

## СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА КУЛЬТУРА ДІЛОВОЇ УСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*І. М. Серебрянська*

*У статті висвітлено основні риси ділової усної комунікації. Охарактеризовано найважливіші принципи, етапи та функції деяких її видів. Подаються найуживаніші стандартні фрази українською та англійською мовами. Аналізується сучасна методика навчання ділового спілкування.*

Основою людських взаємин є спілкування. З цим твердженням важко не погодитися, адже протягом нашого життя ми постійно вступаємо в стосунки з різними людьми, обмінюємося думками, почуттями, волевиявленнями, інформуючи таким чином один одного. Але всі ми різні, отже, й спілкуємося ми також по-різному. Хтось із нас отримує задоволення від спілкування, а для когось воно, навпаки, є тягарем. Хтось відповідно досягає своєї мети, а в когось нічого не виходить. І досить часто успіх має той із нас, хто добре володіє «технікою» спілкування й успішно застосовує її в щоденній практиці. Під «технікою» спілкування розуміємо сукупність стандартів культурної поведінки, етичних і естетичних норм у використанні вербальних і невербальних засобів комунікативної взаємодії. Поєднання цих елементів під час комунікації і становить мистецтво спілкування [1, 346]. Оволодіння цим мистецтвом особливо актуальним стає в наш час, коли ми намагаємося встановити міцні ділові стосунки в різних сферах не лише в межах нашої країни, а й далеко поза ними. Отже, зупинимося на виразальних засобах ділової української мови й англійської як міжнародної та їх стилістичних особливостях.

Композиційно-мовленнева структура кожного стилю зумовлена соціальними завданнями функціонального розрізнення мовленнєвої комунікації в сферах діяльності людини. Сферу ділових стосунків обслуговує офіційно-діловий стиль, який відзначається чітким і лаконічним викладом змісту, факту, однозначністю формулювань, несуперечливою аргументацією викладеного. У зв'язку з цим в усному діловому мовленні спостерігається стандартизація, штампи, використання слів із нейтральним значенням, повторюваність тих самих слів, форм, зворотів, конструкцій як результат досягнення однотипності вираження думки [1, 16]. Наприклад, в українській мові: сфера обслуговування, підтримувати дипломатичні відносини, всенародне обговорення, ринкові реформи, факти — неспростовна річ, одержувати інформацію; в англійській мові: to be interested in, to be at somebody's disposal, to have an appointment, at your disposal, first of all..., to inform somebody, to let somebody know. Хоча слід бути уважними, використовуючи штампи. Іноді мовознавці надають цьому поняттю негативного відтінку, замінюючи його на більш позитивне — *кліше*. Так, зустрічаємо, наприклад, визначення: **мовні штампи** — це стерті, колись образні вислови, зайві слова, неточні вислови, безконечні, стилістично не вмотивовані словесні повтори, які створюють негативний і стилістико-смісловий ефект. Хоч мовні кліше рідко породжують штамп, але наявність таких конструкцій не на своєму місці або багаторазове їх повторення призводить до появи штампів: «Це людина, яка брала участь в боях проти німецько-фашистських загарбників. Вона брала участь у визволенні Орла, Вітебська, Мінська, Вільноса, Києва...». Не слід також зловживати й канцелярськими висловами типу *за рахунок, у зв'язку з, згідно з, у результаті, в силу, з метою*, іменниками віддієслівного походження типу *забезпечення виконання завдання*. Часто спостерігається нанизування кількох абстрактних слів, розміщених поряд: *питання підвищення, забезпечення виконання, здійснення завдання, виконання зобов'язання*. У таких випадках рекомендують перший іменник замінити інфінітивом: *забезпечити виконання, виконати зобов'язання*. Іноді в основу таких словосполучень вводяться слова *робота, боротьба, експеримент, дослідження* та інші, за якими йде не властивий

загальнонародній мові прийменник *по*. Повторюючись у багатьох словосполученнях, він також штампує мову (*робота по впровадженню...*, *боротьба по винищенню...*, *експеримент по застосуванню...*, *дослідження по ліквідації...*). Такі вирази необхідно замінювати словосполученням з прийменником *з* або зовсім змінювати (*впроваджувати*, *винищувати*, *експеримент із застосування*, *дослідження з ліквідації*).

Одні й ті самі слова-означення, що додаються часто до іменників у мовних кліше, також розглядають як штампи: *мати велике значення*, *відігравати важливу роль*, *приділяти значну увагу*, *склалися певні стосунки*, *викликають значний інтерес*, *у даний час* та ін. Особливо невизначеними є означення *певний* і *даний*, які мовознавці радять замінювати конкретними прикметниками та займенниками — *невеликий*, *незначний*, *цей*.

Не сприяють чіткому висловленню думки слова або цілі вислови, що суперечать логічному зв'язку: *більша половина* (необхідно *більша частина*); *у березні місяці*; *живопліт з кущів*; *озима пшениця*, *посіяна восени* тощо. Штампами вважаються й логічні прикладки, якщо вони часто повторюються й не несуть ніякої інформації, наприклад: *треба сказати*, *слід зазначити*, *потрібно відзначити*, *гадаємо* та ін. Також сюди можна віднести невиправдане вживання запозичених слів, що мають українські відповідники: *домінувати* = *переважати*, *лімітувати* = *обмежувати*, *моніторити* = *контролювати*, *продовжувати* = *продовжувати*, *прерогатива* = *перевага*.

Серед штампів, що використовуються в англійському діловому спілкуванні, виокремлюють так званий комерційний жаргон, якого радять уникати: *Enclosed please find* (замість *I enclose*); *same* (замість *it* або *them*); *Further to our conversation* (замість *with reference to our conversation*); *your communication to hand* (замість *We have received your letter*). [3;87]

Мовознавці зазначають, що штампи — явище нетипове, чуже для ділового стилю. Якщо штампи й потрапляють в усне ділове мовлення, то це чужорідні там краплі. А те, що типове для ділового стилю, — стандартизовані словосполучення — не мають в основі своїй образності й служать зовсім іншим цілям.

Під **мовними кліше** розуміють мовні одиниці, яким властиві постійний склад компонентів, звичність звучання, відтворюваність готових мовних блоків і водночас семантичне членування, характерне для вільних словосполучень: *установити контроль*, *визвольний рух*, *патріотичне виховання*, *посилення боротьби із зловживанням*, *мирне співіснування*, *дух часу*, *матеріальне благополуччя*, *ринкова економіка*. Поява кліше пов'язана з частотністю й повторюваністю ситуацій. За цих умов навколо стрижневого слова утворюється відносно постійний набір контекстуальних елементів у мовленні, що набувають звичності в називанні й звучанні. Такі сполуки слів перетворюються в стандартні. Сюди можна віднести вільні синтаксичні словосполучення, які характеризуються тимчасовістю існування як готових формул мови: *входити в коло інтересів*, *гуманний акт*, *екстремальна ситуація*, *користуватися великим попитом*, *перехідний період*, *плинність кадрів*, *боротьба із злочинністю*, *соціальна програма*, *захист національних меншин*, *ринкові відносини*, *сфера обслуговування*, *підтримувати дипломатичні відносини*, *одержувати інформацію* тощо. Мовні кліше виконують роль стандарту, забезпечують найповнішу інформацію й економлять мовлення. Це в основному сталі словосполучення, які на сучасному синхронному зрізі актуалізуються. Такі мовні звороти внаслідок крайньої необхідності та їх важливості для комунікації починають вживатися у функції готових формул. Таким чином, поняття *кліше* й *штамп* — досить суперечливі. Тож радимо використовувати інші синонімічні поняття — *усталені мовні звороти*, *готові словесні формули*, *формули*, *стандартизовані словосполучення* — на позначення такої лексики, яка спрощує, а не ускладнює розуміння в діловому спілкуванні.

Існує багато типових комунікативних ситуацій, для яких характерна впорядкована система мовних знаків: «Відрядження», «Влаштування на роботу», «Розмова по телефону», «Проведення ділових переговорів», «Обговорення й підписання

контракту», «У готелі». Усі вони передбачають зворотній зв'язок співрозмовників, тому важливим є оволодіння елементами нейтрального вітання, вибачення й прохання, подяки, прощання. Так, стандартна послідовність фраз у розмові з незнайомою людиною може бути такою:

В українській мові:

- 1 Вітання: Доброго ранку!; Добрий день!; Добрий вечір!
- 2 Вибачення й прохання: Вибачте, що затримую Вас!; Скажіть, будь ласка,...; Будьте ласкаві, скажіть...; Чи не могли б Ви сказати...; Пробачте, що затримав Вас; Даруйте, що завдав Вам клопоту.
- 3 Подяка: Сердечно дякую Вам за...; Щиро вдячний за...
- 4 Прощання: До побачення!; Бувайте здорові!; Усього Вам найкращого!; Хай щастить!

В англійській мові:

- 1 Greetings: Good morning!; Good afternoon!; Good evening!
- 2 Apologizing: Excuse me; I am sorry; Pardon me.
- 3 Thanks: Thank you; Thank you very much; Thanks.
- 4 Saying Goodbye: Goodbye; See you later; See you tomorrow.

Знайомлячись, ділові партнери вживають найбільш формальні фрази: Дозвольте відрекомендуватися!; Будьмо знайомі!; Дозвольте представити Вам...; Познайомтеся, це...; Я вже чув про Вас; Дуже приємно!; Я радий знайомству з Вами!;

How do you do? - How do you do?; Pleased (glad) to meet you. – So am I; It's nice to see you; How are you?; How are you getting on?

В англійській мові широко застосовуються вставні конструкції типу: as far as I know; if it's not too much trouble; as you know; besides; I am afraid; I am not sure. Щодо синтаксису, широко використовуються питальні речення з модальними дієсловами shall, will, could, may ( Shall I sign the contract? Shall I send the letter? Shall I send a deposit? Could you tell me the code of Kiev? May I pay cash?), інфінітивні комплекси (I'd like you to meet Mr.Green; I'd like you to inform me...), форми наказового способу 1-ї особи дієслів (Let me introduce my staff...; Let's get down to business), підрядні умовні речення (If we decide to buy your equipment, he'll visit your company). В українській мові найхарактернішими є прості ускладнені речення. Вживаються також складні речення із сурядним і підрядним зв'язком[1, 16].

Одним із різновидів ділового спілкування є **телефонна розмова**. Вона розширює, прискорює ділові контакти, дає можливість оперативно передати чи прийняти повідомлення. Стилїстика телефонної розмови як у англійському, так і в українському мовленні має 2 реєстри: офіційний (діловий) та неофіційний (дружній), кожен з яких характеризується використанням відповідних словесних формул. Наведемо фрагменти офіційної телефонної розмови:

Can I help you? // Чим я можу Вам допомогти?

Could I speak to Mr.Hopkins? / May I Speak to Mr. Hopkins? // Чи можу я попросити до телефону пана Дмитренка? / Чи не могли б Ви попросити ...?/ Вам не важко попросити...?

Hopkins speaking. // Дмитренко слухає.

Could I take the message? // Чи можу я йому (їй) щось переказати? / Чи не хочете Ви йому (їй) щось передати?

I am sorry to have troubled you. // Пробачте, що потурбував Вас.

Пропонуємо порівняти таку телефонну розмову з неофіційною:

Could you get me Mr. Hopkins? // Можна покликати Дмитренка?

Hopkins here. // Це Дмитренко.

Is it Peter? // Це Петро?

Is there any message? // Йому щось передати?

Часто в англійських телефонних розмовах виникає необхідність перепитувати прізвище співбесідника або особи, яку просять запросити до телефону. Це можна

пояснити такою специфічною рисою англійської мови, як розбіжності у вимові та написанні слів. Іноді особа, що зателефонувала, розшифровує прізвище по літерах без додаткового прохання співрозмовника. Проте часто прізвище дублюють по літерах у відповідь на прохання: *Could / would you spell it?* При цьому особливо важливими є слова ввічливості.

Взагалі вибір мовних засобів для телефонної розмови залежить від того, хто, куди, кому і з якою метою телефонує. Телефонна розмова, як правило, починається привітанням. Не слід запитувати: з ким я говорю? Якщо розмовляє не той, з ким ви хочете поговорити, необхідно попросити викликати потрібну людину. Робити це слід коректно, ввічливо. Розмова по телефону має бути спокійною, розбірливою, чемною, лаконічною. Тому необхідно заздалегідь її продумати. Також важливим є вміння слухати співрозмовника. Вихована людина не буде перебивати іншого чи поправляти його. За етикетом завершує телефонну розмову як у діловому, так і в приватному спілкуванні, її ініціатор. Завершуючи телефонну розмову, обов'язково необхідно попрощатися. Варто пам'ятати, що надмірна ввічливість, улесливість не прикрашають співрозмовника, а, навпаки, свідчать про його низький етичний рівень і можуть викликати роздратування. І, звичайно ж, не можна зловживати займенником *я*, адже телефонна розмова є діалогом, а не монологом.

Іншою діалогічною формою ділового спілкування є **бесіда**, метою якої є обмін думками, інформацією, почуттями тощо. Бесіда сприяє також активізації зусиль партнерів для забезпечення співробітництва та впливу одне на одного. Орієнтовно визначають такі функції бесіди:

- обмін інформацією, формування перспективних заходів і процесів;
- контроль і координація вже розпочатих дій;
- взаємне спілкування людей під час виконання виробничих завдань;
- підтримка ділових контактів на рівні виробничих підрозділів, регіонів, держав;
- пошук, висунення й оперативне розроблення робочих ідей, стимулювання людської думки в певному напрямку;
- розв'язання етичних проблем, що виникли в якійсь ситуації.

Кожна бесіда — це новий акт, тому не існує загальних рецептів, які б забезпечували високу ефективність бесіди в усіх випадках. Це завжди процес творчий, що приносить радість відкриття нового в житті, у співрозмовника й у собі. Існують різні види бесід: ритуальні, глибинно-особистісні, ділові. Під час *ритуальних бесід* люди спілкуються, дотримуючись певного мовленнєвого етикету. Як правило, ці бесіди характерні для обрядів, звичаїв будь-якої спільноти людей. *Глибинно-особистісні бесіди* характерні у спілкуванні між близькими людьми — рідними, коханими, дітьми, друзями. Основна особливість таких бесід полягає в тому, що саме в них найповніше проявляються й реалізуються наші гуманістичні комунікативні установки та моральні норми.

Велику роль у житті людей відіграють *ділові бесіди*. Їх предметом, як правило, є конкретна справа. Серед ділових бесід розрізняють інформаційні: у “конкурентній ситуації”, “під тиском мовця”; з метою викладу своєї позиції. Виходячи з професійної спрямованості, розрізняють бесіди управлінські, педагогічні, правові, медичні тощо. Майже всі справи, трудові акції, будь-яка спільна праця людей починаються, здійснюються й завершуються за допомогою різних за формою, змістом і функціями ділових бесід.

Залежно від кількості учасників бесіди поділяються на *групові та індивідуальні*. Розглянемо більш детально останню категорію. *Індивідуальна бесіда* — це діалог двох співучасників, які є значущими одне для одного й прагнуть (окоє або один з них) досягти певної мети. Індивідуальна бесіда стає такою формою, яка сприяє зближенню поглядів співрозмовників, встановленню між ними контакту, довіри й взаєморозуміння. Відомо, що людина наодинці поводить ся інакше, ніж в оточенні багатьох людей. Справа в тому, що в присутності інших вона використовує різні ролі, хоче здаватися цікавішою, привабливішою, зберегти почуття власної гідності. Тому

нерідко тільки віч-на-віч зустрівшись із людиною, можна визначити її позицію й знайти пояснення її діям. Людина, знаючи й пам'ятаючи про це, завжди намагатиметься надавати право партнерові у спілкуванні залишатися самим собою. Вона не маніпулюватиме іншим, а вестиме власну партію й даватиме можливість це робити іншому, тобто "партитуру спілкування" співрозмовники розробляють спільно. Це визначатиме характер бесіди та її результат.

Розрізняють такі *етапи індивідуальної бесіди*: початок, передавання інформації, аргументування, спростування та прийняття рішення. Оскільки успіх в індивідуальній бесіді значною мірою залежить від контакту, що встановлюється між співрозмовниками, можна виділити такі основні кроки: підготовка до бесіди, встановлення контакту, орієнтування у ситуації й людях, обговорення питання й прийняття рішення, вихід із контакту.

При підготовці до індивідуальної бесіди аналізується ситуація, в якій вона відбуватиметься, вивчаються типові та індивідуальні особливості співбесідника, зокрема його інтереси та установки. Найчастіше під час проведення індивідуальної бесіди, зокрема ділової, намагаються одразу ж досягти мети, орієнтуючись лише на результат. Це хибний шлях, оскільки ігнорується підготовчий етап бесіди. І тому нерідко розмова начебто відбувається, але з самого початку вже запрограмовано її негативний результат.

Аналізуючи літературу та практичний досвід багатьох людей, як орієнтовні, можна запропонувати такі правила підготовки до бесіди:

- обрати найбільш вдалий момент і місце для проведення бесіди й лише після цього домовлятися про зустріч;
- з'ясувати все про співрозмовника, зокрема його ставлення до ініціатора бесіди та рівень моральної культури;
- зібрати й систематизувати інформацію, необхідну для розмови;
- створити відповідну атмосферу довіри, щоб схилити до себе співрозмовника;
- визначити мету, стратегію й тактику проведення бесіди, виділити ключові слова й речення;
- уявити собі позицію співрозмовника з цього питання та хід бесіди, передбачити нюанси, які можуть вплинути на її перебіг і результат.

І якщо до бесіди ми вже підготувалися, виникає питання, як саме її провести правильно, щоб усі зусилля не стали марними? У цьому нам допоможуть десять таких кроків, яких радимо дотримуватися [1, 355]:

- 1 **Ретельна підготовка.**
- 2 **Пам'ятайте, до чого Ви прагнете.** Чітко сформулюйте мету бесіди.
- 3 **Намагайтесь створити атмосферу довіри.** Співбесідник намагатиметься для вас зробити щось, якщо Ви справите приємне враження на нього.
- 4 **Не підозрюйте співбесідника в ненадійності.** Взаємна довіра завжди необхідна, аби досягти поставленої мети.
- 5 **З'ясуйте перед бесідою, чи має ваш співбесідник відповідні повноваження.**
- 6 **Не змушуйте співбесідника постійно приймати рішення.**
- 7 **Зосереджуйтесь на реальних потребах, а не на амбіціях.** Поважайте думки співрозмовника, як свої власні.
- 8 **Слухайте уважно співбесідника й ставте коректні запитання.** Вміння слухати співрозмовника спонукає його до висловлювання власних думок, почуттів, переконань. Тоді виникає мить ширості, істинності, взаєморозуміння, поваги.
- 9 **Працюйте на перспективу, а не на проміжні результати.**
- 10 **Підсумуйте результати бесіди.** Важливі рішення бажано зафіксувати на папері.

Ділове спілкування, як правило, передбачає роботу в режимі мовець -слухач. Щодо цього, цікавими є правила, якими повинен керуватися кожен з них.

### **Правила для мовця:**

- 1 Неухильно й послідовно виказувати доброзичливе ставлення до співбесідника. Не дозволяти собі негативних оцінок співбесідника та образливих слів на його адресу.
- 2 Виявляти ввічливість, урахувати вік, стать, статус, авторитет співбесідника.
- 3 Не надуживати категоричністю тону.
- 4 Не нав'язувати співбесіднику своїх поглядів, не підкреслювати своє «я».
- 5 Не зловживати терпінням слухача. Пам'ятати, що концентрація його уваги обмежена.
- 6 Звільнитися від словникового баласту: паразитичних вигуків.
- 7 Уважно прислухатися до свого мовлення, критично аналізуючи себе й реакцію слухача.
- 8 Не забувати, що в усному спілкуванні, крім тону мовлення, значний вплив на слухача справляють жести, пози, міміка, які сприяють порозумінню співбесідників.

### **Правила для слухача:**

- 1 Слухати уважно й терпляче.
- 2 Ввічливість не допускає перебивати співрозмовника.
- 3 Бажано підкреслювати свою зацікавленість повідомленням співбесідника стверджувальними словами (так, добре, правильно, згоден; yes; ok; Yes, sure; I agree with you; You are right).
- 4 Не гребувати й мімікою, що має бути прикрашена доброзичливою усмішкою та жестами, скупими та нерізкими.

І, звичайно ж, слід дотримуватися основних принципів мовної культури, адже усне ділове мовлення – це розмовно-літературне мовлення, воно наближається до мовлення писемного. До усного ділового мовлення ставляться такі вимоги:

- точність у формулюванні думки, не двозначність;
- логічність;
- стильність;
- відповідність між змістом і мовними засобами;
- відповідність між мовними засобами та обставинами мовлення;
- відповідність між мовними засобами та стилем викладу;
- вживання сталих словосполучень;
- різноманітність мовних засобів;
- доречність;
- виразність дикції;
- відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Багато схожих моментів спостерігається в питаннях культури англо-американського та українського ділового мовлення. В обох випадках констатується необхідність суворого дотримання стилістичних норм ділового спілкування, неприпустимість його надмірної демократизації або, навпаки, зайвої формалізації, а також виконання загальних вимог культури мовлення [3, 87].

Отже, існує багато правил і принципів, які здаються нам цікавими й корисними, але, як відомо, без практики теорія не діє. Тому необхідно вчитися застосовувати їх у повсякденному житті. Звичайно, ділові стосунки в житті молоді трапляються не кожного дня (маємо на увазі студентів), але ми повинні допомогти їм підготуватися до них. Цікавою щодо цього здається методика О.Б. Тарнопольського, яку, до речі, можна застосовувати не лише на заняттях із англійської мови (як рекомендує автор), а й з інших предметів, що сприятиме «ефективному вивченню на різних ділянках освіти в поєднанні з мовним вихованням» [1, 9]. За О.Б. Тарнопольським, провідними в навчанні ділової усної комунікації є безперервна рольова гра й проектні завдання. Рольова гра починається на першому занятті, коли студентам пропонується уявити, що вони – це група людей, які хочуть відкрити спільне підприємство. Вони самостійно обирають форму організації бізнесу, дають назву своїй фірмі, визначають, чим вона буде займатися, розподіляють обов'язки, та кожен отримує свою роль. Усі подальші

заняття спрямовуються на роботу цієї фірми. Таким чином, рольова гра стає безперервною. Сьогодні, наприклад, працює рада директорів, завтра – зустріч із діловими партнерами, потім – відрядження закордон. Тобто усі заняття присвячуються створенню проспектів фірми. А в кінці серії цих занять матеріал, розроблений «працівниками фірми», пропонується видати як результат плідної праці всієї групи. Між тим обов'язково використовуються проектні завдання: студенти готують, наприклад, план реконструкції фірми, пишуть листа іншій фірмі, розробляють слоган або рекламний буклет, готуються до виступу на засіданні ради директорів, складають звітні доповіді тощо, тобто практикують різні види усного ділового спілкування, дотримуючись усіх стилістичних вимог та правил мовної культури, зазначених вище. Таким чином, моделюється реальна ділова активність, реалізується творчий потенціал студентів. Існує можливість, а також сприятлива атмосфера довіри для висловлювання своїх поглядів. У виконанні завдань студенти автономні, оскільки від їх власних рішень залежить форма й зміст їх мовлення. Навіть ті з них, хто не володіє достатнім рівнем усного мовлення (особливо, якщо це заняття з іноземної мови), не бояться висловлюватися, пропонувати свої ідеї, адже вони також можуть у чомусь бути корисними своїй фірмі. При цьому застосовуються різні види роботи: групові, індивідуальні, обговорення, дискусія, обмін думками. Студенти працюють і в парах, і в макрогрупах. Причому ефективною така методика може бути для студентів різних спеціальностей, різних курсів, адже фірми засновувати можна різні, та й спрямувати їх діяльність також можна по-різному, відповідно до інтересів та професійної направленості студентів. Зазначимо, що доречним вважаємо закласти основу для ділової комунікації на заняттях з рідної та іноземної мов, а можливість закріпити й систематизувати отримані навички студенти матимуть на заняттях з інших дисциплін, кожна з яких обов'язково передбачає вміння стилістично й культурно грамотно спілкуватися.

Таким чином, ця методика дозволяє, підтримуючи зв'язки між різними, на перший погляд, дисциплінами, забезпечити інтегративний підхід до організації навчального процесу, який є таким актуальним сьогодні, заради нашої спільної мети – удосконалення знань та загальної культури. Як зазначав В.Сухомлинський, «мовна культура – це живодавній корінь культури розумової, високої, справжньої інтелектуальності. Щоб правильно розмовляти й писати, треба прагнути до удосконалення своїх знань, набутих раніше, треба любити українську мову й свою справу».

## SUMMARY

*The article is devoted to the problem of business communication. The essential principles, steps and functions of some kinds of business communication are described here. There are the most widespread standard phrases in Ukrainian and English in the article. A modern method of teaching is also analyzed.*

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Шевчук С.В. Ділове мовлення. Модульний курс: Підручник. – 3-тє вид. – К.: Видавництво “Арій”, 2006. - 448с.
2. Богацкий И.С., Дюканова Н.М. Бизнес-курс английского языка: Словарь-справочник / Под общ. ред. И.С. Богацкого – 4-е изд., испр.-К.: Логос; М.: Рольф: Айрис-пресс, 1999.-352с.
3. Дубенко О.Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов.-Вінниця: Нова книга, 2005.-224с.
4. Тарнопольский О.Б. Методика для обучения английскому языку для делового общения. – К., 2004.
5. Коваль А.П. Ділове спілкування : Навчальний посібник. – К.: Либідь, 1992.-280с.
6. Стилистика английского языка: Учебник/А.Н.Мороховский, О.П.Воробьева, Н.И.Лихошерст, З.В.Тимошенко.-К.: Выща школа, 1991.-272с.

*Надійшла до редакції 25 вересня 2006 р.*