

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДО МІЖНАРОДНОЇ
АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ**

(навчально-методичний посібник)

Ужгород - 2021

УДК 378

Рецензенти :

доктор педагогічних наук, професор Розлуцька Г.М.

доктор педагогічних наук, професор Товканець Г.В.

Затверджено на засіданні вченої ради факультету суспільних наук
(протокол № 4 від 23.12. 2020 р.)

І.Козубовська, О.Повідайчик, М.Бабинець, О.Байбакова, С.Хоминець / за ред.
І.Козубовської, О.Повідайчик. **Підготовка майбутніх фахівців до
міжнародної академічної мобільності:** навчально-методичний посібник.
Ужгород: УжНУ, 2021.

Відповідальна за випуск:

кандидат педагогічних наук, доцент Ваколя З.М.

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ВСТУП

В сучасних умовах інтеграція вітчизняної системи освіти в європейський освітній простір стає об'єктивною реальністю, чинником інтернаціоналізації вищої школи. Інтенсифікація цих процесів, прискорення темпів науково-технічного прогресу, ускладнення технологій і виробничих відносин вимагають фахової підготовки фахівців, здатних досягати успіхів у професійній діяльності і ефективно працювати на рівні світових стандартів, які володіють високим рівнем готовності до академічної мобільності вже в період навчання у ЗВО. Академічна мобільність студентів розглядається і як механізм адаптації особистості до швидкоплинних умов соціального життя, і як результат професійного становлення фахівця в системі компетентнісної освіти, що зумовлює узгодження освітніх програм і стандартів, наукових підходів до професійної підготовки фахівців в Україні і за рубежом тощо.

У зв'язку з цим, особливої актуальності набуває необхідність вивчення іноземної мови, яка є засобом міжкультурного спілкування у різних сферах людської діяльності (політика, економіка, культура, освіта, соціальна сфера тощо), засобом взаєморозуміння народів, країн, соціальних систем і узагальнення досягнень національних культур у розвитку загальнолюдської культури, збагачення духовними цінностями, створеними різними народами і людством у цілому, засобом міжкультурної взаємодії.

Проте сьогодні акцент ставиться не тільки на необхідності знання іноземних мов, але й на зв'язку навчання іноземній мові з культурою країни – носія мови, а також на важливості проникнення в цю культуру, толерантному ставленні до неї, що сприяє розвитку в суспільстві соціокультурного розуміння належності до світового співтовариства і готовності до міжнаціонального спілкування суб'єктів, кожний з яких бачить в іншому повноправного партнера ділової взаємодії.

Одним із наслідків глобальних змін у світі стало суттєве посилення інтересу до проблем взаємодії культур та культурної ідентичності народів. В умовах інтенсивного розвитку засобів комунікації міжкультурні контакти значно розширилися. У ХХ столітті в сферах науки, культури, бізнесу, політики виникли і розвиваються низка міжнародних проєктів. Однак, незважаючи на міжнародну комунікацію, існує багато ситуацій, коли представникам різних культурних груп і співтовариств не вдається досягти згоди з тих чи інших питань. Це відбувається не тільки внаслідок змістових чи принципових розбіжностей в їх позиціях, але й через те, що на ґрунті розходження культурних традицій чи навіть звичок, обумовлених культурною специфікою бачення світу і способів сприйняття та інтерпретації подій, контактуючі сторони не можуть адекватно сприйняти інформацію, не хочуть, а частіше не можуть з об'єктивних причин зрозуміти і прийняти позицію іншої людини. Зазвичай в основі цієї позиції лежать інші культурні цінності, релігійні погляди, спосіб життя. Це перешкоджає взаєморозумінню, а отже, успішному вирішенню найрізноманітніших питань в рамках більш ніж однієї культури (етносу, народу). Таким чином, для щоб взаємодія між представниками різних культур була ефективною, необхідно враховувати принципи і механізми міжкультурної комунікації.

На даний час вивченням різних аспектів міжкультурної комунікації займається низка гуманітарних наук: культурологія, комунікативістика, соціологія культури, лінгвокультурологія, етнопсихологія та ін. З'явилися публікації, в яких розглядаються різні проблеми взаємодії культур, проте авторство більшості з них належить вченим-лінгвістам (Т. Астафурова, Ф. Бацевич, М. Галицька, О. Козакова, К. Мальцева та ін.), які зводять весь процес переважно до мовного спілкування. Такий підхід суттєво звужує реальне поле міжкультурної комунікації, залишаючи поза увагою її культурно-антропологічний аспект, який не менш важливий, аніж лінгвістичний.

У широкому розумінні міжкультурна комунікація – це різноманітні форми взаємодії індивідів, груп або організацій, які належать до різних культур. Вирішальним при цьому є питання значущості культурних відмінностей, їх усвідомлення, розуміння і

адекватне врахування в процесі комунікації. Адже головна мета і сенс будь-якого комунікативного процесу – це бажання бути зрозумілим партнером, що передбачає необхідність максимально повно і точно донести свою інформацію, знання і досвід до співрозмовника. А це означає, що ефективність спілкування прямо пропорційна рівню взаєморозуміння між комунікантами.

Таким чином, ґрунтуючись на результатах різноманітних досліджень у цій сфері, міжкультурну комунікацію можна розглядати як сукупність різноманітних форм відносин і спілкування між індивідами і групами, які належать до різних культур .

На сучасному етапі міжкультурна комунікація здійснюється в найрізноманітніших сферах: у міждержавних відносинах, підприємницькій, науковій та освітній діяльності, на рівні міжособистісного спілкування. Знання особливостей ведення міжкультурних контактів забезпечує ефективність комунікацій і має велику соціальну значимість, оскільки тісно пов'язане з проблемами біженців, переселенців, а також людей, які виїжджають за кордон на роботу чи постійне місце проживання. Знання закономірностей, стратегій міжкультурної взаємодії дозволяє надавати допомогу при адаптації цих людей в умовах «іншої» культури.

Міжкультурна комунікація характеризується тим, що під час зустрічі з представниками різних культур кожен з комунікантів діє у відповідності зі своїми культурними нормами. При цьому, як відзначають багато дослідників, проблема міжкультурної комунікації не зводиться виключно до мовної проблеми. Знання мови носія іншої культури необхідне, але недостатнє для адекватного взаєморозуміння учасників комунікативного акту. Більше того, міжкультурна комунікація передбачає наявність не тільки розбіжностей між двома різними мовами, а й відмінності при використанні однієї мови.

Діалог, у тому числі діалог культур в різних формах на різних рівнях передбачає принцип терпимості до іншої думки, поведінки, способу життя.

Життєдіяльність людей визначаються існуючими в тій чи іншій культурі нормами, які регулюють людське мислення, поведінку і здійснюють значний вплив на характер сприйняття та міжособистісні відносини. Освіта і виховання, історична пам'ять, традиції і звичаї, правила, які диктуються суспільством, сама мова, якою спілкуються люди, виробляють систему орієнтації, що допомагає їм вирішувати різні життєві ситуації і проблеми.

Тому проблема міжкультурної комунікації яскраво проявляється, зокрема, в багатонаціональному середовищі. Особливу роль вона відіграє в діяльності фахівців, які надають допомогу і підтримку різним категоріям клієнтів у багатонаціональних і поліконфесійних спільнотах. Культурні відмінності можуть бути як всередині країни, так і між країнами; при цьому важливо усвідомлювати, що всі культури мають право на існування, а всі культурні групи мають рівні права.

Володіння вміннями міжкультурної комунікації не тільки сприяє ефективному міжнаціональному спілкуванню і співробітництву на професійному і особистісному рівнях, але відіграє позитивну роль у забезпеченні загального розвитку фахівців, розширенні їх світогляду, поглибленні знань про навколишній світ, про людей, які розмовляють даною іноземною мовою, їх звичаї, менталітет, особливості національної культури.

Пропонований навчально-методичний посібник розроблений з метою підготовки вітчизняних фахівців до міжнародної мобільності.

РОЗДІЛ І. АКАДЕМІЧНА МОБІЛЬНІСТЬ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Феномен академічної мобільності має глибокі історичні корені. Виникнення в XII-XIII ст. перших університетів в Західній Європі (у містах Болонья, Сорбонна, Севілья, Оксфорд та ін.) започаткувало освітню міграцію. На фоні налагодження тісних міжнародних зв'язків між закордонними закладами освіти молоді люди мали можливість навчатися у різних європейських університетах.

Становлення академічної мобільності в нашій країні має певні особливості. Незважаючи на приєднання України до Болонського процесу ще в 2005 році, документами якого академічна мобільність визначалася необхідною складовою європейської системи освіти, тільки в 2011 році була прийнята Постанова КМУ №411 «Питання навчання студентів та стажування (наукового стажування) аспірантів, ад'юнктів і докторантів, наукових і науково-педагогічних працівників у провідних вищих навчальних закладах та наукових установах за кордоном». У 2013 році Міністерством освіти і науки України було прийнято Наказ про затвердження Примірною положення про академічну мобільність студентів вищих навчальних закладів України, в 2015 році – Постанову №579 «Про затвердження Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність», що започаткувало розвиток даного процесу у вітчизняній освітній практиці.

Різні аспекти проблеми академічної мобільності студентів та формування спільного освітнього європейського простору вивчають Я. Боллюбаш, В. Гришак, Л. Зновенко, Є. Іванченко, А. Карапетян, В. Кремень, О. Співаковський, М. Степко, А. Шеремет. Серед зарубіжних дослідників означеної проблеми відзначають Ф. Альтбаха, М. Байрема, М. Вейра, Дж. Найта, В. Папацibu, Р. Радса, А. Сміта, Дж. Стіера, Н. Стромквіста, Б. Уотчера, Д. Хоффмана та ін.

Академічна мобільність сучасних студентів характеризується міждисциплінарним змістом, передбачає виражену готовність до внесення суттєвих змін у власне життя, співвідноситься з розвинутою суб'єктивністю як усвідомленням значимості своєї ролі в досягненні успіху, що є особливо важливим в аспекті становлення конкурентноздатного фахівця, для якого соціальна складова має важливе значення.

Теоретичний аналіз досліджуваної проблеми дає можливість тлумачити зміст поняття академічної мобільності з позиції деяких наукових підходів – функціонального, особистісного, культурологічного, віртуального [1; 2; 3; 4].

Перший підхід дозволяє розглядати академічну мобільність з позиції функціональних особливостей: навчання, науково-дослідницької діяльності, практики. Цей підхід лежить в основі функціонування міжнародних організацій ЮНЕСКО, Асоціації з академічного співробітництва (АСА – Academic Cooperation Association), Європейської комісії та ін. Зокрема, ЮНЕСКО визначає термін «академічна мобільність» як певний період навчання, викладання чи дослідження в країні, відмінний від місця постійного проживання студента, викладача, вченого. Цей період обмежений у часі і передбачає повернення студента додому по завершенню процесу навчання чи викладання. Термін «академічна мобільність» не передбачає міграцію з однієї країни в іншу [1].

Мобільність європейських студентів, викладачів і вчених – ключовий принцип формування Європейського простору вищої освіти і дослідницького середовища, який передбачає різноманітні можливості для вільного переміщення студентів з метою акумулювання на особистісному рівні академічного і загальнокультурного потенціалу розвитку національних систем вищої освіти і збільшення їхнього вкладу в соціально-економічний розвиток своїх країн. Зауважимо, що в аспекті функціонального підходу академічна мобільність розглядається тільки як механізм реалізації міжнародної освітньої політики, що звужує межі розуміння даного феномену.

Прихильники особистісного підходу вбачають у академічній мобільності інструмент розвитку особистісних якостей, спосіб самореалізації індивіда. Вчені Л.

Зновенко [4], В. Папациба [5], А. Шеремет [3] та ін. зазначають, що академічна мобільність – це інтегрована особистісна характеристика, яка сприяє культурному та академічному обміну і співробітництву, зростанню особистісного капіталу і отриманню нових знань, умінь і навичок для успішної життєдіяльності в суспільстві по завершенню навчання.

Згідно позиції А. Шеремета, академічна мобільність – це інтегрована особистісна характеристика, яка виражається в здатності долати мовні бар'єри і оперативно реагувати на зміни умов оточуючого середовища для досягнення власних освітніх цілей [3].

Л. Зновенко дещо звужує визначення академічної мобільності і своїм трактуванням применшує необхідність фізичного переміщення студентів та володіння ними вміннями керувати власною освітньою діяльністю, будувати індивідуальний освітній маршрут, прогнозувати свою професійну діяльність з урахуванням вимог нового суспільства [4].

Відзначимо, що прихильники особистісного підходу применшують значення механізмів і умов реалізації академічної мобільності, а в такому разі досліджуваний термін стає тотожним самовдосконаленню особистості.

Прихильники культурологічного підходу акцентують увагу на соціокультурній детермінованості академічної мобільності як інструменту культурного та інтелектуального обміну. Це можливість набуття міжкультурних навичок і підготовки студентів до роботи в міжнародному професійному середовищі. На думку вченого Д. Хоффмана, більшість людей, які зважено приймають рішення про проведення певного періоду часу за рубежом, керуються цікавістю і бажанням ознайомитися з культурними особливостями іншої країни [2]. Однак, не менш важливою є мотивація студентів, пов'язана з навчанням. В іншому разі академічна мобільність перетворюється в освітній туризм.

Віртуальний підхід передбачає включення в поняття академічної мобільності віртуальну мобільність і пересування студентів в рамках дистанційного навчання. Однак, у Болонських документах підкреслюється, що віртуальна мобільність не може бути замінена фізичною мобільністю студентів. Ми погоджуємося з дослідниками, представниками перших трьох наукових підходів, які більш категоричні і не розглядають віртуальну мобільність як складову академічної, а дистанційне навчання як засіб її реалізації.

На нашу думку, найбільш раціональним є визначення, яке об'єднує ідеї функціонального, особистісного і культурологічного підходів. Відповідно до цього, під академічною мобільністю будемо розуміти можливість навчатися, викладати, стажуватися чи виконувати наукову діяльність в іншому навчальному закладі на території України чи поза її межами, результатом якої виступає самореалізація особистості в навчанні і професійній діяльності.

Досліджуючи теоретичні засади модернізації системи вищої освіти України, низка вчених (Я. Болубаш, В. Грищак, В. Кремень, О. Співаковський, М. Степко та ін.) зазначають про позитивні аспекти розвитку академічної мобільності у вітчизняній вищій школі. Так, станом на початок 2016 року у закордонних вищих навчальних закладах за різними програмами академічної мобільності (ступеневої або кредитної) здобувало вищу освіту майже 67 тис. осіб. Серед найбільш бажаних для навчання країн були Польща, Німеччина, Канада, Італія, Чехія, США, Іспанія, Австрія, Франція та Угорщина. Динаміка зростання кількості студентів за останнє десятиліття склала 176%. Якщо порівнювати два останні роки, то приріст складає майже 20% або ж майже 11 тис. осіб. Причому 2/3 цього приросту склали саме українці, які навчаються в польських університетах. Також значний приріст українських громадян на різних студіях демонструють канадські, словацькі та італійські університети [6].

Сьогодні розроблені різні класифікації форм академічної мобільності студентів, узагальнення яких дає підставу запропонувати певну інтегральну класифікацію зазначених форм (табл. 1).

Таблиця 1

Інтегральна класифікація форм академічної мобільності

		Довготривалі програми	Короткотривалі програми	
	Мета академічної мобільності	Мобільність з метою здобуття вищої освіти (degree mobility)	Мобільність з метою отримання частини освітніх послуг в рамках основної освітньої програми (credit mobility)	Мобільність з метою отримання додаткових компетенцій (non-degree mobility)
Інституціоналізація академічної мобільності	Самостійна мобільність (free-movers)	Здобуття вищої освіти певного рівня: бакалаврат, магістратура, аспірантура, ординатура, докторські програми		Участь у літніх (зимових та ін.) школах, практика, стажування, ознайомча поїздка, мовні курси
	Державні стипендіальні програми		Підтримка включеного навчання (1-2 семестри) у закладах-партнерах; спільні програми	Підтримка літніх та ін. шкіл, ознайомчих поїздок, мовних курсів
	Програми співпраці між вищими навчальними закладами	Здобуття освіти найвищого рівня: магістратура, аспірантура, докторські програми	Підтримка включеного навчання і спільних освітніх програм на основі багатосторонніх угод про співпрацю	Організація літніх та ін. шкіл, стажувань, практик для студентів на основі міжвузівських договорів про співпрацю
	Підтримка академічної мобільності різними агенціями	Здобуття вищої освіти будь-якого рівня		Організація практик, мовних курсів, стажувань

Таким чином, на сьогоднішній день академічна мобільність студентів в Україні проявляється в різних формах і є досить поширеним явищем, проте існує безліч факторів, які ускладнюють її реалізацію. Так, Е. Смелянова визначає три рівні чинників, які ускладнюють процес академічної мобільності: на рівні держави, закладу вищої освіти, особистісному рівні [7].

На рівні держави вчена визначає недостатнє фінансування, відмінності в освітніх програмах, планах, відсутність нормативного регулювання системи перезарахування кредитів, нерозробленість національних політик мобільності. На рівні вищих навчальних закладів спостерігається відсутність інституційних стратегій мобільності, підтримки академічної мобільності з боку майбутніх роботодавців; недостатні знання іноземної мови викладачів вітчизняних навчальних закладів (для навчання іноземних студентів); недостатні фінансові можливості ЗВО; комунікаційні труднощі – важко погодити зміст спільної діяльності, досягнути загального порозуміння між навчальними закладами.

На особистісному рівні виокремлюють мотиваційний, інформаційний, оціночний, діяльнісний, соціокультурний, комунікативний та креативний чинники. Мотиваційний чинник передбачає відсутність мотивації внаслідок нерозуміння всіх переваг і вигод від участі в академічній мобільності, інформаційний – незнання термінології, нерозуміння

процесу академічної мобільності, відсутність інформації про можливості участі у стажуваннях, отриманні грантів, стипендій тощо, оціночний – невміння оцінити пропонувані програми академічної мобільності і результати від участі в ній, діяльнісний – відсутність досвіду самостійного життя, роботи в команді, соціокультурний – недостатній обсяг знань про традицію і культуру інших народів, комунікативний – низький рівень володіння іноземною мовою; труднощі під час встановлення контактів із зарубіжними колегами, креативний – невміння генерувати ідеї і передбачати їхні наслідки [7, с. 42].

Отже, академічна мобільність студентів є вагомим механізмом розвитку вищої школи, яка має на меті покращення якості навчальних програм та планів, рівня наукових досліджень, посилення академічної та культурної інтернаціоналізації європейської вищої освіти, ступеня особистісного розвитку студента та працевлаштування.

Положення про важливість і шляхи реалізації програм академічної мобільності студентів у процесі здобуття вищої освіти найбільш повно розкриті в документах Болонського процесу. Так, у Празькому комюніке (2001 р.) відзначається, що розширення академічної мобільності – надважливе завдання. Стверджується, що академічна мобільність дозволила б студентам, викладачам і адміністративним працівникам повною мірою скористатися багатством загальноєвропейського академічного простору, включаючи його демократичні цінності, розмаїття мов і культур, особливості національних систем освіти [8]. У Гетеборзькій декларації (2001 р.) вказано, що мобільність студентів є способом формування їхньої міжкультурної компетентності та терпимості [9]. У Саламанській декларації (2001 р.) повідомляється, що саме вільна мобільність студентів, персоналу і випускників є необхідною умовою функціонування зони європейської вищої освіти. Крім того, згадується про намір університетів розвивати академічну мобільність як по «горизонталі», так і по «вертикалі» [10, с. 164]. У Берлінському комюніке (2003 р.) зазначено, що мобільність студентів є основою для створення європейського простору вищої освіти. Підкреслюється важливість розвитку мобільності для академічної, культурної, а також політичної, соціальної та економічної сфер. Грацька декларація (2003 р.) порушує питання про взаємовплив мобільності та якості освіти. У ній зазначається, що мобільність студентів сприяє зростанню якості навчання, надає можливість використовувати переваги національного і культурного різноманіття, збільшує перспективи їхнього працевлаштування [11]. У Лондонському комюніке (2007 р.) стверджується, що мобільність викладачів і студентів є одним з основних елементів Болонського процесу, який створює можливості для особистісного зростання, розвитку міжнародного співробітництва між людьми й інститутами. Також наголошується, що «європейський простір вищої освіти формується на основі принципів інституційної автономії, академічних свобод, рівності можливостей і демократії в інтересах розвитку мобільності, підвищення привабливості та конкурентоспроможності Європи» [12]. На провідній ролі мобільності наголошується і в Лювєнському комюніке (2009 р.), де зазначено, що мобільність студентів, молодих дослідників і співробітників вищої школи підвищує якість програм і наукових досліджень. Суттєвим є те, що мобільність підсилює академічну і культурну інтернаціоналізацію європейської вищої освіти. У цьому документі увага акцентується на тому, що мобільність має важливе значення для працевлаштування особистості, розвиває здатність розуміти інші культури, спонукає до мовного плюралізму, закладаючи тим самим основу для багатомовної традиції європейського простору вищої освіти, розширює співпрацю і конкуренцію між закладами вищої освіти.

У документах Болонського процесу коротко розкривається суть академічної мобільності студентів. Так, у Сорбонській декларації (1998 р.) відзначається, що, здобуваючи освіти, студенти повинні мати можливість протягом хоча б одного семестру навчатися в університетах зарубіжних країн [10].

У документах Болонської угоди перераховані заходи, які необхідно реалізувати для вдосконалення академічної мобільності студентів:

- уряди держав повинні гарантувати іноземним студентам ті ж юридичні права, що й студентам приймаючої країни, а виші повинні взяти на себе відповідальність за розробку мобільних освітніх програм (Гетеборзька декларація, 2001 р.);
- усунути перешкоди для розвитку академічної кар'єри в Європі (Саламанська декларація, 2001 р.);
- забезпечити визнання освітніх ступенів (Берлінське комюніке, 2003 р.);
- ввести зміни до законодавства, які стосуються соціальної захищеності студентів, зокрема розробити систему кредитування навчання, вдосконалити медичне обслуговування, спростити систему працевлаштування іноземних студентів;
- забезпечити найповніше використання таких інструментів академічної мобільності, як: Європейська система залікових одиниць, Додаток до диплома єдиного зразка, реалізація програм короткострокової мобільності та мобільності студентів, які навчаються на вечірніх і заочних відділеннях, університетах «третього віку»;
- спростити візові процедури та розробити механізм розширення участі громадян у програмах мобільності (Бергенське комюніке, 2005 р.);
- використовувати систему грантів і позик, виданих в одній країні, для навчання в іншій (Лондонське комюніке, 2007 р.).

Також у Празькому комюніке (2001 р.) ставиться питання про усунення перешкод для вільного пересування студентів, викладачів, науковців і співробітників системи вищої освіти й активізації мобільності через програми Європейського Співтовариства. Так, наприклад, Радою Європи (Ніцца, 2000 р.) був розроблений План дій щодо розвитку мобільності в європейських університетах. Серед 42 заходів, передбачених планом, можна визначити 4 основні групи [13].

1. Комплекс заходів, пов'язаних зі створенням умов для розширення мобільності:
 - підготовка адміністраторів і викладачів університетів для організації процесу мобільності;
 - розробка програм, спрямованих на вивчення іноземних мов ще до періоду мобільності; розвиток кращих практик у частині мовної підготовки;
 - забезпечення доступності інформації про мобільність, включаючи створення сайтів про основні європейські ресурси та програми мобільності, проведення в освітніх закладах спеціальних форумів для організаторів мобільності, студентів і викладачів з метою обговорення й обміну інформацією.
2. Заходи, спрямовані на розширення системи фінансування мобільності (залучення до фінансування різних державних і недержавних інституцій, фондів та ін.).
3. Комплекс заходів, спрямованих на зростання мобільності та її вдосконалення:
 - збільшення кількості учасників мобільності та її форм, зокрема через відкриття літніх університетів для студентів і науково-педагогічних працівників, розробку дистанційних програм для навчання;
 - поліпшення й уніфікація умов прийому для всіх учасників програми мобільності.
4. Заходи, спрямовані на підвищення мотивації учасників програм академічної мобільності через визнання результатів навчання в зарубіжних ЗВО та свого університету, створення системи взаємного визнання, еквівалентності дипломів і навчання загалом.

Ще у 1984 р. Європейська комісія виступила з ініціативою створення системи інструментів з метою підвищення мобільності людського капіталу на європейському ринку праці.

Одним з інструментів є мережа національних інформаційних центрів з академічного визнання і мобільності, яка забезпечує громадян та університети інформацією про можливості та вимоги з академічного визнання дипломів і окремих курсів навчання в зарубіжних університетах.

Другий інструмент – європейська система трансферу кредитів. Він забезпечує прозорість, порівнянність вивченого матеріалу і, відповідно, можливість академічного визнання кваліфікацій і компетенцій.

Третій інструмент – додаток до диплома єдиного зразка, розроблений робочою групою з представників Європейської комісії, Ради Європи та ЮНЕСКО. Додаток складається з 8 розділів, у яких подається інформація про власника диплома, здобуту кваліфікацію та її рівень, зміст програми і її результати, функціональне призначення кваліфікації, національну систему освіти та ін.

Четвертим інструментом є інформаційна мережа EURYDICE, яка надає вичерпну інформацію про національні системи освіти в країнах ЄС [13].

Теоретичний аналіз документів Болонської угоди дозволяє дійти висновку, що провідною ідеєю в них є розширення участі студентів і викладачів у програмах мобільності. Тут розглядаються організаційні питання академічної мобільності студентів і науково-педагогічних працівників, визначаються бар'єри реалізації мобільності та пропонуються шляхи їх усунення на національному й інституційному рівнях тощо.

На основі зазначеного можна стверджувати, що мобільність розкриває широкі можливості для всіх суб'єктів освітнього процесу, сприяє підвищенню працевлаштування випускників і зростанню привабливості та конкурентоспроможності Європи. Для студентів – це розширення переліку освітніх послуг, збільшення рівня доступу до інших навчальних закладів; для викладачів – можливість реалізації наукових досліджень, викладання і перепідготовки, конференцій, круглих столів та ін. без порушення їх статусу і законних прав.

Крім того, розвиток академічної мобільності студентів відіграє важливу роль для розвитку самих університетів: розширюється спектр освітніх програм, спеціальностей, інтенсифікуються наукові дослідження, налагоджуються кроскультурні зв'язки.

Отже, академічна мобільність індивідуалізує процес професійної підготовки студентів, дозволяє їм здобувати досвід науково-дослідницької роботи та заохочує інтерес до неї як до можливої професії, сприяє переходу від елітарної до масової системи вищої освіти, розширює спектр спеціальностей, сприяє створенню європейського простору вищої освіти та наукових досліджень.

У документах Болонської угоди визначено низку підходів і принципів до організації академічної мобільності: студентоцентризований, підхід «освіта протягом усього життя», модульний, кредитний, принципи гнучкості та доступності [12]. Зазначені підходи екстраполюються на організацію академічної мобільності студентів. Розглянемо їх більш детально.

У Лювенському комюніке студентоцентризоване навчання і мобільність розглядаються як орієнтири в процесі формування фахових компетенцій студентів. У зв'язку з тим, що сучасний ринок праці вимагає наявності у фахівців розвинутих трансверсальних компетенцій (наприклад, компетенції спілкування рідною та іноземною мовами, самопізнання і самореалізації, міжкультурні компетенції та ін.), вища освіта повинна озброїти кожного студента знаннями, вміннями та навичками, необхідними для професійного розвитку протягом життя.

У Комюніке конференції міністрів вищої освіти європейських країн (Лювен, 28–29 квітня 2009 р.) відзначається, що «мобільність і навчання, орієнтоване на студентів, дозволять розвивати майбутнім фахівцям ті компетенції, які необхідні в умовах мінливого ринку праці та допоможуть їм стати активними та відповідальними громадянами».

Про важливість підходу «освіта впродовж життя» наголошується в Сорбонській декларації, Празькому комюніке, Берлінському комюніке, Лісабонській декларації, Лондонському комюніке, Лювенському комюніке. Реалізація цього підходу у ЗВО передбачає застосування широкого спектру можливостей і прийомів навчання, а також введення системи трансферу кредитів. Необхідно розширити перспективи безперервного навчання для всіх громадян відповідно до їх цілей і здібностей.

Сорбонська декларація (1998 р.) також робить акцент на необхідності здобуття освіти протягом усього життя: «У зв'язку зі вступом у період великих змін в освіті і фаховій діяльності, в час великого різноманіття шляхів здійснення професійної кар'єри навчання протягом усього життя стає обов'язковим».

У Лювенському комюніке (2009 р.) відзначається, що освіта протягом життя є невід'ємною складовою частиною сучасної системи освіти. Основними умовами успішної реалізації цього підходу у ЗВО є доступність, якість, прозорість інформації, наявність гнучких траєкторій навчання, включаючи навчання з неповним днем і навчання на робочому місці. Вказується, що успішна стратегія освіти протягом усього життя повинна включати основні принципи та процедури визнання раніше здобутої освіти незалежно від шляхів набуття знань, навичок і компетенцій – через формальне, неформальне або інформальне навчання.

У Празькому комюніке (2001 р.) відзначається, що навчання протягом усього життя – провідний елемент загальноєвропейського академічного простору. Стверджується, що стратегії навчання впродовж життя знадобляться для подолання складнощів конкуренції, застосування нових технологій, а також для розвитку процесів згуртування суспільства, надання рівних можливостей і підвищення якості життя.

Підхід «освіта впродовж життя» тісно пов'язаний із принципом гнучкості. Кваліфікації можуть набуватися через гнучкі траєкторії навчання, включаючи заочне навчання, а також навчання на виробництві (підприємстві, робочому місці).

Лондонське комюніке (2007 р.) робить акцент на необхідності здійснення системної розробки гнучких траєкторій професійної підготовки, які б сприяли розвитку навчання впродовж усього життя на ранніх етапах.

Модульний підхід також сприяє досягненню однієї з цілей академічної мобільності – формування адаптивності в умовах мінливої економіки. За модульної системи освітня діяльність студентів передбачає структурування шляхом виокремлення навчальних ситуацій, контролю й оцінки. Актуалізуються аналітичні, дослідницькі вміння майбутніх фахівців. У різних документах Болонської угоди підкреслюється важливість і значимість кредитного підходу до організації навчального процесу у ЗВО.

У Берлінському комюніке (2003 р.) відзначається провідна роль європейської системи трансферу кредитів, яка є еталоном для освітніх систем різних країн. Ставиться завдання, щоб європейська система трансферу кредитів стала системою їхнього накопичення. У Празькому комюніке (2001 р.) підкреслюється, що цей підхід необхідний для більшої гнучкості системи навчання та визнання кваліфікацій, він полегшить студентам доступ до ринку праці, забезпечить привабливість і конкурентоспроможність європейської вищої освіти.

Таким чином, документами Болонського процесу визначені основні вимоги до організації академічної мобільності студентів: знання іноземної мови; навчання в зарубіжному ЗВО протягом обмеженого періоду часу; зарахування у своєму університеті кредитів, отриманих у закладі вищої освіти за кордоном; широке інформування про програми академічної мобільності; використання додатку до диплома єдиного зразка. Основними підходами до організації академічної мобільності є студентоцентрований, «освіта впродовж життя», модульний, кредитний. Реалізація цих підходів стимулює формування ерудованого, конкурентоспроможного, компетентного фахівця, здатного до співпраці, обміну знаннями та досвідом.

РОЗДІЛ II. УМІННЯ ІНШОМОВНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ЯК ВАЖЛИВИЙ КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ І НЕОБХІДНА УМОВА МІЖНАРОДНОЇ АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ

В «Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти» [14,с.3] дуже слушно підкреслюється, що оволодіння вміннями іншомовного спілкування допоможе: підготувати усіх європейців до зростаючих потреб міжнародної мобільності і тіснішої співпраці в галузі освіти, культури та науки, торгівлі і промисловості; сприяти взаємному розумінню і терпимості, повазі до особистості і культурних відмінностей шляхом більш ефективної міжнародної співпраці; підтримувати і розвивати далі багатство і різноманітність європейського культурного життя шляхом глибшого взаємного пізнання національних та регіональних мов, що вивчаються; попереджувати небезпеку, що може бути результатом маргіналізації тих, у кого недостатньо розвинені вміння, необхідні для успішного спілкування в інтерактивній Європі.

Як відзначає академік В.Кремін, інтеграція України у світову спільноту потребує досконалого володіння іноземними мовами. Без таких знань долучитися до міжнародного співтовариства буде неможливо [15, с.5-7], з чим не можна не погодитися.

В сучасному світі знання іноземних мов з особистої потреби переростає в потреби державного масштабу, стає національним капіталом, тому іншомовну компетентність можна вважати економічною категорією. Інтегруючись з технічними науками і матеріальним виробництвом, іноземна мова перетворюється в безпосередню виробничу силу.

Євроінтеграційні процеси, розвиток ринкових відносин, міжнародна конкуренція ставлять високі вимоги до професіоналізму вітчизняних фахівців. Вважаємо, що володіння фахівцями вміннями іншомовного ділового спілкування є одним із важливих показників їх професіоналізму і, відповідно, важливою складовою їх професійної підготовки. Сьогодні Україна переживає значні труднощі в соціально-економічному розвитку, які посилюються кризовими явищами в світовій економіці. На думку багатьох учених, одним із найважливіших людських ресурсів, який нині стає чинником оптимального вирішення насущних глобально-кризових проблем, є високий професіоналізм і творча майстерність спеціалістів всіх галузей народного господарства. Справжній професіоналізм у будь-якій діяльності пов'язаний з інтенсивною та стійкою мотиваційно-емоційною спрямованістю людини на досягнення значних результатів діяльності, що неможливо здійснити без високої професійної компетентності, яка передбачає наявність у людини відповідних знань, умінь і навичок. Безперечно, кожна професія вимагає конкретних знань, спеціальних умінь, проте для багатьох професій надзвичайно важливим є вміння спілкуватися, взаємодіяти з іншими людьми, що в значній мірі визначає високий професіоналізм, професійну компетентність. До таких професій, зокрема, відносяться вчителі, психологи, соціальні працівники, фахівці менеджменту.

Підкреслимо, що на сьогоднішній день найбільш поширеною мовою ділового спілкування є англійська мова. В зв'язку з інтенсивним розвитком світової економіки в умовах глобалізації, міжкультурної інтеграції і комунікації, англійська мова стала основною мовою міжнародного політичного, економічного, культурного співробітництва. Визнання англійської мови як офіційної в понад 60 країнах світу дозволяють розглядати її як світову мову. Як правило, переважна більшість представників політики, економіки, культури всіх європейських країн в тій чи іншій мірі володіють англійською мовою, що дає їм можливість спілкуватися без перекладачів.

Вітчизняна дослідниця Л.Морська підкреслює, що збільшення зарубіжних контактів нашої держави, активізація процесів європейської та світової інтеграції підвищує значущість іноземних мов у системі освіти, саме тому в зростає важливість пошуків нових підходів і технологій їх навчання, які забезпечили б досягнення високих

результатів [16, с.1].

Дійсно, на сучасному етапі розвитку людської спільноти особливої актуальності набуває необхідність вивчення іноземної мови, яка є засобом міжкультурного спілкування у різних сферах людської діяльності (політика, економіка, культура, соціальна сфера тощо), засобом взаєморозуміння народів, країн, соціальних систем і узагальнення досягнень національних культур у розвитку загальнолюдської культури, збагачення духовними цінностями, створеними різними народами і людством у цілому, засобом міжкультурної взаємодії.

Слід відзначити, що іноземна мова – особливий предмет, який суттєво відрізняється від інших предметів, які вивчаються у вищому навчальному закладі. Кінцевим результатом процесу вивчення іноземної мови є не тільки відповідні знання, але й сформовані практичні уміння і навички усної і письмової мовленнєвої діяльності. Оволодіння іноземною мовою неможливе без ознайомлення з культурою країни, з менталітетом людей, тобто, майбутнім фахівцям необхідно засвоїти не тільки саму мову, але й образ іншого світу, спосіб мислення людей, які живуть в цьому світі і використовують мову для спілкування.

На нашу думку, сьогодні змінилася роль іноземної мови в суспільстві, тому що з навчального предмета вона перетворилася у важливий елемент сучасної системи освіти, в засіб досягнення професійної реалізації особистості. На сучасному етапі розвитку суспільства знання і володіння уміннями іншомовного професійного і ділового спілкування є якісною характеристикою фахівця.

Підкреслимо, що володіння вміннями іншомовного ділового спілкування не тільки сприяє ефективному міжнаціональному спілкуванню і співробітництву на професійному і особистісному рівнях, але відіграє позитивну роль у забезпеченні загального розвитку фахівців, розширенні їх світогляду, поглибленні знань про навколишній світ, про людей, які розмовляють даною іноземною мовою, їх звичаї, менталітет, особливості національної культури тощо, а також сприяє розвитку всіх психічних процесів: сприймання, уваги, уяви, мислення. У процесі вивчення іноземної мови відбувається виховання особистості майбутнього фахівця в цілому, а також формування окремих професійно-особистісних якостей, необхідних для професійного становлення спеціаліста.

Позитивна роль володіння сучасними фахівцями усними і письмовими уміннями іншомовного ділового спілкування полягає в тому, що ці уміння можуть бути використані як засіб: забезпечення доступу до будь-якого виду інформації, її розповсюдження, незалежно від державних кордонів; ознайомлення з дослідженнями найновіших світових досягнень; усвідомлення існування розмаїття культур і цивілізацій, способів їх взаємодії в міжкультурному світовому просторі; здійснення міжнародного співробітництва в різних галузях, що сприяє пошуку спільних шляхів вирішення загальнолюдських проблем, уникнення міжнародних конфліктів; подолання національно-культурної обмеженості в різних сферах життєдіяльності суспільства; розвитку і виховання особистісно-професійних властивостей фахівця.

Вважаємо за доцільне підкреслити, що, крім розширення міжнародного співробітництва, що, безперечно, є позитивним фактом, у сьогоднішніх складних соціально-політичних та економічних умовах, характерних для світової спільноти загалом, часто мають місце конфлікти і непорозуміння, які без досконалого володіння уміннями іншомовного спілкування важко було б вирішити. Зокрема, міжнародні переговори посідають унікальне місце у вирішенні проблемних ситуацій та конфліктів. Це – один із дієвих способів міжнародного спілкування, мирного врегулювання та запобігання суперечок. Переговори у міжнародній сфері належать до найдавніших видів міжнародних відносин. Вони є формою офіційного спілкування між представниками урядів і народів, організацій і установ в сфері політики, економіки, культури. Проведення таких переговорів порівнюють з мистецтвом, а їх ефективний перебіг вважається одним із способів здійснення міжнародної політики. Переговори у сфері міжнародних ділових

відносин – це активний процес результативного спілкування та обговорення позицій учасників, які мають на меті узгодити спільні інтереси. Результати переговорів зазвичай фіксуються у формі двох та багатосторонніх угод, протоколів, меморандумів. Офіційний характер більшості переговорів потребує особливої уваги до протоколу, дипломатичного етикету. Склалася специфічна культура міжнародних переговорів, яка передбачає повагу до протилежної сторони (окремого індивіда, компанії, організації). Все це, безперечно, вимагає володіння фахівцями уміннями іншомовного спілкування. Особливо важливими є знання й уміння спілкуватися англійською мовою, яка сьогодні найбільш розповсюджена в діловому спілкуванні.

Сучасний фахівець будь-якого профілю повинен уміти працювати з друкованою продукцією на іноземній мові за спеціальністю, включаючи пошук потрібної інформації, переклад спеціальної наукової літератури, реферування, вести ділову переписку: листи, контракти, факси тощо, брати активну участь у діловому спілкуванні на міжнародних ділових зустрічах, переговорах. Таким чином, фахівець повинен володіти уміннями:

- говоріння: діалогічне і монологічне мовлення з використанням найбільш уживаних лексико-граматичних засобів в основних комунікативних ситуаціях неофіційного і офіційного спілкування; основи публічного мовлення (усне повідомлення, виступ, доповідь);
- аудіювання: розуміння діалогічного і монологічного мовлення в побутовій сфері і професійної комунікації;
- читання: читання і розуміння текстів з профілю спеціальності, інструкцій, рішень, угод;
- письмо: написання листів, резюме, повідомлень, протоколів, рефератів, тез, біографії та інших письмових документів.

Ділова комунікація включає різні функціональні реєстри мови (різновиди мови, які визначаються умовами ситуації і метою вживання): проведення ділової бесіди, телефонне спілкування, ділова переписка, ділова документація, ділова зустріч, презентація, переговори тощо.

Зауважимо, що сучасні дослідники ділового іншомовного спілкування наголошують на важливості диференціації включених у сферу ділової іноземної мови функціональних різновидів мови з точки зору їх пріоритетності, тобто відносної ролі кожного реєстру у порівнянні з іншими, побудові їх у вигляді ієрархії – від найбільш уживаних в діловому світі і до менш уживаних (вузько профільних).

Світова практика ділового спілкування свідчить, що сьогодні найбільше значення мають реєстри, які відповідають таким вимогам сучасного світу, як економічність, мобільність, гнучкість, простота використання. В цьому плані найбільшим попитом користуються телефонне спілкування і ділова кореспонденція, зокрема електронна пошта. Численні факти підтверджують, що зазвичай безпосереднім діловим зустрічам і переговорам представників різних компаній та організацій передують неодноразові розмови по телефону і спілкування засобами ділової кореспонденції, особливо електронної пошти, під час яких уточнюється предмет обговорення на майбутній зустрічі, місце і час, тривалість зустрічі, кількість учасників тощо. Самі ділові зустрічі з метою проведення ділових бесід і переговорів є наступними в ієрархії функціональних різновидів ділового спілкування.

Коротко розглянемо особливості вмінь іншомовного спілкування для вище означених реєстрів.

На думку фахівців (І.Афанасьєв, М.Дороніна, І.Тимошенко та ін.), під час телефонної розмови слід звернути увагу на три блоки проблем: сприйняття та оцінка партнерами один одного; обмін інформацією; організація взаємодії.

Перш за все, підкреслимо що сучасні фахівці повинні володіти вмінями іншомовного ділового спілкування і бути обізнаними з діловим етикетом у випадках, коли телефонують їм і коли телефонують вони самі. Оскільки ділова телефонна розмова не

повинна бути тривалою, слід дуже раціонально використовувати час. Якщо розмова занадто затягується, можна ввічливо сказати: «Мені здається, ми в основному вирішили всі справи» або «Маю надію, що пізніше обговоримо все більш детально». Якщо зразу вирішити проблему неможливо, треба попросити дозволу подумати і зателефонувати пізніше. Під час телефонної розмови доцільно дати зрозуміти співрозмовнику, що його уважно слухають. Для цього в розмову іноді вставляють слова: так, ясно, зрозуміло. Не варто в діловій телефонній розмові часто вживати вирази «я не знаю», «ми цього зробити не можемо», «ні», «це неможливо» та ін.

Якщо телефонуємо ми, бажано заздалегідь обдумати розмову, мати перелік основних питань, які заплановано вирішити. Набравши номер, слід привітатися, потім представити себе і свою організацію і попросити до телефону потрібну людину. Не варто обговорювати питання з некомпетентною людиною або людиною, яка не може вирішити проблему (наприклад, секретарка). Щоб виключити ситуацію можливої незручності, доцільно запитати абонента, чи має він одну-дві хвилини для розмови. Той, хто почав розмову, зазвичай перший закінчує спілкування.

Фахівці рекомендують таку раціональну структуру телефонної розмови за часом: взаємне представлення – не більше 25 секунд; введення партнера в проблему – не більше 45 секунд; обговорення ситуації – не більше 2 хвилин; заключне слово – 5-7 секунд.

У телефонному іншомовному спілкуванні використовується значна кількість стійких виразів: Who's speaking, please? (Скажіть, будь ласка, з ким я розмовляю?) I'd like to speak to... (Я хотів би поговорити з...).

Дуже важливим у професійній діяльності фахівця є вміння ведення ділової кореспонденції, що, в свою чергу, передбачає наявність умінь писемного мовлення. Слід підкреслити, що писемне мовлення є складнішим видом мовленнєвої діяльності, ніж говоріння. На думку вчених, - це специфічний, активний, продуктивний вид мовленнєвої діяльності, який передбачає вміння кодувати інформацію з урахуванням графічного каналу зв'язку. Це – спосіб формування і формулювання думки в письмових мовних знаках. Писемне мовлення як вид мовленнєвої діяльності має певні властивості, зокрема, це – вторинна форма комунікації: спирається на графічний (зоровий) канал зв'язку, слухові, мовномоторні, зорові та рухові аналізатори; спосіб непрямой комунікації: відсутність співрозмовника, зворотного зв'язку, односторонній характер мовлення; необмежена в часі і просторі комунікація: постійна, фіксована форма з можливістю зберігання; нелінійний, поворотний процес, доступний для редагування і внесення змістових і формальних змін; відсутність екстралінгвістичних засобів спілкування: максимальна вербалізація змісту, розгорнутість, повнота висловлювань; обов'язкова мовна нормативність: зв'язність мовлення, граматична і стилістична правильність, складні синтаксичні конструкції, вживання нейтральної лексики.

Суттєвою ознакою писемного мовлення є необмеженість у часі, що дає можливість ґрунтовніше продумати повідомлення, повернутися до написаного і в разі потреби внести корективи.

Навчаючись у виші, на заняттях з ділової іноземної мови студенти вчаться оформляти різні види ділових листів, факсів, кожний з яких має свої особливості, проте є низка загальних вимог до всіх видів ділової кореспонденції, які повинні засвоїти майбутні менеджери: ділові листи не повинні бути дуже довгі; викладати свої міркування слід чітко, лаконічно, представляти доречну і достовірну інформацію; будь-який службовий лист повинен мати заголовок до тексту, що містить короткий виклад його основного змісту; текст листа зазвичай складається з двох частин: опису фактів або подій, що послужили підставою для написання листа; висновків та пропозицій; починати листа слід із звертання, яке є загальноприйнятою формою ввічливості; дуже важливо ретельно обміркувати першу фразу, адже саме вона має переконати адресата у правомірності написання листа; поширеними наступними фразами в ділових листах можуть бути посилення на попередній лист, телефонну розмову, зустріч, подію; подальший зміст листа

залежить від його виду (лист нагадування; подяки; повідомлення; відмови); вибір завершальних речень теж є дуже важливим і залежить насамперед від змісту листа, але зазвичай не буде зайвим ще раз подякувати за пропозицію (навіть, якщо вона не прийнятна), підтримку, допомогу, увагу тощо; не слід забувати про прощальну фразу.

Техніка створення іншомовного ділового листа передбачає оволодіння великою кількістю стійких лексико-фразеологічних сполучень, які відповідним чином використовуються в різних частинах письмового повідомлення: I'm writing in connection with... (Я пишу в зв'язку з тим...); Thanks for your letter of...(Дякую за листа щодо...); We are interested in...(Ми цікавимося); I'm sure that...(Я впевнений, що...) In particular...(Зокрема); I look forward to your reply...(Очікую на вашу відповідь); I hope this information will help you...(Сподіваюся, ця інформація допоможе вам); Please do not hesitate to contact us if you need further information...(Будь ласка, зв'яжіться з нами, якщо вам потрібна подальша інформація).

Електронна пошта на сьогоднішній день користується надзвичайною популярністю в діловому світі. Електронні листи в цілому враховують загальноприйняті стандарти листування, використовуючи офіційно-діловий стиль. У порівнянні зі звичайними листами вони повинні бути більш лаконічними, чіткими, зрозумілими. В текстах електронних офіційно-ділових листів широко використовується загальноживана лексика ділового спілкування і стійкі лексико-фразеологічні звороти: «I would be very interested in...» («Я був би дуже зацікавлений в...»), «Could you let me know...» («Чи дозволите ви мені дізнатися...») та ін..

Крім цих видів письмового ділового спілкування необхідно володіти вміннями написання різних заяв, автобіографії, оголошень, контрактів тощо.

Важливою формою реалізації ділового спілкування є бесіда, в якій, на відміну від телефонної розмови і листування, комунікація відбувається безпосередньо за участі співрозмовників.

І.Кулініч виокремлює такі етапи ділової бесіди, як встановлення контакту; орієнтація в ситуації; обговорення питання; прийняття рішення; вихід з контакту.

Будь-яке спілкування починається зі вступу в контакт, від якого часто залежить ефективність бесіди. Досить часто неуспішне ділове спілкування визначене з самого початку: невдалий початковий контакт веде до подальших неправильних дій. Завдання контактної фази – створити сприятливі умови для подальшого спілкування, спонукати співрозмовника до ділового обговорення проблеми і прийняття рішень. При встановленні контакту необхідно продемонструвати доброзичливість і відкритість для спілкування. Це досягається за допомогою привітної усмішки, якщо вона доречна, виразом очей. Після привітання слід витримати невеличку паузу, а не викладати зразу всю приготовану інформацію. Ще на контактній фазі необхідно визначити емоційний стан партнера і враховувати його у спілкуванні.

Етап орієнтації допомагає виявити стратегію і тактику ділового спілкування, розвинути інтерес до нього і прилучити партнера до обговорення проблеми, яка становить спільний інтерес.

Для етапу обговорення проблеми і прийняття рішень з психологічної точки зору характерний ефект контрасту й ефект асиміляції. Ефект контрасту полягає в тому, що, вказуючи на відмінність нашої думки на можливу спільну діяльність від позиції партнера, ми психологічно віддаляємося від нього; наголошуючи на схожості позицій, ми зближуємося з партнером, в чому й проявляється ефект асиміляції. Для досягнення успіху в діловому обговоренні важливо підкреслити єдність позицій. При розбіжностях слід намагатися контрастні фрази не висловлювати як особисті.

У процесі обговорення проблеми і прийняття рішень важливою є спрямованість на партнера, включення його в активне обговорення, тому тут повинні проявлятися вміння слухати і вміння переконувати.

Якщо початок ділової бесіди (вступ в контакт) є дуже важливим, то способом закінчення її теж не слід нехтувати. Роль останнього враження має велике значення. Воно впливає на той образ, який залишається в пам'яті партнера і на майбутні ділові відносини. Тому правильний вихід з контакту передбачає прояв уважності, привітності, доброзичливості і не допускає проявів поспішності, байдужості, зверхності.

Таким чином, техніка ведення ділової бесіди охоплює найбільш поширені способи взаємодії співбесідників у таких ситуаціях, як представлення, привітання, запрошення, пропозиція, прохання, прощання та ін. При цьому найбільш уживаними є зазвичай вирази: Good to meet you (Приємно зустріти вас), That's right (Саме так), Let's to introduce (Дозвольте представити), Thank you (Дякую), I'll look forward to see you (З нетерпінням буду очікувати наступної зустрічі), Good bye (До побачення) та ін.

У процесі ділової бесіди слід звернути увагу на те, що вибір того чи іншого способу вираження думки залежить не тільки від ситуації спілкування, але й від характеру відносин між учасниками комунікації. Офіційна обстановка, тим більше, якщо ділові партнери зустрічаються вперше, диктує вибір більш формальних засобів вираження, наприклад: It's an honour to meet you (Для мене велика честь зустрітися з вами). Наявність дружніх відносин допускає використання нейтральних чи навіть розмовних виразів: Nice to meet you (Як приємно зустріти вас), How are things (Як справи?) та ін.

Ефективність взаємодії визначається в значній мірі умінням «розгорнути» бесіду, коли висловлювання одного з ділових партнерів змінюється реплікою, відповіддю чи питанням іншого. Такий перехід ініціативи від одного комуніканта до іншого здійснюється за рахунок інваріантних механізмів: питання – відповідь, питання – відповідь + коментар, питання – відповідь + питання та ін.

Слід підкреслити, що володіння уміннями іншомовного ділового спілкування передбачає широке використання стандартних виразів, так званих «кліше».

Відомо, що висловлюванням в діловому спілкуванні притаманна певна стереотипізація, тобто існують різні кліше, штампи, стандартні вирази, які широко використовуються в діловому мовленні в схожих ситуаціях.

Мовленнєві стереотипи – це готові формули з точки зору їх морфолого-синтаксичної структури і лексичного наповнення у певній мовленнєвій ситуації. Ці формули-кліше слугують орієнтирами у взаємодії партнерів по спілкуванню і обираються у відповідності з обстановкою і ситуацією спілкування.

Мовленнєві кліше як стандартизовані, стереотипні мовленнєві формули в значній мірі автоматично включаються співрозмовниками в процес спілкування і тим самим сприяють економії часу і енергії комунікантів, оскільки немає необхідності постійно думати, як сформулювати на іншій мові якусь фразу. І хоч вони мають узагальнений характер і не відображають індивідуального стилю спілкування, вони мають величезне значення в оволодінні уміннями іншомовного ділового спілкування. Саме тому кожен сучасний фахівець повинен володіти знаннями найбільш поширених кліше, тобто стереотипних висловлювань при вітанні, знайомстві, висловлюванні подяки, прощанні, вибаченні тощо.

Використання кліше в іншомовному діловому спілкуванні тісно зв'язано з конвенційністю, тобто відповідністю певним нормам, традиціям, правилам, притаманним даній спільноті.

Конвенційність у діловому іншомовному спілкуванні передбачає дотримання певних норм і правил вербального і невербального спілкування і тісно зв'язана з поняттям мовленнєвого етикету.

Н.Формановська визначає мовленнєвий етикет як мікросистему національно-специфічних вербальних одиниць, прийнятих в даному суспільстві для установлення контактів між співбесідниками, забезпечення спілкування в бажаній тональності [17, с.30].

Таким чином, етикет регулює вибір тих чи інших вербальних і невербальних засобів в конкретній ситуації і обстановці для конкретного партнера по спілкуванню і

представляє собою стилістичні формули-кліше, які дозволяють продуктивно вступати в мовленнєвий контакт і підтримувати розмову в потрібній тональності.

Структура мовленнєвого етикету складається із стереотипів – типових конструкцій і кліше, які часто повторюються.

Поняття мовленнєвого етикету співвідноситься з діловим, який в значній мірі забезпечує успішність проведення ділових зустрічей, переговорів і визначає оптимальну поведінку комунікантів у конкретних ситуаціях, спрямовану на досягнення мети і отримання запланованих результатів.

Конвенційність передбачає відносини, які будуються на основі зафіксованих, задекларованих загально визнаних норм поведінки.

Відомо, що до психологічних механізмів сприймання у спілкуванні відноситься процес соціальної стереотипізації, суть якого в тому, що образ іншої людини будується на основі тих чи інших типових схем. Під соціальним стереотипом, як правило, розуміють стійкі уявлення про якісь явища чи людей, властиві конкретній країні, представникам конкретних соціальних груп. Співрозмовник орієнтується на певні соціокультурні особливості співбесідника, які впливають на вибір засобів і способів вербальної і невербальної комунікації.

Ми солідарні з Г.Китайгородською [18,с.32], яка вважає, що на сучасному етапі розвитку суспільства володіння іноземними мовами не може бути відокремлено від того соціально-культурного контексту, в якому вони використовуються.

Іншими словами, сучасні фахівці повинні бути ознайомлені з найбільш важливими аспектами щоденної і спеціальної (професійної) сфери, що орієнтує на підготовку ділових людей не тільки на вузько профільному рівні, а передбачає розвиток їх загальнокультурного рівня, необхідного для об'єктивно-адекватного і повноцінного спілкування в іншомовному середовищі. Це означає, що сучасний фахівець для повноцінного іншомовного спілкування повинен володіти хоча б мінімумом так званих фонових знань.

Як відомо, фонові знання – це комплекс знань про національні особливості, національну культуру країни, мова якої вивчається, необхідних для здійснення результативного комунікативного акту.

Фонові знання можуть бути соціальними, індивідуальними, колективними:

- соціальні фонові знання – це та інформація по проблемі обговорення, яка відома всім учасникам спілкування ще до початку отримання мовленнєвого повідомлення;
- індивідуальні фонові знання – це та інформація по даній проблемі, яка відома тільки окремим учасникам до початку їх спілкування;
- колективні фонові знання – це інформація, яка відома всім членам певної соціальної, професійної сукупності людей, які володіють спеціальними знаннями в певній галузі (медики, політики, соціологи, менеджери).

Враховуючи специфіку ділового спілкування, вважаємо, що фахівці будь-якого профілю повинні засвоїти фонові знання стосовно щоденної комунікації і фонові спеціалізовані (професійні) знання.

У першому випадку під щоденною комунікацією розуміємо сукупність конкретних ситуацій, які відображають картину світу як мікрокультуру соціального спілкування типових носіїв даної мови. Мікрокультура – це конвенційно встановлені норми і правила поведінки, прийняті в іншій лінгвокультурній спільноті. У другому випадку спеціалізовані фонові знання розглядаються нами в умовах, максимально наближених до реального професійно-ділового спілкування.

Наявність умінь міжкультурної комунікації, якими повинен володіти будь-який фахівець, забезпечує формування міжкультурної комунікативної компетентності, тобто необхідно мати певний рівень лінгвістичних, соціолінгвістичних, міжкультурних знань та умінь для реалізації завдань особистісного, ділового, професійного спілкування в сфері міжнаціональної взаємодії.

Лінгвістичні знання й уміння включають знання й уміння про мову й мовлення, уміння користуватися ними у професійній діяльності: розпізнавати синоніми, антоніми, інтернаціональні слова, слова, схожі з рідною мовою; розкривати значення багатокомпонентних слів і виразів; знаходити способи адекватної передачі значень іншомовних слів на рідній мові; правильно вживати без еквівалентну лексику в мовленнєвих ситуаціях.

Соціолінгвістичні знання й уміння означають здатність використовувати і перетворювати мовленнєві одиниці у відповідності з ситуаціями ділового, професійного, особистісного спілкування, а також передбачають: володіння формами ввічливості мовленнєвого національно-культурного етикету: правильне оформлення (в мовленнєвому плані) ритуалів, які відображають радість, співчуття, вибачення тощо.

Міжкультурні знання й уміння означають певний рівень розуміння і вживання культурних реалій даної країни, зокрема і правил ділової культури, і передбачають: розуміння суті власних культурних установок та їх значення в різних контекстах міжкультурного спілкування; критичний підхід до інтерпретації особливостей ділової поведінки носіїв іншої національної культури; розуміння особливостей невербальної поведінки зарубіжних ділових партнерів в офіційних ситуаціях спілкування; співставлення і використання прийнятих у світі правил культури телефонної розмови, ділових листів, в тому числі електронних тощо.

Володіння вміннями міжкультурної комунікації не тільки сприяє ефективному міжнародному спілкуванню і співробітництву на професійному і особистісному рівнях, але відіграє позитивну роль у забезпеченні загального розвитку фахівців, розширенні їх світогляду, поглибленні знань про навколишній світ, про людей, які розмовляють даною іноземною мовою, їх звичаї, менталітет, особливості національної культури.

У діловому спілкуванні на іноземній мові взаємодія учасників і система їх відносин має стандартизований національно-стереотипний характер. Вступаючи в ділові контакти, партнери є не тільки представниками певної соціальної категорії, але і носіями мови, культури конкретної країни, регіону. Кожна лінгвокультурна спільнота має свої правила, ритуали і норми поведінки, які розглянемо в наступному розділі.

РОЗДІЛ 3. ЕТИЧНІ ЗАСАДИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Ми солідарні з ученими, які наголошують на важливості не тільки наявності умінь іншомовного ділового спілкування у сучасних фахівців, як однієї з важливих умов ефективності євроінтеграційних процесів, але й культури іншомовного ділового спілкування і розглядають її як єдність культури мовлення (усного і письмового) і мовленнєвого етикету. Культура професійного мовлення є не лише визначальною характеристикою професійної культури фахівця, але й чинником особистого осмислення і продукування ним фахових знань.

Мовленнєвий етикет комунікативної взаємодії в міжнародному просторі визначається як система стійких формул спілкування, загальноприйнятих для встановлення мовленнєвого контакту, підтримки спілкування в обраній тональності відповідно до соціальних ролей і позицій, взаємовідносин. Мовленнєвий етикет відповідає прагматичним принципам спілкування – співробітництва, взаємній ввічливості.

Різноманітність ділової практики спричинила виникнення відмінностей між нормативними базами професійних етикетів, детермінованих специфікою певної професії. Безперечно, ділове спілкування в сфері медицини чи соціальної роботи буде відрізнятися від ділового спілкування у менеджменті [19, с.140]. Проте існує загальний кодекс професійної етики, в основі якого лежать універсальні правила ділового спілкування:

глибока повага до іншої людини; принцип достатньої поінформованості, який вимагає говорити не більше і не менше, ніж це потрібно для справи; використання правдивої інформації, оскільки від цього залежить ступінь довіри між колегами. (довірливі стосунки між співробітниками виявляються також у їх спроможності надавати один одному професійну допомогу, підтримку); принцип доцільності у професійних відносинах, який означає вміння не відхилятися від теми розмови і знаходити ефективні вирішення складних питань; чітке і переконливе для співрозмовника висловлення думки, здатність уважно вислухати і адекватно сприйняти позицію співрозмовника.

Етикет міжкультурної взаємодії виконує різні функції: інформаційну, стандартизації моделей індивідуальної і групової поведінки, соціального контролю і соціального впливу, створення психологічного комфорту. Так, норми етикету інформують фахівця, як поводити себе в тій чи іншій службовій ситуації, якої поведінки можна очікувати від партнера по комунікативній взаємодії. Стандарти поведінки допомагають обрати лінію поведінки і спілкування у відповідності з реальною обстановкою і очікуваннями оточуючих, не ризикуючи потрапити в неприємну ситуацію і викликати ускладнення у взаємовідносинах з людьми. Дотримання правил поведінки знижує почуття тривоги в зв'язку з очікуванням проявів поведінки кожною із сторін, зміцнює впевненість у правильності власних дій, зумовлює виникнення почуття психологічного комфорту. Функція соціального контролю і соціального впливу в етикеті проявляє себе в способах управління соціальними відносинами і поведінкою членів організації.

Отже, успішна професійна діяльність фахівців будь-якої сфери в значній мірі залежить не тільки від володіння ними спеціальними професійними знаннями та знаннями іноземних мов, але й від знання мовленнєвого етикету, особливостей культури країни, з представниками якої налагоджуються ділові відносини, національних стилів спілкування, основ міжнародного етикету. Освоювати простір світового ринку без знання іноземних мов і ділового етикету неможливо.

Як відзначає І.Сайтарли [19], ділове спілкування у міжнародному аспекті є складним процесом, опосередкованим ціннісною несумісністю національних бізнес-культур. Воно повинно відбуватися так, щоб унеможливити будь-який міжнародний конфлікт, спричинений зіткненням різних уявлень про належну поведінку. Цьому сприяє знання і дотримання вимог і правил культури міжнародного спілкування (крос-культурної комунікації).

Крос-культурна (англ. *cross* – перетинати, переходити) комунікація – це вербальна і невербальна взаємодія представників різних моральних систем, світоглядів, релігій тощо

У крос-культурному аналізі бізнес-культур країн Західної Європи, Сполучених Штатів Америки, Японії та інших країн сучасні вчені часто використовують новітній культурологічний підхід, який ґрунтується на антитезі між ієрархічно-формальними та егалітарно-неформальними, стриманими і експресивними, поліхромними і монохромними, контактними і дистантними культурами, які обумовлюють відповідні види бізнес-культур.

У міжособистісних взаємовідносинах ієрархічно-формальних культур домінують принципи субординації, статусу; в егалітарно-неформальних – принцип професіоналізму особистості.

Залежно від фактору часу бізнес-культури поділяються на : монохронні і поліхронні. Представники перших дуже цінують час (як власний, так і ділових партнерів), вони дуже пунктуальні, вимогливі до ділових зустрічей і дотримання їх порядку денного. Поліхронні бізнес-культури більш гнучкі. Їх представники не надають надто великого значення фактору часу, пунктуальності. Ділові зустрічі є менш формальними, ніж у першому випадку. Під час цих зустрічей можуть обговорюватися й питання, які заздалегідь не були внесені до порядку денного.

У міжкультурному спілкуванні є певні відмінності щодо меж допустимої емоційності. Якщо для експресивної культури ділових стосунків характерною є підвищена

емоційність (регіони Середземномор'я, Південна Америка, частково США, Канада, Австралія, Східна Європа, Африка), то стримана культура ділових стосунків передбачає раціональні способи взаємодії (країни Східної та Південної Азії, Північна Європа, Німеччина, Велика Британія, Японія).

Слід відзначити, що представники експресивних (контактних) культур не зважають на особистісний простір партнера по спілкуванню і часто порушують його, що не характерно для стриманих (дистантних) культур. У експресивних культурах ділових відносин партнери можуть дозволити собі переривати монолог партнера, що у стриманих культурах є недопустимим.

У системі крос-культурного спілкування існує також індивідуалістична і колективістська культури. Перша з них ґрунтується на засадах автономії особистості, поваги до її прав і свобод, друга – спрямована на збереження, постійне відтворення національних звичаїв, традицій, норм.

Представники західноєвропейських індивідуалістичних культур акцентують увагу на інформації, а не на способі її донесення. Для них властиве лаконічне мовлення, логічно вмотивоване, послідовне, точне мислення. Носії колективістських культур (Схід, Азія) у спілкуванні звертають увагу на контекст повідомлення, тобто надають увагу не тільки тому, про що йде мова, але й тому, яким чином це висловлюється.

Результати здійсненого нами аналізу численних наукових джерел [20-30] свідчать, що у професійно-ділових стилях спілкування різних європейських країн є суттєві відмінності, які на сучасному етапі розширення міжнародних контактів і співробітництва у всіх сферах слід знати і враховувати, щоб досягти взаєморозуміння й успіху у спілкуванні. У міжнародному бізнесі виокремлюють арабську, азійську та американську моделі комунікативної поведінки у бізнесі, які конкретизуються відповідними національними бізнес-культурами й відрізняються як у вербальному, так і невербальному аспектах. Щодо європейської культури ділового спілкування, то вона не є монолітною. А поєднує в собі різні типи комунікативної поведінки у бізнесі – формально-ієрархічні та егалітарні, максимально стримані та експресивні, монохромні і поліхронні культури спілкування, бізнес-культури, орієнтовані на угоду, та орієнтовані на стосунки. Попри значні відмінності, всі європейські культури ґрунтуються на принципах автономії особистості, гідності людини, що відрізняє їх від колективістських культур арабо-азійського світу.

Вважаємо за доцільне коротко охарактеризувати основні особливості ділового етикету і, відповідно, спілкування, в окремих країнах, з якими Україна підтримує тісні ділові контакти.

Американська культура ділового спілкування належить до монохронної, неформально-ієрархічної, помірковано-експресивної культури, орієнтовано на угоду. Американське суспільство відноситься до так званих культур з низьким рівнем контексту. Це означає, що в ділових переговорах з американцями не слід заглиблюватися в словесні нетрі, демонструючи свою ерудицію і вміння вибудувати складні лінгвістичні конструкції. Якщо виражатися занадто вишукано, вас можуть запідозрити в бажанні похизуватися своєю освітою, зверхністю і тим самим принизити партнера по спілкуванню. Головною особливістю американського стилю спілкування є високий професіоналізм, не надто офіційна атмосфера спілкування, що дозволяє їм досить швидко перейти на звертання по імені, максимальна лаконічність. У спілкуванні американці досить відкриті, їм не подобається показна формальність. Вони ввічливі, демократичні, не зважають на вік та соціальний статус співрозмовника. Однак дружні стосунки у них досить формальні, а глибока емоційна прихильність серед ділових партнерів – доволі рідкісне явище. Їх суттєві національно-психологічні особливості чітко проявляються у діловитості і практичності вирішення проблеми. Пропозиції починають обговорюватися із загального питання, поступово переходячи на деталі. Розгляд будь-яких питань ґрунтується на логічній аргументації. Стосовно стилю ділових переговорів, слід зауважити, що

американські партнери дуже позитивно сприймають професійну презентацію з наочними прикладами, цифрами. Розмовляють американці, зазвичай, досить голосно. Цінують гумор і добре реагують на жарти, краще не дуже витончені. Люблять посміхатися і чекають посмішки від співбесідника. Відсутність посмішки сприймається як свідчення певних проблем. Американці завжди налаштовані на успіх. Вони доволі настирливо намагаються реалізувати свої цілі, переслідуючи власну вигоду. Іноді їх самовпевненість, завищена оцінка власних сил і можливостей, егоцентризм можуть спричинити непорозуміння у спілкуванні. Слід також враховувати патріотизм, характерний для більшості американців. Вони самі можуть критикувати свою країну, але дуже негативно сприймають це з боку інших. Це ж стосується і питання дотримання свобод. Для американців свобода – найвища цінність і вони не потерплять жодних спроб утиску. Для налагодження продуктивних ділових стосунків з американськими партнерами слід також знати, що для американців важливим є прямий контакт очей в процесі ділового спілкування. Також партнерам під час ділової зустрічі варто мати з собою не тільки візитки, але й CV (curriculum vitae – автобіографія, короткий життєвий шлях), який містить необхідну інформацію про особу.

Дуже цікавою є специфіка ділових відносин у Великій Британії. Англійці (британці) відрізняються, перш за все, стриманістю, деякою манірністю поведінки. Представники цієї нації небагатослівні, уникають категоричних тверджень або явного прояву незгоди. Відзначаються дуже розвиненим відчуттям справедливості, не терплять проявів підступності і хитрощів, надзвичайно пунктуальні і цього ж вимагають від партнерів. При веденні справ покладаються на чесність партнерів. Великого значення надають званням і титулам, не люблять звертатися до малознайомої людини по імені. У Великій Британії дотепер шанують аристократичні традиції. Часто особисті успіхи людини виявляються менш значущими, ніж приналежність до знатного роду. Статус багато в чому залежить від регіону, в якому народилася і виховувалася людина, її соціального походження. У ділових стосунках британські бізнесмени надають перевагу партнерам, яких добре знають. Чим триваліші стосунки, тим вища ймовірність досягнення позитивного результату у співпраці. Досить важливо справити якнайкраще враження на британських ділових партнерів при першій зустрічі. У Британії великого значення надають письмовим рекомендаціям. Особливості англійського стилю спілкування зумовлені парадоксами англійського характеру, до яких відносять поєднання конформізму та індивідуалізму, ексцентричності й логічності, привітності й замкнутості, відчуженості й співчутливості, простоти й снобізму. Під час професійно-ділового спілкування англійці, як правило, врівноважені, спокійні, уникають гострих проблем. Фізичні контакти з британцями під час ділових зустрічей не варто практикувати (поплескування по плечу, дружній дотик), так само не слід дуже близько підходити до співбесідника, оскільки те, що для італійця чи француза є цілком нормальним, для британця – непристойність, прояв фамільярності. Англійці відомі своєю схильністю і умінням вичікувати. Нічим не видаючи своїх намірів, вони шукають зручного для обох сторін рішення. Рішення приймають повільніше, ніж, наприклад, французи. Попри певну некоммунікбельність, їх не варто вважати індивідуалістами, а за зовнішньою стриманістю, підкресленою ввічливістю часто приховується душевне сприйняття навколишнього світу, емоційність, здатність до співчуття. Гумор є характерною складовою британської комунікативної культури, її національним надбанням. Веселі жарти та анекдоти, які зазвичай зрозумілі і для представників інших культур, часто допомагають британцям налагоджувати позитивні стосунки з діловими партнерами. При цьому, жартуючи, вони можуть зберігати цілковиту незворушність.

Суттєво відрізняються у спілкуванні від британців жителі південних країн - Італії, Іспанії, які відомі своєю експансивністю, емоційністю, відвертістю, галасливою поведінкою, широким спектром невербальних засобів спілкування. Зокрема, для них не характерна англійська пунктуальність, переговори можуть початися пізніше, ніж було заплановано, вони не відрізняються особливою конкретністю і динамічністю, часто

затягуються. До конкретної справи приступають після обговорення таких традиційних тем, як погода, спорт. Взагалі неформальним стосункам надається важливе значення, оскільки вважаючи, що вільна атмосфера сприяє усуненню ділових суперечностей. Слід зауважити, що знайомство з представниками італійського ділового світу зазвичай починається з обміну візитними карточками і їх відсутність розцінюється дуже негативно. Загалом бізнес-культура Італії формально-ієрархічна, експресивна, поліхронна, орієнтована на стосунки. Незважаючи на те, що, фактично, існує південна Італія (більш експресивна) і північна (більш стримана, поміркована), ділові люди поведуться майже однаково. Вони надають перевагу переговорам віч-на-віч, намагаються відразу якнайбільше дізнатися про свого партнера, а вже потім перейти безпосередньо до справи. У ділових переговорах, на думку італійців, повинні брати участь люди, які мають приблизно однаковий соціальний і діловий статус. Іноді ще заздалегідь, тобто до проведення ділових зустрічей, італійські партнери цікавляться професійною біографією зарубіжних колег. Цінують прямий зоровий контакт.

Іспанська культура ділового спілкування належить до формально-ієрархічної, поліхронної, помірковано експресивної культури, якій притаманна орієнтація на стосунки. В Іспанії, як і в Італії, відчутні регіональні відмінності, які позначаються на бізнес-культурах Кастилії і Каталонії, Мадриду та Барселони. Проте в бізнесі всі іспанці надають перевагу, насамперед, встановленню особистісних контактів. Іспанці надають перевагу непрямим висловлюванням і намагаються рідко вживати слово «ні», хоч це не відноситься до каталонців, які набагато категоричніші у своїх судженнях. Важливу роль у визначенні статусу людини відіграє вік. У переговорах іспанці досить експресивні, багатослівні, надають перевагу близькій дистанції у спілкуванні. Не схильні довго обдумувати рішення. Зазвичай діловим бесідам передують світська розмова.

Досить специфічно відбувається ділове спілкування з французами. До національних особливостей французів відносять оптимізм, життєрадісність, комунікабельність, відвертість, дотепність, винахідливість, волелюбність, яскравість висловлювань. Відомо, що тривалий час французька мова домінувала у ділових переговорах, дипломатичному листуванні. Але поступово її витіснила англійська мова. Сьогодні всі освічені французи володіють англійською мовою, але у спілкуванні з іноземними партнерами надають перевагу рідній мові. Вони часто хворобливо реагують на перевагу англійської мови у діловому спілкуванні з ними, вважаючи, що це принижує їх національну гідність. Тому, добре володіючи англійською мовою і не знаючи французької, краще скористатися послугами перекладача у налагодженні ділових контактів. При вітанні важливими є рукоштовання. Розмова ведеться на близькій відстані, дуже енергійно і швидко (швидкість мовлення у Франції – одна з найвищих у світі), мовчазність тут не цінується. У Франції не прийнято звертатися до співбесідника по імені, вживаються звертання «мсьє», «мадам», «мадемуазель». Популярними є візитні карточки, де варто подати якомога повнішу інформацію про її власника (освіта, науковий ступінь, посада). Французи цінують повноту інформації про ділових партнерів. При встановленні першого контакту неабияке значення мають рекомендації. До переговорів з французами слід готуватися дуже ретельно, оскільки французи намагаються уникати справ, які здаються їм невігдними чи ризикованими. Вони не відразу дозволяють переконати себе в доцільності зробленої пропозиції, часто висловлюють багато критичних зауважень. Їх темп мовлення досить швидкий, вони люблять аргументувати судження, часто використовують гумор. Французький стиль спілкування проявляється у динамізмі, гнучкості, високій емоційності у поєднанні з тверезим розрахунком і прагматизмом.

Німецька культура ділового спілкування належить до стриманої, поліхронної культури ділових стосунків, які є досить заформалізованими і спрямованими на угоду. Особливостями німецького стилю спілкування є практичність, педантизм, логічна послідовність, емоційна стриманість. Ці особливості є похідними від національних якостей німців: акуратності, точності, передбачливості, сумлінності, відповідальності,

уміння планувати і прогнозувати. В процесі спілкування з німцями часто проявляється їх ввічливість і доступність, яка поєднується з певною скритістю, що може спричинити труднощі у встановленні контактів. Німецькі партнери дуже ретельно опрацьовують свої позиції, питання люблять обговорювати послідовно, одне за одним. Вони схильні довго обмірковувати проблему, консультиватися з фахівцями, перш ніж підписати угоду. Укладаючи угоди, наполягають на чіткому виконанні всіх пунктів і передбаченні штрафів у разі їх невиконання. Не люблять витрачати час на світські розмови, які не стосуються справи. Невдалий жарт можуть зрозуміти буквально і образитися. При знайомстві важливе значення надають званням і чинам. Не прийнято звертатися один до одного по імені, тільки за прізвищем. Німці дуже поважають спокій і порядок, тому вважається непристойним дзвонити діловим партнерам після 9 години вечора або в суботу ввечері. Загалом німецькій культурі ділового спілкування властиве прагнення до офіційності, пунктуальності, дисципліни, стабільності. Високо цінується професіоналізм партнерів.

Дуже схожими є особливості ділового спілкування в Австрії. Австрійські бізнесмени строго дотримуються формальностей. Важливим для них є дотримання дисципліни, пунктуальності навіть у дрібницях. Велике значення при спілкуванні надається титулам (пан доктор, радник, професор тощо). Завжди звертаються один до одного на «ви», не прийнято називати співбесідників просто по іменах. Стиль керівництва в більшості випадків можна визнати як авторитарний. Ієрархія в пошані, відповідно, рішення завжди приймається керівництвом. Австрійці не люблять говорити «ні», вважають це образою. Якщо є необхідність дати негативну відповідь, вони, зазвичай, можуть сказати: «так, але...». Спілкування відзначається офіційністю навіть, якщо воно неформальне.

Цікавими є особливості ділової співпраці в Ізраїлі. Слід підкреслити, що ментальність ізраїльтян значно відрізняється від ментальності європейців, що, відповідно, проявляється і в ділових відносинах. Наприклад, ізраїльтяни не уникають у веденні справ маленьких хитрощів і не поважають ділових партнерів, які дають себе обдурити. Багато жителів Ізраїлю звикли поводити себе досить вільно, розкуто у будь-яких ситуаціях, що не завжди викликає позитивне ставлення людей інших країн. Цікаво, що скромність сприймається зазвичай як прояв слабкості. Оптимальна манера поведінки в ділових відносинах з ізраїльськими партнерами – спокійна і навіть дещо підкреслена упевненість в собі. Варто підкреслювати свої успіхи і достоїнства, уникати розмов про власні невдачі і недоліки. Велике значення у веденні ділових справ мають попередні знайомства, контакти, позитивні рекомендації впливових людей. При зустрічі прийнято обмінятися кількома традиційними фразами: «Як справи? Як здоров'я? Все нормально?» На всі ці запитання існує єдина відповідь: «Все прекрасно!», навіть, якщо насправді це далеко не так. До речі, подібні норми етикету прийняті й у Великій Британії. Таким чином, важлива умова досягнення успіху у ділових стосунках в Ізраїлі - активність, ініціативність, енергійність, упевненість, контактність, товариськість, уміння і бажання сподобатись.

Ділова етика японських бізнесменів істотно відрізняється від правил і норм ділового світу Заходу, отже, і ділове спілкування має свої специфічні особливості. Перш за все, слід підкреслити, що у практиці ділового спілкування в Японії величезне значення має використання візитних карточок. Вони відіграють роль своєрідних посвідчень особи, в яких, окрім імені, прізвища і посади, вказується найголовніше для японця – приналежність до якої-небудь фірми або організації, що, по суті, визначає положення людини в суспільстві. Якщо у відповідь на запропоновану японцем візитну карточку партнер не пропонує свою, це може спантеличити японця і навіть викликати образу. Слід підкреслити, що основу японської бізнес-культури становить принцип жорсткої субординації. Статус людини визначається віком, рангом, статтю. Навіть старша всього на рік людина автоматично отримує вищий статус. В цій країні жінки дуже рідко займають високі посади і традиційно належать до низько статусних соціальних груп. З недовірою ставляться японці до іноземних жінок, які є їх бізнес-партнерами. Субординація в

японському етикеті відобразилася на культурі поклону – традиційній формі вітання. Чим нижчий уклін, тим більше поваги він виражає. Вся практика ділового спілкування в Японії заснована на граничній точності. Точність у переговорах (час їх початку і закінчення, виконання обіцянок і зобов'язань) – одна з найважливіших особливостей японського ділового етикету. Японська культура не передбачає безпосередніх тісних контактів між людьми, тому дружні обійми, поцілунки та інші прояви позитивного ставлення до партнера по спілкуванню не сприймаються схвально. Слід зауважити, що навіть такий поширений вид вітання в Європі як рукостискання не є занадто популярним в Японії. В процесі ділової зустрічі японці демонструють виняткову уважність. Можуть кивати головою, говорити «так», але насправді це зовсім не означає, що вони повністю згодні, а лише свідчить про те, що вони зрозуміли сенс сказаного. Для японського стилю ділового спілкування характерним є уникнення явного «ні» в ділових стосунках. Проте пропозиції можуть бути ввічливо відхилені без використання слова «ні». Японці схильні до персоналізації стосунків, тобто побудови їх на особистій основі. З цією метою вони прагнуть у попередніх бесідах якомога більше дізнатися про потенційного ділового партнера. Досить поширеною тут є практика посередництва з метою налагодження ділових стосунків. Культура ділового спілкування в Японії вимагає вибачення за кожен допущену помилку. Культура переговорів, презентацій вимагає прозорості, чіткості у висловлюванні позицій. Недоцільно використовувати жарти, анекдоти, японські партнери можуть це сприйняти як відсутність належної поваги до розмови або до себе. Не слід багато розповідати про свою компанію чи продукцію, краще сприймається унаочнення, цифрові дані. Недоречним вважається пропонувати японським партнерам заздалегідь підготований проект контракту.

Отже, для японського стилю ділового спілкування характерними рисами є: повага до співрозмовника, ввічливість, пунктуальність, внутрішня самодисципліна, стійкість до труднощів і готовність їх подолати, відповідальність, дотримання норм етикету. Культура ділового спілкування в Японії передбачає багато обмежень, ігнорування яких загрожує припиненням будь-яких ділових чи особистісних стосунків.

Останнім часом розширюються ділові контакти з Китаєм, який є однією з найбільш давніх країн світу і має свої усталені традиції. Налагодження ділових стосунків з китайськими партнерами – справа непроста і зазвичай досить тривала, оскільки китайці ніколи не приймають рішень без досконального вивчення всіх аспектів справи. Китайці ведуть переговори, чітко розмежовуючи етапи. На початковому етапі велика увага приділяється зовнішньому вигляду партнерів, манері їх поведінки, робляться спроби визначити формальний і неформальний статус кожного з учасників ділової зустрічі, щоб в майбутньому орієнтуватися на людей з вищим статусом. Китайський бізнес зорієнтований спочатку на стосунки, потім на угоду. Під час ділового спілкування вони можуть влаштувати банкет, ігри, гольф, щоб краще пізнати партнера, вивчити його сильні і слабкі сторони. У таких ситуаціях європейський партнер може вважати, що відбувається марнування часу. Проте це не зовсім так. В цей час китайські партнери розмірковують, чи варто їм мати бізнес-стосунки з тією чи іншою особою. Звичайна форма вітання – легкий уклін, хоча рукостискання останнім часом набуває все більшого поширення. У процесі переговорів китайці зазвичай обирають очікувальну тактику, намагаючись спочатку виявити наміри партнерів, проаналізувати висунуті ними умови. Китайці прагнуть, щоб на переговорах партнери першими відкрили свої карти – висловили певну точку зору, зробили ключові пропозиції. Самі ж вони схильні робити поступки під кінець переговорів, після того, як оцінять можливості протилежної сторони. Досить болісно відносяться до критики, навіть конструктивної, воліють сприймати її тільки в дуже делікатній формі і бажано – без зайвих свідків. Надсилаючи свої критичні зауваження китайському бізнес-партнеру у письмовій формі, європейці повинні пам'ятати, що на конверті має бути позначка «конфіденційно», щоб лист не міг потрапити до секретаря, чи іншого співробітника фірми. Китайці надають важливого значення налагодженню дружніх,

неформальних стосунків з іноземними партнерами, позитивно відносяться до корпоративних вечірок, спільних екскурсій, фотографування з діловими партнерами. Слід підкреслити, що китайський стиль професійно-ділового спілкування, витоки якого криються в етнічній психології, етичній культурі, є досить своєрідним. Комунікативну поведінку китайців характеризують яскраво виражена церемонність, стриманість, ввічливість, поважність, статечність, приховування справжніх намірів. Вони надають перевагу простим інтелектуально-мовленнєвим конструкціям, часто вдаються до надбань народної мудрості.

Таким чином, китайському стилю професійно-ділового спілкування властиві такі особливості: обумовленість спілкування етнічними стереотипами і ціннісними орієнтаціями, етнокультурними особливостями сприймання й мислення, що сформувало в їх психічному складі такі риси, як консерватизм, прагматизм, догматизм, повага до авторитетів; орієнтація на групові, а не індивідуальні цінності, переважний вплив групових еталонних моделей спілкування на комунікативні процеси; повага до співрозмовників; стриманість у розмові; невираженість невербальних засобів спілкування.

Розширення міжнародного співробітництва зумовило посилення контактів з африканськими країнами, діловий етикет яких є особливо специфічним і не зовсім зрозумілим для європейців. Водночас, досягнення успіхів у ділових контактах з представниками бізнесу в Африці неможливе без знання хоча б елементарних особливостей ділового спілкування, де, як і в деяких інших країнах, досить поширеними є невербальні засоби спілкування. Наприклад, при вітанні поширеним є рукостискання, проте воно не позбавлене певної специфіки. Так, рукостискання має бути значно слабшим, ніж це прийнято в Європі чи США. Цим передається особлива пошана до співбесідника. В окремих випадках має місце рукостискання двома руками (ліва рука підтримує праву). Воно зазвичай означає відсутність агресивних намірів, особливу прихильність до співбесідника, підкреслення соціальної близькості з ним. Інша цікава особливість ділового спілкування з африканцями - не дивитися при розмові прямо в очі співбесіднику. Це ж стосується і рукостискання. Вища особа (старша за віком, статусом) завжди вітається першою (звичайно, якщо вона це захоче зробити), що суперечить відомим європейським традиціям. Приймаючи якусь річ, в тому числі й документи, африканці найчастіше протягують обидві руки і подібної поведінки очікують від європейців. У ряді африканських культур вважається ввічливим в дверях пройти вперед чоловікові, а потім жінці або гостю. Візитні картки тут не мають особливого значення. При переговорах важливо дотримуватися певної дистанції - панібратство не припускається. Прояви роздратування чи агресії вважаються істотним порушенням норм суспільної поведінки і ділового етикету. Особлива пошана і повага надається старшим за віком. У розмові з ними навіть прийнято опускати голову. У більшості африканських країн розмовляють англійською мовою, але у ряді держав пануючою залишається мова колишніх метрополій (наприклад, в республіці Берег слонов'ячої кістки вживається виключно французька мова).

Заслугове уваги і діловий етикет арабських країн, який теж значно відрізняється від європейського. Безперечно, культурні особливості окремих арабських народів мають місце, проте існують важливі елементи загальноарабської культури, що виявляються в побуті, традиціях, духовному і діловому житті. Зокрема, всі арабські країни користуються єдиною загальноарабською літературною мовою. За своїми ознаками арабська культура ділового спілкування є традиційно-колективістською, експресивною, поліхромною. Важливу роль в цій культурі відіграє мусульманська духовна звичаєва традиція, яку потрібно хоча б в загальних рисах знати і поважати, оскільки – це одна з важливих умов досягнення успіху у діловому спілкуванні. Культура арабського привітання передбачає складну церемонію. Араби можуть довго розпитувати про здоров'я, справи. Вони не визнають категоричних відповідей. Про цілковиту згоду партнера можна зробити висновок лише тоді, коли він скаже «так» не менше двох разів, оскільки вважається, що інформацію про важливі речі треба повторювати. Їм до вподоби висловлювати одну й ту ж

думку різними словами, вживати метафори, порівняння. Араби - люди досить експансивні, для них часто характерною є бурхлива реакція навіть на не дуже важливі події, висловлювання Жестикуляція - активний помічник у розмові. Під час розмови араби, на відміну, наприклад, від британців, стоять дуже близько один до одного. Тобто їх комунікативна культура є контактною, що не завжди до вподоби представникам стриманої культури. Дотримання європейцями певної дистанції у спілкуванні з арабами викликає підозру і навіть образу. А наявність атмосфери довіри між партнерами є дуже важливою у ділових стосунках. Арабський етикет, в тому числі і діловий, забороняє давати прямолінійні відповіді і бути категоричним. Відмові надають дуже м'якої форми, супроводжуючи її численними похвалами і вираженням вдячності партнерам. Араби не вирізняються, як наприклад німці, дисциплінованістю, пунктуальністю у веденні ділових справ і, відповідно, не вимагають цього від партнерів. Для стратегії переговорного процесу арабів з іноземними партнерами характерне надання переваги опрацюванню проблем перед їх вирішенням під час самої ділової розмови. Араби намагаються залишити за собою можливість підтримувати контакти навіть у разі відхилення угоди.

Індійське суспільство належить до суспільств з міцними корпоративними відносинами, усталеними релігійними традиціями. Індійську бізнес-культуру характеризують як орієнтовану на стосунки, формально-ієрархічну, емоційно стриману, поліхронну. Це країна, де спочатку прагнуть встановити товариські стосунки, а потім укладають бізнес-угоди, контракти, договори. Індійське суспільство – кастове, тому з самого народження кожен індус вже належить до певної касты і веде спосіб життя, освячений релігійно-моральним кодексом. Ні рівень освіти, ні фінансовий стан не можуть змінити кастової приналежності. Люди з нижчих каст мають дуже обмежені можливості участі в міжнародному бізнесі. Деякі люди не належать до жодної з каст. Незважаючи на те, що вони можуть обіймати високі державні посади, у кастовому середовищі до них ставляться без належної поваги. Здійснювати ділові відносини з індійськими партнерами вкрай складно. Для цього треба знати місцеві традиції і звичаї, мати надійного місцевого партнера. Індійська поліхромність зазвичай дуже дратує європейці. В цій країні ніхто нікуди не поспішає, запізнення на ділові зустрічі вважаються нормою. За це ніхто з індійських ділових партнерів навіть не вважає за необхідне вибачитися. Дуже сильними є бюрократичні традиції у вирішенні ділових питань. Культура спілкування в Індії є стриманою, дискантною. Невербальне спілкування має суттєві особливості і часто викликає ускладнення в ділових бесідах, переговорах. Наприклад, похитування головою може означати і «так» і «ні».

Отже, знання і дотримання особливостей культури ділового спілкування різних країн є необхідною умовою ефективності спілкування.

ЛІТЕРАТУРА

1. World Conference on Higher Education 2009 (WCHE): the new dynamics of higher education and research for societal change and development: conference paper/UNESCO; ed. By S. Halimi. Paris, UNESCO Headquarters, 2009. P.5.
2. Hoffman D. Changing Academic Mobility Patterns and International Migration. *Journal of Studies in International Education*. 2009. Vol. 13. №3. P. 347–364.
3. Шеремет А.Н. Формирование академической мобильности будущих учителей информатики средствами информационных и коммуникационных технологий: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 – теория и методика профессионального образования. Новокузнецк: КГПА, 2009. 22 с.
4. Зновенко Л.В. Развитие академической мобильности студентов педагогического вуза в условиях непрерывного образования: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.08 – теория и методика профессионального образования. Омск: ОГПУ, 2008. 23 с.
5. Papatsiba V. Political and Individual Rationales of Student Mobility: a case-study of ERASMUS and a French regional scheme for studies abroad. *European Journal of Education*. 2005. Vol. 40. №2. P. 173–188.
6. Українські студенти за кордоном: факти та стереотипи: звіт аналітичного центру CEDOS: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainski-studenty-za-kordonom-fakty-ta-stereotypy>.
7. Емельянова Э. Педагогическое обеспечение готовности студентов к академической мобильности: дисс. канд. пед. наук: 13.00.01 – общая педагогика, история педагогики и образования. М.: МГПУ, 2013. 194 с.
8. Towards the European higher education area. Communique of the meeting of European Ministers in charge of Higher Education in Prague on May 19th 2001. URL: [http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Maindoc/010519Prague Communioue.pdf](http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/00-Maindoc/010519Prague%20Communique.pdf) (дата звернення: 20.01.2019).
9. Student Goteborg Declaration, Goteborg, Sweden, March 25, 2001. URL: [http://www.bmwf.gv.at/fileadmin/userupload/europa/bologna/studentgote borgdeclaration.pdf](http://www.bmwf.gv.at/fileadmin/userupload/europa/bologna/studentgoteborgdeclaration.pdf) (дата звернення: 20.01.2019).
10. Ільченко А.М. Вища освіта і Болонський процес: навчально-методичний посібник. Полтава: РВВ ПДАА, 2014. 316 с.
11. Forward from Berlin: the role of the universities to 2010 and beyond. Graz declaration. URL: [http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/02-EUA/0309 Graz publication.pdf](http://www.bologna-bergen2005.no/Docs/02-EUA/0309%20Graz%20publication.pdf) (дата звернення: 20.01.2019).
12. Офіційні документи Болонського процесу. URL: <http://nmu.ua/vipusniku/bolonskyj-protses/ofitsijni-dokumenty-bolonskogo-protsesua/> (дата звернення: 20.01.2019).
13. Богословский В.И. Развитие академической мобильности в многоуровневом университетском образовании: методические рекомендации для преподавателей. Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ, 2007. 95 с.
14. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання /Науковий редактор українського видання проф.С.Ю.Ніколаєва.- К.: Ленвіт, 2003. 273с.
15. Кремінь В.Г. Вища освіта і наука - пріоритетні сфери розвитку суспільства у XXI ст../ В.Г.Кремінь // Вища школа. 2002. №4-5. С.5-3.
16. Морська Л.І. Теоретико-методичні основи підготовки майбутніх учителів іноземних мов до використання інформаційних технологій у професійній діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора пед. наук: спец.13.00.04 “Теорія і методика професійної освіти”; 13.00.02 Теорія і методика навчання : германські мови. Тернопіль, 2008.
17. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения. М.: Смысл, 1998. 175с.
18. Китайгородская Г.А. Методика интенсивного обучения иностранным языкам / Г.А.Китайгородская. М.: Высшая школа, 1992. 522 с.

19. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : Навч.посібн. К : Академвидав. 240 с.
20. Кудіна О.Ф. Країни, де говорять німецькою : навч. посіб. з лінгвокраєзнавства. Вінниця : Нова книга, 2002. 344 с.
21. Палеха Ю.І. Ділова етика. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. 309 с.
22. Доусон Р. Мастерство общения в любой ситуации. Харьков : «Клуб семейного досуга», 2011. 400 с.
23. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Л : Судостроение, 1991. 544 с.
24. Повна енциклопедія етикету / укл. О.Кривошей. Донецьк : ТОВ «Глорія Трейд», 2010. 384с.
25. Романовская О.Т. Формирование иноязычной коммуникативной культуры будущих исследователей. *Педагогика*. 2008. № 3. С. 67-72.
26. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие / С.Г.Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 264 с.
27. Корніяка О. Мистецтво гречності. К.: Либідь, 1995. 96 с.
28. Mascull В. Business Vocabulary in Use . Cambridge : University Press, 2002. 172 с.
29. Огреніч М.А. Іншомовний мовленнєвий етикет як складова професійної культури майбутніх економістів. *Вісник Чернігів.держ. пед.. ун-ту*. Чернігів : ЧДПУ ім..Т.Г.Шевченка, 2009. Вип.62. С. 126–129.
30. Радевич–Винницький Я. Етикет і культура спілкування : навч.посібник. Я. Радевич–Винницький. К.: Знання, 2006. 291 с.

ДОДАТКИ

Додаток 1

TRADITIONAL GREETINGS, EXPRESSING GOOD AND BAD NEWS

<i>Привітання в кореспонденціях</i>	<i>Salutation in correspondence</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Шановний пан, шановна пані (ім'я кореспондента нам невідоме) ▪ Панове ▪ Шановний пан Гібс ▪ Шановна пані Мілс (звертання до одруженої жінки) ▪ Шановна міс Далтон (звертання до неодруженої дівчини) ▪ Шановна пані Макдональд (звертання до жінки у випадку, коли нам невідомо одружена вона, чи ні) ▪ Дорога Джесіка 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dear Sir or Dear Madam ▪ Ladies and Gentlemen ▪ Dear Mr.Gibbs ▪ Dear Mrs.Mills ▪ Dear Miss Dalton ▪ Dear Ms McDonald ▪ Dear Jessica

<i>Вітаючись</i>	<i>Saying hello</i>
To friends or to people you already know/ you are familiar with.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hello! Hi! Morning!
To someone you see / meet for the first time.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nice to meet you! How do you do? ▪ Pleased to meet you!
In a formal or business situation.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hello! Good morning! (before 12 noon) Good afternoon! (12 noon – 6 p.m.) Good evening (after 6 p.m.)
When introducing someone else.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ This is ... Have you met...? Do you know...? I'd like you to meet ...
When introducing yourself.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hello, I'm ... Hello, my name's ...

<i>Прощаючись</i>	<i>Saying good-buy</i>
To a friend you will see again soon.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buy! Good buy! See you later! See you soon! See you tomorrow! See you next week! etc.
To a friend you may not see very soon.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buy! Good buy! See you around! Take care. See you sometime
When it is the end of the day or you are leaving.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Night! Good buy! Good night! ▪ Good buy!
In a formal or business situation.	<ul style="list-style-type: none"> It was nice meeting you. It was nice talking to you.
Before you leave/ have to leave.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ I must go. I'd better be off. I've got to go. I have to go.

	I'm afraid I have to leave now.
<i>Розпочинаючи розмову</i>	<i>Having conversation</i>
To start a new subject / go back to the main subject.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ So ... Anyway, ...
To give yourself more time to think.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ I mean... ▪ Um.../Er.../Uh.../Well...
To check that someone understands you or agrees with you.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Do you know what I mean? ..., you know?
To ask someone to repeat what was said.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sorry? Pardon? Could you repeat? I didn't quite catch ...
To show that you are listening to what is said.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Right. Yes. Yeah. Mm ...
To say something when someone is talking	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Well ... Um ... I know, but ... Yes, but ... Sorry to interrupt, but ...
<i>Кажемо так</i>	<i>Saying yes</i>
To a question to emphasize the answer yes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exactly! Precisely! Definitely! Of course! Sure!
To a question when the answer is yes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yes. That's right. That's correct. That's definitely yes. Yeah!
To a question when you doubt the answer yes.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maybe. Probably. I think so. I guess so.
To an invitation.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yes. OK. I'd like that. Great! That sounds great!
To an offer.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Thank you. Thanks. Thanks a lot. Yes, please. That's very kind of you. That's very nice of you.
To a suggestion.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ OK. All right. Right. Yes. Yeah. Good idea! Great! That sounds great! That sounds good! Sure!
To a request.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Yes, sure. Certainly. OK. All right. You're welcome. Yes, of course. Yes, that's fine. Yes, that's great. Yes, that's good.
<i>Кажемо ні</i>	<i>Saying no</i>
To a question to emphasize the answer no.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No! Definitely not! Of course not! No way!
To a question when the answer is no.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No. I'm afraid not. Not really.

To a question when you doubt the answer no.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ I don't think so. I doubt it. Probably not. I'm not sure.
To an invitation.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sorry, I can't. I'm afraid, I can't. Sorry, but... Thanks, but... Thanks for asking me, but...
To an offer.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ No, thank you. No, thanks. No I'm fine, thanks. That's very nice of you, but...
To a suggestion.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sorry, I can't. I'd prefer to do smth.
To a request.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sorry, but... No, sorry. I can't really. I would like to do smth, but...

Повідомляючи негативну інформацію	Giving bad news
<ul style="list-style-type: none"> ▪ На жаль ... ▪ Боюсь, що ... ▪ Ми змушені нагадати Вам про те, що ▪ Ми змушені поінформувати Вас, що ▪ Ми з жалем повідомляємо Вам, що ... ▪ Очевидно, ми не отримали (відповіді на наші запити, що були відправлені 03 грудня 2020 року) ▪ Цим повідомляю, що предметом, який викликає мою основну стурбованість є ... ▪ Я піднімав/ піднімала це питання раніше і мені повідомили, що ... ▪ Я хотів/ хотіла б повідомити Вас ще раз про необхідність того, що ... ▪ Ми не можемо виконати Ваші інструкції через наступні причини ... ▪ Ми просимо пробачення за те, що не можемо врегулювати питання, оскільки 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unfortunately ▪ I'm afraid that ▪ We have to remind you that ... ▪ We have to inform you that ... ▪ We regret to inform you that ... ▪ We do not seem to have received (answers to our inquires dated December 03. 2020) ▪ Please be advised that my main concern is that ... ▪ I have raised this issue previously and was advised that ... ▪ I wish to advise you again that it is imperative that ... ▪ We cannot comply with the instructions due to the following reasons: ... ▪ (We are sorry) we are unable to settle the matter as ...

Закінчуючи повідомлення	The finish
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Дякуємо Вам за допомогу ▪ Наперед вдячні Вам за (швидкий розгляд нашого питання) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Thank you for your assistance ▪ Thanking you in advance for (your prompt attention to our problem)

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ми з нетерпінням чекаємо зустрічі з Вами ▪ Ми з нетерпінням чекаємо від Вас відповіді ▪ Якщо у Вас будуть які-небудь проблеми, без вагань контакуйте зі мною ▪ Якщо у Вас будуть питання відносно вищезгаданої проблеми, будь-ласка, в будь-який час зв'яжіться безпосередньо з нами ▪ Якщо у Вас виникнуть які-небудь питання, будь-ласка, повідомте мені ▪ Якщо Вам потрібні подальші розяснення, без вагань зв'яжіться зі мною ▪ Ми високо цінуємо Ваше розуміння ▪ Ми високо цінимо Вашу допомогу ▪ Ваша допомога в цій справі буде високо оцінена нами ▪ Ми вважаємо це питання вирішеним і закриваємо справу ▪ Ми вважаємо, що все в порядку і закриваємо справу ▪ Чекаємо на Вашу швидку відповідь, з повагою ▪ З повагою (якщо Ви не знаєте ім'я кореспондента, якому Ви пишете) ▪ З найкращими побажаннями (якщо Ви знаєте ім'я Вашого кореспондента) ▪ Всього найкращого 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ We look forward to meeting you ▪ We look forward to hearing you ▪ If you have any problems do not hesitate to contact me ▪ If you have any questions regarding the above problem please contact us directly (at your earliest convenience) ▪ If you have any questions please let me know ▪ If you need any further clarification do not hesitate to contact myself ▪ We appreciate your understanding ▪ Your assistance would be appreciated ▪ Your kind co-operation to this matter will be highly appreciated ▪ We now consider matter settled and close our file ▪ We trust all is in order and close the file ▪ Awaiting your early reply and best regards ▪ Yours faithfully (if you don't know the name of the person you are writing to) ▪ Yours sincerely (if you know the person's name) ▪ Best wishes / Best regards ▪ Yours truly / Truly yours (US English)
--	---

**БЛОК ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНИХ ЗАВДАНЬ НА ВИЯВЛЕННЯ РІВНЯ
СФОРМОВАНOSTІ МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ.**

I.

1. All the words in the list are to do with money. Divide them into three groups. Use your dictionary to help if necessary. Some of the words can go into more than one category.

wealthy	currency	Safe	broke
bankrupt	accountant	waste	win
economy	millionaire	Earn	save
well-off	cash dispenser	Loan	will
credit card	stockbroker	Salary	bet
economic	penniless	invest	cashier
coins	spending spree	wages	
hard up squander	economic	savings	

Nouns	Verbs	Adjectives

- Underline the most suitable word in the sentences.
- I'm *bankrupt/broke*. Can you lend me a fiver until the weekend?
- My aunt keeps all her money in a *cash dispenser/safe* under her bed.
- The president said that the *economic/economical* situation was very serious.
- She has *squandered/invested* all her money in government bonds.
- Isn't the pfennig a German *coin/currency*?
- My uncle's *an accountant/a spendthrift*, he helps me look after my finances.
- I didn't *bet/win* any money at the races. I don't believe in gambling.
- He *earned/wasted* all his money betting on the horses. He died penniless.
- Alan's parents are very *hard up/well-off*, they've just bought him a sports car. j) My *salary is/wages are* paid into my bank account every month.
- k) If only my grandfather had left me something in his *will/savings*.
- Underline the most suitable word in the sentences.
- The company's main problem is the shortage of skilled *staff/personal*.
- In London the cost of *living/life* is very expensive.
- On almost every page there were *announcements/advertisements* for cigarettes and tobacco.

- The company will not *agree/ accept* to buy new machines, e) The wages in Taiwan are very *cheap/low*.

II.

Situations:

Write what you would say in the following situations.

- You are in the street. You need a bank to change some traveler's cheques, but you don't know where there is one. What do you ask a passer-by?
- You have changed one hundred pounds' worth of traveler's cheques. The bank cashier asks you, 'How would you like the money?' What do you say?
- You have enrolled at a language school. The school wants you to pay the fees today, but you can't. Explain why not, and say when you will pay.
- You are in a restaurant. You have asked for a black coffee, but the waiter brings you a white coffee. What do you say?
- You want to know what is on television tonight. Ask to borrow your friend's newspaper.
- You're having a party at your house on Saturday. Invite a colleague to the party.
- A friend invites you to a party, but you can't go. What do you say?
- You need change to make a phone call, but you only have a five-pound note. What do you ask a friend?
- You want to buy a good English-English dictionary. Ask your teacher for advice.

**БЛОК ЗАВДАНЬ НА ВИЯВЛЕННЯ ВМІНЬ ВИКОРИСТОВУВАТИ МОВНІ
ОДИНИЦІ У ВІДПОВІДНОСТІ ДО СИТУАЦІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ
(СОЦІОЛІНГВІСТИЧНА КОМПЕТЕНЦІЯ).**

I.

Read a letter of application. Fill in the blanks with proper words and phrases.

David Benton WorldWatch UK Ltd 357 Ferry Rd Basingstoke RG2 5HP

Dear Mr Benton

I saw your (a) _____ for a Business Journalist in today's Guardian newspaper.

I am very (b) _____ the job and I think that I have many of the necessary (c) _____.

I study politics and modern languages at Oxford University. I am (d) _____

French, German and Spanish. I have traveled widely in Europe and South America,

and I have (e) _____ a business journalist for the BBC for the last five years.

I (f) _____ a copy of my curriculum vitae. I (g) _____ hearing from you soon. Please

(h) _____ if you need more information.

Yours sincerely

Nancy Mann

1) skills; 2) worked as; 3) enclose; 4) let me know; 5) look forward to; 6) advertisement; 7) interested in; 8) experienced in

a(); b(); c(); d(); e(); f(); g(); h()

II. On the telephone

All the phrases below are from typical telephone calls. Match a line in A with a line in B.

A	B
a) a) Hello, this is Chesswood 285120. I'm afraid I'm not at home at the moment, but please leave your name and number after the tone and I'll get back to you as soon as I can.	(1) Good morning. Can I have extension 321, please?
b) I'm afraid Mr Barrett's in a meeting. Can I take a message?	(2) No, I'm sorry, it isn't. She's just gone out. Can I take a message? She'll be back in a minute.
c) Shall I ask Miss Jackson to give you a call when she gets back?	(3) Hi, Annie. This is er ... Pete here. Pete Nealy. Er ... I need to speak to you about next weekend. Can you give me a ring? Erm ... I'm at home, by the way. It's ten o'clock now and I'll be here all morning, er ... until two o'clock. Yes, thanks. Bye.
d) Good morning. Payne and Stracey Advertising.	(4) Thank you very much. Frank? It's me, Diana.
e) e) Hello, Mrs Barrett ... I'm afraid Mr Barrett's on another line at the moment. Do you want to hold or...? Oh, he's free now. I'm putting you through.	(5) Yes, please. This is Pam Haddon. He rang me earlier and left a message on my answer phone and I'm returning his call. Can you tell him I'm back in my office now?
f) f) Hello! Is that Sandra?	(6) Yes, please. I'm sure she's got my number but I'll give it to you again, just in case. It's 01924 561718.
a();b();c();d();e();f()	

III. Beginning and ending letters

1. Match the correct beginning and ending for the five letters.

Beginnings	Endings
a) Dear Mary This is just a note to ask if you and Dave are free on the evening of July 11.	1) Many thanks. I look forward to hearing from you in the near future. Yours faithfully James Fox
b) Dear Jane Many thanks for your letter. It was lovely to hear from you after such a long time. You asked me what I've been doing. Well,...	2) We will have pleasure in meeting your order as soon as we can. Yours sincerely Thames Valley Computer Software
c) Dear Sir/Madam I saw an advertisement in the Daily Telegraph for weekend breaks at your hotel.	3) It would be lovely to meet some time. Do you ever come to London? You must let me know. Love Pat
d) Dear Peter Thank you so much for inviting Dave and me to your summer party.	4) Do get in touch soon and tell me if you can make it. Regards to you all. Best wishes Peter
e) Dear Mr Smith We received your order for the <i>World Encyclopaedia</i> on CD ROM and your cheque for J75.	5) We're really looking forward to seeing you again and to meeting your friends. Best wishes Maiy
a());b());cf);d());e()	

2. Which letter...

... asks for information? () Accepts an invitation? ()

... Invites? () gives news? ()

says that money has been received? ()

**БЛОК ЗАВДАНЬ НА СПІВВІДНОШЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ РЕАЛІЙ
АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ (МІЖКУЛЬТУРНА
КОМПЕТЕНЦІЯ).**

I.

Read a formal letter to a hotel given below. Underline the constructions typical for the formal business style.

Reservations Manager Carlton Hotel 78, Park Lane Bristol BH 12 3GR

June 16

Dear (a) Jack/Sir or Madam

(b) *I am writing/This is just a note* to confirm a reservation that (c) *was made/I asked you for* this morning by telephone. The reservation, for (d) *a couple of/two* nights, is for (e) *me/myself*, David Cook.

- *I want/would like* a room with a bathroom, from **12-14** July inclusive.

- I will be attending/'m going to pop into **the Trade Fair that** (h) is being held/is going on **in Bristol that week.**

(i) Is it all right/Would it be possible **for me to have a room at the back of the hotel?** (j) I think/am afraid **that the room** (k) I was given/you gave me **last year was** (l) rather/really **noisy.**

(m) *Thank you/Thanks* for sending me the brochure (n) *about/regarding* your conference facilities, which I (o) *got/received* this morning. They look (p) *most interesting/great.*

(q) Unfortunately/I'm sorry (r) I can't give you/am unable to provide you with **any definite dates** (s) at the moment/now, (t) as/because **we have yet to finalize the details of our sales conference.** (u) But/However, (v) I will contact you/'ll drop you a line **as soon as** (w) I can/possible.

(x) *I look/'m looking* forward to meeting you on 12 July.

(y) Best wishes/Yours faithfully

David Cook

II. What kind of mail is it?

JOIN THE EXTRACTS GIVEN BELOW WITH THEIR DESCRIPTIONS.

- a postcard d) an invitation (informal) g) a formal reply
- a letter to friends e) an informal reply h) a business letter
- a fax f) an invitation (formal) i) a job application

(1)

Lord and Lady Hearty
 At home
 Friday 18th April
 RSVP
 Hadden Hall,
 Hadden
 Cocktails 30pm

(2)	
<i>The weather is wonderful - wish you were here - hot sun, super beaches and delicious food!</i> <i>Jonv and Liz</i>	<i>Mrs M Marsh</i> <i>11 End Road</i> <i>Pevensey</i> <i>England</i>

3)

Dear Mr Knight,
 I would like to apply for the position of reception clerk/telephonist which was advertised in today's Daily News. For the past four years I have worked as... My present job involves... Before this job I was... I have always enjoyed...
 I am available for interview at any time and could start work immediately.
 References are available from my present and previous employers.
 Please find enclosed a copy of my CV for your further information.

(4)

SHORT-SIGHTED & CO.
 Tel/fax: 091 876 3584
 TO: Bob Smith
 COMPANY: Eagle Eyes Opticians
 FROM: Bill Healy

Date: 1st October
 Nº Pages: 1

I still haven't received the goods promised for delivery on Monday. Could you call me to let me know the position? Thank you.
 If any page is illegible, please telephone.

5)

Lannarth House Govilon *Mr and Mrs George Bull thank Lord and Lady Hearty for their kind invitation for cocktails on Friday 18th April, and have great pleasure in accepting. / but regret they have to refuse owing to a prior engagement.*

25th March 2004

6)

Jane and Bill

We are having a party!!! On Saturday 4th May at 8 o'clock. We hope you can come.

Black and White! RSVP (Bring a bottle) 925 689 2543

(7)

Dear Mrs Martin

Thank you for your enquiry regarding our Club Fenders. We have pleasure in enclosing a copy of our brochure and Order Form/Price List. We also enclose separate details of the new additions to our range, which are more affordable and yet in keeping with our standards of quality and workmanship.

Fender prices start from J550+VAT. Please fill in the order form and return the Quotation Request.

a (); b (); c (); d (); e (); f (); g (); h (); i ()

The average delivery time is three to six weeks from the date of order. If you have any queries, please do not hesitate to call us. Yours sincerely,

(8)

Saturday 28th
Dear Sue and Fred
Thanks for your kind invitation. We would love to come and look forward to seeing you then. I hope you don't mind but we may be a little bit late because Bill only finishes work at 7.
With love, Jane

(9)

Dear Sally and Simon,
How are you all? It seems ages since we saw you and I hope we'll meet up again soon. How is the new job going? Are the children all settled in school?
We are off to Kenya at the beginning of the month and hope to be in Scotland in August, — we'll give you a ring.

ДІЛОВА КОРЕСПОНДЕНЦІЯ

I.

TEST YOURSELF

Before you begin, see how much you know about business correspondence.

1.1 Read the letter and:

- Label the different elements of this letter.
- What is the format of this letter: block, semi-block, or indented?
- The shaded boxes show 15 errors.

White the correct word or punctuation above the errors.

	<p>DATA SERVICES a division of Sontret Industries 2062 W Hastings Chicago, IL60608 Tel 312-646-0793 Fax 312-927-7373 Nat 800-444-3897</p>
<p>january 4 2005</p> <p>Mr J Williams</p> <p>48 West 32nd Street</p> <p>New york, NY 10011-6928</p> <p>dear Mr Williams</p> <p>your letter of January 22 arrived this morning</p> <p>Tell us your travel plans and we'll meet you at the airport?</p> <p>We appreciate your interest in our company.</p> <p>I look forward to your visit next month.</p> <p>Sincerely your</p> <p>Jim Hutton</p> <p>Jim Hutton</p> <p>President</p>	■

II.

TEST YOURSELF

1.2. Read the following statements and decide which are true and which are false

- If a letter begins with the receiver's name, e.g. Dear Mr Ross, it will close with Yours faithfully.
- The abbreviation c.c. stands for 'correct carbons'.
- If you were writing a letter to Mr Peter Smith, you would open with Dear Mr Peter Smith.
- The head of a company in the UK is known as 'The President'.
- In the USA, it is correct to open a letter with the salutation Gentlemen.
- The abbreviation enc or encl means there are enclosures with the letter.
- If you were writing to a Knight whose name was Sir Roger Dumont, you would open the letter Dear Sir Dumont.
- In the UK, the abbreviated date 2.6.95 on a letter means 6 February 1995.
- If a secretary signs her name on letter and her signature is followed by p.p. (per pro) Daniel Harris, it means she is signing on behalf of Daniel Harris.
- A Managing Director in the UK is known as Chief Executive in the USA.
- The term PLC after a company's name, e.g. Hathaway PLC, stands for 'Public Limited Corporation'.
- The abbreviation for the term 'limited liability' in the UK, is Ltd.
- If you did not know whether a female correspondent was married or not, it would be correct to use the term Ms, e.g. Ms Tessa Groves, instead of Miss or Mrs.
- The following is an example of a blocked style:
*Peter Voss
 Oberlweinfeldweg 33
 5207 Therwil
 Switzerland*
- The above address is an example of 'open punctuation'.
- The abbreviation in addressing a doctor, e.g. Doctor James Spock, would be Dt. Spock.
- Rather than use the UK close of Your sincerely/faithfully, Americans often choose Your truly.
- The abbreviation for 'company' is Co.

1.3. Put the following names and addresses in order.

Example:

Search Studios Ltd./Leeds/LS4 8QM/Mr L.Scott/150 Royal Avenue

Mr L. Scott

Search Studios Ltd.

150 Royal Avenue

Leeds LS4 8 QM

- Warwick House/Soundsonic Ltd./London/Warwick Street/SE23 1 JF

- Piazza Leonardo da Vinci 254/The Chief Accountant/1-20133/D. Fregoni/Fregoni S.p.A./Milano

- Bente spedition GmbH/Mr Heinz Bente/D-6000 Frankfurt 1/ Feldbergsrt.30/ The Chairman

- Sportique et cie./ 201 rue Sabin/The ales Manager/F-21000 Dijon

- Intercom/E-41006 Sevilla/351 Avda. Luis de Morales/The Accountant/Mrs S .Moreno

- Miss Maria Nikolakaki/85100 Rhodes, Nikitara 541/Greece

- Excel Heights 501/Edogawa-ku 139/7-3-8 Nakakasai/Japan/ Tokyo/Mrs Junko Shiratori

- 301 Leighton Road/VHF Vehicles Ltd.

- London NW5 2QE/The Transport Director/Kentish Town

ДІЛОВІ ЛИСТИ**Business letter**

(It is common for Buyers' representatives to visit Sellers' premises for technical or commercial discussions either before or after a contract has been made.

One day a Ukrainian trading organization received the following letter from Mrs Sweet & Co, their British business partners, concerning a contract agreed previously.)

Ukrimport

March 3, 1998

for the attention of Mr Boychuk

Re: Contract № ... Dear Mr Boychuk,

I am writing to inform you that our engineering department has found it necessary to improve the model which you ordered under the above Contract by making a few modifications as shown in the attached drawings. Although the modifications are very slight, they are very effective and improve performance. Any alterations to the Contract become valid if they are made in writing and signed by authorized representatives of both parties as per Clause 16.5 of the Contract.

Therefore in order to finalize the matter we would like to invite you to visit us at our premises. If you approve the modifications we shall make an appropriate amendment to the Contract.

We assure you there would be no difficulties in issuing a visa to you. We will provide an official invitation in support of your application for a visa. Perhaps you would be good enough to let us know if and when you are able to come over. If you require any other information concerning this matter, please do not hesitate to contact us.

Yours sincerely,

A. K. Dodd

International Marketing Manager

ЛИСТ-ВИБАЧЕННЯ

I.

Consider a typical letter of complaint and answer the questions.

HOWARD & PRATT Ladies' Clothing 306,
3d Avenue
Chicago, Ill. 60602
USA
JACKSON & MILES
1 18 Regent Street
London W1C37D
UK
November 22nd, 2000
Gentlemen:

Thank you for your delivery of dresses which were ordered on Nov. 4, 2000, However we wish to draw your attention to two matters.

- 1. Concerning the red dresses supplied: one lot of 100 (size 12) included clothes of a lighter red colour than the other sizes. We are returning them, and would ask you to replace the whole lot by 100 dresses (size 12) in the correct colour.

- 2. As far as your charges for air freight are concerned, we agree to pay the extra costs which you invoiced. However your costs for packing and insurance must have been lower for air cargo, and we request you to take this fact into consideration and to make an adjustment to the invoice amount. Would you please send us a rectified invoice, reduced accordingly.

We look forward to your dealing with these questions without delay.

Very truly yours.

P.PRATT,

Jr (P.Pratt)

Buyers

- What is the reason of complaint?
- Do buyers agree to pay the extra costs and costs for packing and insurance?
- What kinds of goods were ordered?
- Were the goods delivered in time?
- What do buyers decide to do with received goods?

II.

**ПОРІВНЯННЯ ЛИСТІВ ВИБАЧЕННЯ:
LETTER OF COMPLAINT**

Suputnyk Co. Ukraine

135/45 Vulytsia Lisova 61057 Kharkiv Ukraine

International Computer Services PLC Your ref: CM/OH2

136 Bolton Road Newbury, Berks Our ref: CH/скл

United Kingdom 16 July 2000

Dear Sirs

Order No. MDX/16/75B

We have received the documents and taken delivery of the above order which arrived at Piraeus on the M.V. Victory.

On checking the goods we found that crate 17 contained only 40 computers, although 60 had been entered on both the packing list and the invoice.

The full consignment is urgently required to complete orders for two of our major customers so it is absolutely essential that you ship the additional 20 computers on the earliest possible flight from London.

This is the third time in the last twelve months that you have short-shipped one of our orders.

If there is any further repetition of this we will be forced to look for an alternative supplier.

Yours faithfully

Sergiy Nikonenko

Assistant Manager

ЛИСТ- ВИБАЧЕННЯ

Suputnyk Co. Ukraine

61057 Харків, 135/45, вул. Лісова

International Computer Services PLC

136 Bolton Road,
Newbury, Berks
United Kingdom.

Вхідні:

Вихідні:

16 липня 2000

Шановний пане,

Замовлення MDX/16/75B

Ми одержали зазначене замовлення сьогодні вранці.

Здається, що груз у доброму стані, за винятком контейнера № 17.

Ми робили замовлення на 60 комп'ютерів, тоді як в контейнері ми знайшли лише 40.

Нам потрібні ці комплекти для здійснення поставчань нашим замовникам.

Тому ми прохаємо Вас терміново надіслати нам 20 комп'ютерів.

Щиро Ваш,

Заступник менеджера

С. Ніконенко

**ЗРАЗКИ ЛИСТІВ ЗАМОВЛЕНЬ:
ПЕРЕКЛАДІТЬ ЗРАЗКИ ЛИСТІВ-ЗАМОВЛЕНЬ:**

A) *St Petersburg, July 28 ...*

Transportmaschinen
Export-Import G.m.b.H.,
64, Mohrenstrasse,
Berlin W 8,
BRD

Dear Sirs,
Order No. 279/57

We received your offer of July 14th and order:

1 gent's cycle "Mowe" as specified, at
USD 95.00 - CIF St Petersburg

We are establishing the L/C20 in your favor immediately and ask you to inform us when you can ship the bicycle.

Yours faithfully,
The Modern Cycle Co. Ltd.,
(Sergey Ivanov)

B) *Order Confirmation Accompanied by this Letter*

The Modern Cycle Co. Ltd., Berlin, Aug. 15th, 20 ...

114NevskyProspect, St.Petersburg, Russia

Dear Sirs, *Re: Your Order No. 279/57*

We thank you for your order of July 28th and enclose our Order Confirmation. We have instructed our manufacturers to send the bicycle to Rostock as soon as possible. It can be dispatched immediately after we have received word that your L/C has been opened.

Yours faithfully,
Transportmaschinen Export-Import G.m.b.H.
(Schulze) (Gebhard)

Encl.

C) *Visteria Ltd.*

P.O.Box 82 Kiev 253206 Ukraine

28th March, 1997

Ref: Order No. 142 of 21th March, 1997

Dear Mr. Smurov,

Thank you for your letter of 21th March, 1997. We are pleased to acknowledge your order for 400 men's silk shirts and enclose the copy of it July signed, as requested.

Delivery will be made immediately on opening a letter of credit with our *bank* for the amount of \$4212.

We hope our shirts will be in great demand in Ukraine and you will be able to place large orders with us in the future. Yours sincerely, Alfred Smithers Alfred Smithers Sales Manager

АНКЕТИ

*Job Hunting***Приклад анкети***(Sample Application Form)*

Personal

NAME **Victor Klimenko**ADDRESS **10, Lolia St., Apr. 7** PHONE NO. **(044) 513-26-11 (home)**DO YOU HAVE A VALID DRIVER'S LICENCE Yes *No*MARITAL STATUS **married** NO. OF DEPENDENTS **1 daughter**EDUCATION **higher**

Name of School Year graduated Course Taken or Degree

Kiev University 1990 M.Sc. in Economies**LANGUAGES****Russian/Ukrainian** Excellent Good FairEnglish Excellent Good Fair

EXPERIENCE (Give present or last position first)

COMPANY Alpha **ADDRESS** 17 ,Proreznaya St.

TYPE OF BUSINESS/INDUSTRY EMPLOYED (Month & Year)

Information Technologies From **March, 1990** To **July, 1995**

POSITION(S) HELD SUPERVISOR'S NAME

Manager Alexander Bach**DESCRIBE YOUR DUTIES***Negotiations, purchase of equipment*

WHY DID YOU LEAVE

The company has moved to Sevastopol**COMPANY ADDRESS**

TYPE OF BUSINESS/INDUSTRY EMPLOYED (Month & Year)

From To

POSITION(S) HELD SUPERVISOR'S NAME

DESCRIBE YOUR DUTIES

WHY DID YOU LEAVE

PERSONAL REFERENCES

Name A. Bach **Address** 3, Tolstoy **Phone No.** 221-1834 *(home)*

ОСОБОВА ФОРМА**Application form****PERSONAL INFORMATION**

Last name:

First name:

Middle name:

Sex: Male Female

Date of birth:

Place of birth:

Nationality:

Home address:

Street and number:

Postal index:

City:

Country:

Phone (code + tel. number):

Home phone (city code + tel. number):

Mailing address:

Military status:

Marital status:

Name of applicant's spouse:

Date of birth of applicant's spouse:

Place of birth of applicant's spouse.

Number of children:

Names of applicant's children:

Date of birth of applicant's children:

Place of birth of applicant's children:

EDUCATION

Pre-school:

School:

University:

Additional courses:

Languages knowledge:

WORK EXPERIENCE

(years, position and company)

ADDITIONAL SKILLS

WORK EXPERIENCE

(years, position and company)

INTERESTS AND ACTIVITIES:

ПРОТОКОЛ ЗБОРІВ

Секретарка Пола надрукувала протокол зборів за наступним планом. протокол зборів Нанишить протокол уявних зборів.

Continental Equipment THE MINUTES
 Board of Managers
 15th January
Time Wednesday, 15th January at 10 am **Place** Conference Hall **Present** Mr Allan Van
 chairman
 Miss Paula Tanner secretary
Attending Mr Hannes Summer Central Bank
Absent
1
 Minutes The minutes of the meeting held on 15th December had been circulated. They were
 taken as read and signed as correct.
2
 Launching out export
 The board decided to
3

 It was agreed that

4
 Any other business
 There was no other business.

5
 Termination of the meeting
 The meeting terminated at 11.20 am.

Chairman A. Van
Secretary P. Tanner

ТЕЛЕГРАМИ

Telegrams

I.

Mitchell Electronics Company Limited St. Mirren Avenue, London E15 3ET Telephone: 01-386
9239 Telegrams MELEC LONDON

Our Ref: MRE\JNK C. A. Atkins Esq. 147 Macduff Road, Thamesbank,
London NW11 8HX 9th April, 1998

Dear Sir,

Thank you for your letter of the 4th April 1998, in which you requested a brochure on our latest stereo cassette/radio Model ECR/12.

We do not supply brochures ourselves, as this can be done more cheaply and conveniently by our distributors. We have looked at our list of distributors and found that the nearest to your address is Scott's of 137 High Street, Thamesbank. You may know it.

They stock copies of the brochure you require, and they will give you a copy on demand, free of charge.

We trust that they can be of assistance.

Yours faithfully,

M. R. Erickson Sales Department Mitchell Electronics Co Ltd

II.

Mitchell Electronics Company Limited

St. Mirren Avenue, London E15 3ET

Telephone: 01-386 9239

Telegrams MELEC LONDON

Our Ref: MRE\JNK C. A. Atkins Esq.

147 Macduff Road, Thamesbank,
London NW11 8HX

9th April, 1998

Dear Sir,

Thank you for your letter of the 4th April 1998, in which you requested a brochure on our latest stereo cassette/radio Model ECR/12.

We do not supply brochures ourselves, as this can be done more cheaply and conveniently by our distributors. We have looked at our list of distributors and found that the nearest to your address is Scott's of 137 High Street, Thamesbank. You may know it.

They stock copies of the brochure you require, and they will give you a copy on demand, free of charge.

We trust that they can be of assistance.

Yours faithfully,

M. R. Erickson

Sales Department Mitchell Electronics Co Ltd

КОНТРАКТИ
CONTRACT (КОНТРАКТ)

In foreign trade transactions a contract is drawn up to give legal expression to the intentions of the partners and to guarantee that the obligations contained in the contract will be fulfilled. According to the purpose and contents, contracts can cover: goods, services, licences, patents, technology and know-how. Here is an example of an export contract:

Contract № 25/31

London

15th January, 1998

Ukrexport, Kyiv, herein after referred to as the Seller and British Manganese Ltd, London, herein after referred to as the Buyer, hereby agreed as follows:

Grade	<i>Qaulity in metric tons</i>	<i>Price per metric ton in US dollars</i>	Time of delivery
..... <i>on 2—3 lots within second and third quarters of 1998 starting in the first half of May...</i>

1. The Seller has sold and the Buyer has bought manganese of Ukraine origin on FOB terms from one of the Black Sea ports at the Seller's option. The grades, price and quality are as stated below:

The price for the goods is understood to be per metric ton, packing included, FOB one of the Ukraine's Black Sea ports. The quantity is understood to be up to 5% more or less at the Seller's option.

2. Within five days after the receipt of the Seller's notification by cable that the goods are ready for shipment, the Buyer shall open by cable with the Ukrainian Bank for Foreign Trade, Kyiv, an irrevocable, confirmed and divisible Letter of Credit in favour of the Seller for the full value of the goods plus 5% to cover the option. The Letter of Credit is to be valid for 90 days, with the right of extension, if required, by the Seller. The payment for the goods is to be made in US dollars for 100% (hundred per cent) of the invoice value of manganese on presentation to the Ukrainian Bank for Foreign Trade, Kyiv, of the following documents:

Invoice in 3 copies

Seller's Certificate of Weight

ПОРАДИ ДО НАПИСАННЯ БІОГРАФІЇ

Advice on CVs .

There's lots of advice on CVs and a lot of it differs so it's hard to say exactly what the perfect CV is.

A good CV should cover no more than two sides of A4 paper and be divided into clear headings. The first section should include personal details: name, address, telephone number, email and things. Some employers like to see a photo, too.

You can always phone the company and find out.

Next comes education and qualifications starting with the most recent things. The third section deals with work experience – again starting with the most recent job. It's important here to be brief so use bullet points and action verbs. You don't need to use complete sentences as long as it's very clear what you've done.

Following this is the section on professional skills. Show the employer your abilities, including your ability to use IT and foreign languages.

Finally, detail your interests. An employer likes to know what kind of person you are and things like team sports, for example, show this. Perhaps the most important thing is to show how you meet the criteria in the job advertisement.

Make it easy for the employer to ask you to an interview.

Presentation is also important. Good quality paper and a clear typeface make a difference. And once you've written your CV check your grammar and spelling carefully. Then put it in a good quality large envelope so you don't have to fold it.

БІОГРАФІЯ - РЕЗЮМЕ

CURRICULUM VITAE**PERSONAL INFORMATION***Name: Raymond Roussel**Home address: Rue Moreau-Nelaton, 48, Apt 15a
Paris, France**present address Flat 9, 25 Newcastle Road Consett
Co Durham DU4 3ME
England**Date and place of birth: 14.5.61 in Paris, France**nationality: French**Sex: Male**marital status: Single***EDUCATION***secondary education:**1976—79 Senior High School in Paris
High School Graduation Certificate**further education:**1979—80 military service**1980—85 University of Lyon:**BSc in Computer Studies**1985—87 University of Paris:
PhD in Systems Engineering***EMPLOYMENT***1987—88 I took a year off and, with some friends, sailed
round the world in a 12-metre sailing cruiser**1988—89 Franco-Italian Bank, Milan:
Systems Analyst**1989—90 Imprimery Ledoux, Paris: Control Systems**Supervisor**1990— Topdown Systems, UK: Client Consultant
(promoted to Senior Software Development
Engineer, July 1991)
equivalent to \$48,000 plus car and bonuses**current salary:***OTHER****INFORMATION***languages: French (native)*

English (fluent, spoken/written)
Italian (fairly fluent)

REFEREES

Mrs Helen Andrews
Manager, Industrial Clients Department,
Topdown Systems Ltd
Unit 37, Medomsley Road
Consett County Durham DU 11 SAE,
England
(name of other referees will be supplied on request)

ДІЛОВА БЕСІДА
TALKING BUSINESS
DIALOGUE

(The other day Mr Pavlenko, General Director of Ukrimport, and Mr Turnball, a representative of Lindon Tools Ltd met at the Ministry for Foreign Trade to negotiate the purchase of a Flight Information Display System for a new airport being built in Kyiv.)

Pavlenko Good morning, Mr. Turnball. Happy to see you in Kyiv again.

Turnball Good morning, Mr. Pavlenko. I'm also pleased to meet you.

Pavlenko Will you take a seat, please. Did you have a nice journey?

Turnball Yes, thank you. I enjoyed the trip. It was very pleasant indeed.

Pavlenko I'm glad to hear it. Now I'd like to discuss with you some particulars of our transaction. Our customers have studied all the technical characteristics of your system and concluded that they meet their requirements.

Turnball I'm happy to hear it. We have been selling our equipment to many western countries. It's up to world standards and is in great demand on the world market.

Pavlenko Well, now we can get down to discussing the commercial side of our transaction, can't we? The first thing I'd like to clarify is the prices.

Turnball Don't you find them attractive?

Pavlenko On the whole we do, but the prices for items 3 and 9 are a bit high.

Turnball I'm afraid I can't agree with you here. These items are completely new in design and they are the best on the world market.

Pavlenko The competitors offer lower prices for such items and they are 30—40% lower than yours. Could you find it possible to reduce the prices?

Turnball I'm afraid I must get in touch with my company and I'll give you the answer tomorrow.

Pavlenko Good. Now comes the question of payment.

Turnball I hope payment for collection suits you.

Pavlenko Yes, it does. And since your terms of delivery and delivery time are acceptable, we'd like to offer you our contract form to study. Could you come here at 10.30 tomorrow?

Turnball No problem, Mr Pavlenko. Good bye.

Pavlenko Good bye, Mr Turnball.

ДІЛОВІ ЗУСТРІЧІ BUSINESS MEETINGS

1. Прочитайте та перекладіть діалог:

David Hill, a representative of International Management Ltd, is at Boryspil airport in Kyiv. Pete and Nick, Ukrainian businessmen, meet him in the airport. They are going to discuss with David a November Programme of Ukrainian bankers and foreign trade businessmen who are going to attend Business Skills Courses in London.

At exactly ten to ten Nick enters the Metropol hotel and sees David in the lounge. They exchange greetings and go to the car. A few minutes later they come to Pete's office. Now they are entering the office:

Pete: Good morning, David. I hope you had a good sleep and liked the hotel.

David: Thank you. The hotel and the restaurant are all right.

We have very nice evening at the restaurant. Everything was fine.

Pete: I also enjoyed last night. Now, shall we get down to business?

David: Yes, certainly. There are a few points to discuss.

What would you like to start with?

Pete: If you don't mind, let's start with the time of the Programme. We are planning to send a group of ten persons not later than on the 10th of November.

David: How long will they stay?

Pete: They prefer to be in London for eight days or seven nights.

David: Good. Have you got any comments on the topics of the lectures?

Pete: On the whole the participants are quite satisfied with your choice.

But if you could add "Accounting in companies and banks" it will be very good.

David: No problem. I'm making a note of that. We have got a very good lecturer.

Pete: And where will the lectures be read?

David: In one of the conference rooms of the hotel, where they will stay- mean the Sherlock Holmes Hotel in Baker Street.

Pete: I hope it is in the centre of London.

David: Oh yes. It is very close to Oxford Street and Madame Tussaud`s.

Pete: Very good. Then let's make a break for lunch.

David: Not a bad idea.

ІНТЕРВІЮ-СПІВБЕСІДА
INTERVIEW

Frank Louisa. Can you tell the viewers at home how you got your present job?

Louisa Well, it was an accident really. I went to Spain two years ago and when I booked my holiday I got this travel magazine with my tickets and stuff and I saw an advert for a job in there. It said things like. Have you travelled a lot? and Do you like working with people? And so on. And I just thought. Yes. That's me!' and applied.

Frank That's great. And what does a typical day involve?

Louisa If I work upstairs then I'm on the phone most of the time - answering questions, taking new calls, dealing with existing clients who may have queries. If I work downstairs then I deal with people who have made an appointment to see me or perhaps come in off the street because they've seen a notice in the window and they want to make an enquiry.

Frank What sort of questions do people ask?

Louise That depends. A customer may come in with a very specific question and ask something like: 'Could you book me a flight for Helsinki on 5 November?' or 'How much is the cheapest flight to San Francisco?' or

'What's the weather like in Egypt in winter?'

Other people may have been saving their money for years for a round the world trip and they want you to help them plan their whole holiday, so I have to ask questions such as 'How long do you want to go away for?' or

'How much money do you want to spend?' and things like that.

Frank I imagine that at a party or something that if people find out what you do they must ask you lots of questions.

Louisa Yes, they do. They ask me whether I travel for free or what countries I go to on holiday. They think it's a great life.

Frank And what countries have you been too lately?

Louisa Well, this year I've been quite lucky. I won a cruise for two to Malaysia and I've been to Boston for a week with work and I'm going to Rio next month.

Interviewer Very nice. It does sound like a good life.

ПЕРЕГОВОРИ NEGOTIATIONS
DIALOGUE NEGOTIATING DELIVERY PERIODS

Mr Fox: Good morning, glad to see you in New York. Did you have a good trip?

Mr Peters: Oh yes. Thank you. Everything was all right.

Mr Fox: Is it your first visit to New York?

Mr Peters: Yes, it is.

Mr Fox: Oh, I am sure New York will impress you greatly. There are many places of interest here and you'll enjoy sightseeing I think.

Mr Peters: I'm sure, I will, thank you.

Mr Fox: Well, let's get started. You know, with this delivery problem I sure there's room for negotiation.

Mr Peters: Let's see how we get on.

Mr Fox: Right, well this is how we see it. We can deliver the first machine in ten weeks, and install it four weeks after that.

Mr Peters: Why such a long delivery period?

Mr Fox: Well, these are in fact the usual periods. It's pretty normal in this kind of operation.

Did you expect we could deliver any quicker?

Mr Peters: This is our position. We need delivery of six weeks maximum, with four weeks for installation.

Mr Fox: I see what you mean, but that would be very difficult. You see we have a lot of orders to handle at present, and moving just one of these machines is a major operation. Look, if I can promise you delivery in eight weeks, does that help?

Mr Peters: I'm sorry, but I can't accept eight weeks. You'll have to do better than that, I'm afraid.

Mr Fox: Ah-ha! Well, look ... er ... You want the machine in six weeks. Now that is really a very short deadline in this business. You said that you couldn't take it any later, but couldn't your engineers find a way to re-schedule just a little, say another week?

Mr Peters: I'm afraid I can't increase the delivery period any further. I have my instructions.

Mr Fox: Well, you really are asking us for something that is very difficult. I've already offered you seven weeks. I'll have to consult with my colleagues and come back to you, but I can't see what we can do.

Mr Peters: May I make a suggestion? If you can promise delivery in six weeks, then we may be able to talk about a further order.

Mr Fox: Well, on that basis I suppose we might be able to look at some kind of arrangement.

In fact, if you can promise another order I think we could accept your terms.

Mr Peters: Let's go through the terms: six weeks for delivery and four weeks for installation; and the decision about the next order to be taken by the 26th. Agreed?

Mr Fox: Exactly.

Mr Peters: Will it be possible for us to meet tomorrow morning and sign the contract?

Mr Fox: That will be fine.

І.Козубовська, О.Повідайчик, М.Бабинець, О.Байбакова, С.Хоминець /
За ред. І.Козубовської, О.Повідайчик

**Підготовка майбутніх фахівців до міжнародної академічної
мобільності**

Навчально-методичне видання

В авторській редакції

Підписано до друку 4. 01. 2021. Формат 60x84/16.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 2.
Наклад 100 прим. Віддруковано на різнографі.

Видавництво УжНУ «Говерла»

88000, м. Ужгород, вул. Капітульна, 18.

*Свідоцтво про внесення до державного реєстру видавців
виготівників, і розповсюджувачів видавничої продукції*

Серія 3т №32 від 31 травня 2006 року