але наразі ми не можемо її прийняти. Проте я можу порекомендувати інший підхід»*.

Практичні рекомендації щодо застосування ввічливості та мітигації включають використання м'яких формулювань для зменшення категоричності висловлювань, визнання почуттів співрозмовника, пропозицію альтернатив у разі незгоди та ввічливі звернення, такі як *«будь ласка»* і *«дякую»*.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні аспекти засобів актуалізації ввічливості та стратегій мітигації у діловому мовленні. Розглянуті теорії ввічливості та їх застосування у діловій комунікації, що підкреслює важливість ввічливих формулювань для підтримки позитивного іміджу організації. Досліджена мітигація як комунікативна стратегія у діловому мовленні, що дозволяє пом'якшити напругу та уникнути конфліктів у спілкуванні. Вербальні та невербальні засоби ввічливості у професійному спілкуванні є ключовими для вираження ввічливості в діловому листуванні, зустрічах та перемовинах. Стандарти етикету у діловій комунікації відіграють важливу роль у підтримці ввічливості, адже дотримання стандартів та правил ділового етикету є необхідним для забезпечення успішної комунікації в організаціях. Стратегії пом'якшення у ділових листах та документах включають аналіз технік і мовних засобів, які допомагають зменшити конфліктний потенціал висловлювань у службових листах, записках і наказах. Роль мітигації у конфліктних та переговорних ситуаціях є особливо важливою, оскільки вона дозволяє ефективно врегулювати складні комунікативні ситуації. На основі проведеного дослідження розроблено практичні рекомендації щодо застосування ввічливості та мітигації у документаційній підтримці управлінської діяльності. Це сприятиме ефективному використанню ввічливих формулювань і стратегій мітигації у робочих документах і ділових взаємодіях.

У дослідженні запропоновано класифікацію мітигативних стратегій, яка ґрунтується на предметі пом'якшення – на типі мовного акту, який мовець намагається пом'якшити.

Названі мітигативні стратегії реалізують певні комунікативні тактики, до яких ми відносимо тактику вибачення, тактику подяки, тактику схвалення, тактику похвали, тактику часткової згоди і тактику зниження категоричності висловлювання.

Зроблено спробу визначити, чи є мітигація стратегією чи тактикою у діловому спілкуванні. У зв'язку з цим розглядаються ці два поняття, запозичені багатьма науками, в тому числі і лінгвістичною, з військової термінології. У роботі мітигація розуміється як комунікативна стратегія, що передбачає використання низки тактичних прийомів, для реалізації яких залучаються мовні засоби. Комунікативна категорія мітигації розглядається як елемент комунікативної свідомості, що регулює комунікативну поведінку учасників комунікації. Досліджується прагматична категорія категоричності висловлювання і мовні засоби її пом'якшення, що реалізують комунікативну мітигацію. Комунікативна категорія мітигації пов'язана зі зменшенням ілокутивної сили впливу на адресата в особливих комунікативних ситуаціях, а саме, в потенційно конфліктних ситуаціях, що досить часто виникають в діловому спілкуванні. Стратегії мітигації, як і тактичні прийоми її реалізації, є предметом дослідження також і в науках, пов'язаних з менеджментом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Алан Піз, Барбара Піз. Мова рухів тіла. *Країна мрій*, 2023. с. 416.
2. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному контексті: монографія. Київ: АСМІ, 2002. 332 с.
3. Безноса А. Модальність увічливості та пом'якшення категоричності висловлювання в українській мові. URL: <https://litmisto.org.ua/?p=8096>
4. Білоконенко Л. Мовний конфлікт і комунікативна норма: лінгвокультурологічний аспект. *Наукові записки*. Випуск 130. Серія: Філологічні науки (мовознавство) Кропивницький: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2024. С. 76–80.
5. Бігунова Н. О. Позитивна оцінка: від когнітивного судження до комунікативного висловлювання : монографія. Одеса: КП ОМД, 2017. 580 с.]
6. Білоус М. П. Заговори, щоб я тебе побачив. *Антисуржик: Вчимося ввічливо поводитися і правильно говорити/* За ред. О. Сербенської. Львів: Світ, 2024. 152 с.
7. Богдан С. Л. Мовний етикет українців: традиції і сучасність: монографія. Київ: Рідна мова, 2018. 475 с.
8. Болотнікова А.П. Граматичні індикатори вираження категорії ввічливості в українській мові: автореф. ... к. філол.н., Запоріжжя, 2018. 23 с.
9. Болотнікова А.П. Питання як засіб вираження категорії ввічливості. *International research and practice conference «Modern philology: relevant issues and prospects of research» : conference proceedings*, October 20-21, 2017. Lublin : Baltija Publishing, 2017. P. 8–11.
10. Брус М. П. Українське ділове мовлення : Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей: третє доповнене видання. Івано-Франківськ : Тіповіт, 2014. 306 с.
11. Бусел В. Т. Український тлумачний словник. Київ; Ірпінь: Вид-во «Перун», 2016. 1696 с.

12. Ганзюк О. Візуальний контакт як невербальний засіб спілкування. URL: https://typolohia.at.ua/index/vizualnij_kontakt_jak_neverbalnij_zasib_spilkuvannja/0101 (дата звернення: 20.09.2024 р.).

13. Головаха Є. І., Панина В. Н. Психологія людського взаєморозуміння: монографія. Київ: Інститут соціології НАН України, 2014. 223 с.

14. Гринько Л. В. Засоби пом'якшення категоричності висловлювання і стратегії мітигації в діловому мовленні (на матеріалі іспанського та італійського ділового листування). DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2018.2\(41\).151339](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2018.2(41).151339)
Записки з романо-германської філології. Актуальні проблеми сучасного мовознавства.

15. Деде Ю. В. Мітигативні стратегії та тактики, якими керуються персонажі англomовного художнього дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2019. № 43. том 2. С. 122–136.

16. Зубець Н. Прагматика компліментного акту мовлення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 22. С. 142–147.

17. Іоффе М. В. Особливості невербального аспекту спілкування в управлінській діяльності. Дис.....д-ра філософії за спеціальністю 053 психологія (05 Соціальні та поведінкові науки). Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, Київ, 2023. 297 с.

18. Ківенко І. Мовленнєвий акт подяки: прагмалінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови) : дис ... канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2018. 226 с.

19. Loyer Hunt. Ділове листування: правила звернення, вибачення, відмови та прощання українською мовою. URL: <https://loyer.com.ua/uk/dilove-listuvannya-pravila-zvernennya-vibachennya-vidmovi-ta-proshhannya-ukrayinskoyu-movoyu/> (дата звернення 26.10.2024).

20. Лук'янець М. Класифікація респонсивних стратегій і тактик (на матеріалі англomовного діалогічного дискурсу). *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету*. Серія «Філологія. Педагогіка. Психологія». 2015. Вип. 30. С. 213–218.

21. Калагута О. С. Вживання евфемізмів у сучасному політичному дискурсі. *Молодий вчений*. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5965> (дата звернення 26.10.2024)

22. Національна комунікаційна платформа свідомих власників житла. «Конфлікти в ОСББ: як їх перетворити на благо». 23.01.2023. URL: <https://osbb-ok.org.ua/posts/konflikty-v-osbb-yak-yix-peretvoriti-na-blogo> (дата звернення 13.11.2024).

23. Освіта UA. Спілкування як особливий вид діяльності. Невербальне спілкування. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/management/14868/> (дата звернення 11.11.2024).

24. Остапенко В. Основні правила компліментів. Естетика у сучасному світі. URL: <http://estetica.etica.in.ua/osnovni-pravila-komplimentiv/> (дата звернення 07.11.2024).

25. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. Київ: Знання, 2016. 291 с.

26. Сайт міськради м. Вінниці. URL: <https://vinrayrada.gov.ua/8-sklykannya-16-12-54-27-04-2021/> (дата

27. Селіванова О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.

28. Сергієнко К.П. Ввічливість як предмет лінгвістичних досліджень. *Вісник Луганського національного університету*, 2023. № 6. С. 12-19.

29. Скаб М. С. Граматика апеляції в українській мові. Чернівці: Місто, 2022. 272 с.

30. Словник української мови: В 11 томах. Київ, 1970-1982.

31. Стельмахович М. Український мовленнєвий етикет. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/1098/> (дата звернення 22.11.2024).

32. Тлумачний словник української мови. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні Національної академії наук України. URL: <http://www.inmo.org.ua/> (дата звернення 07.11.2024).

33. Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики: словник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 416 с.

34. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навч. посібник. Київ: Академвидав, 2018. 280 с.

35. Човганюк М. М. Основні концепції теорії ввічливості. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. Випуск 10'2013. С. 277–282.

36. Шапран Н. В. Функціональні особливості компліментарних висловлень в англомовному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». Вип. 11. С. 421–428. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/253/1/11_09_16.pdf (дата звернення 07.11.2024).

37. Шарата Н. Г., Кравченко Т. П. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Миколаїв: МНАУ, 2020. 222 с. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7916> (дата звернення 07.11.2024).