

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра германської філології та перекладу

Кваліфікаційна робота магістра
на тему: «Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців, бельгійців
Фламандського регіону та українців у типових комунікативних
ситуаціях (вербальний та невербальний аспекти)»

Допущений до захисту

«___» _____ року

Студентки групи МЛнід 53-21

Факультету германської філології та перекладу

Освітньо-професійної програми

сучасні філологічні студії (нідерландська мова та друга іноземна): лінгвістика та перекладознавство

За спеціальністю 035 Філологія

Спеціалізація 035.042 Германські мови та літератури (переклад включно), перша - нідерландська

Завідувач кафедри

_____ Шутова М.О.

Мірошниченко Ірини Ігорівна

Науковий керівник:

доктор філологічних наук, доцент **Шутова М.О.**

Київ-2022

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
KYIV NATIONAL LINGUISTIC UNIVERSITY
Department of Germanic Philology and Translation**

Master's Qualification Paper

**ETIQUETTE SPEECH BEHAVIOR OF THE DUTCH, BELGIANS FROM
THE FLEMISH REGION AND UKRAINIANS IN TYPICAL
COMMUNICATIVE SITUATIONS (VERBAL AND NON-VERBAL ASPECTS)**

Iryna Miroshnychenko
Group MLnid 53-21
Department of Germanic Philology and Translation

Research Adviser
Assoc. Prof. **M.O. Shutova**
Doctor of Linguistics

Kyiv –2022

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1.ЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ	11
1.1 Загальні норми мовленнєвого етикету	11
1.2 Варіативність норм мовленнєвого етикету, яка обумовлена соціальними та культурними відмінностями	14
Висновки до розділу 1	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕТИКЕТНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ НІДЕРЛАНДЦІВ, БЕЛЬГІЙЦІВ ФЛАМАНДСЬКОГО РЕГІОНУ ТА УКРАЇНЦІВ У ТИПОВИХ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ (ВЕРБАЛЬНИЙ АСПЕКТ)	20
2.1. Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців у типових комунікативних ситуаціях (вербальний аспект)	20
2.2. Етикетна мовленнєва поведінка бельгійців Фламандського регіону у типових комунікативних ситуаціях (вербальний аспект)	27
2.3.Етикетна мовленнєва поведінка українців у типових комунікативних ситуаціях (вербальний аспект)	29
Висновки до розділу 2	35
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЕТИКЕТНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ НІДЕРЛАНДЦІВ, БЕЛЬГІЙЦІВ ФЛАМАНДСЬКОГО РЕГІОНУ ТА УКРАЇНЦІВ У ТИПОВИХ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ (НЕВЕРБАЛЬНИЙ АСПЕКТ)	36
3.1. Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців у типових комунікативних ситуаціях (невербальний аспект)	36
3.2. Етикетна мовленнєва поведінка бельгійців Фламандського регіону у типових комунікативних ситуаціях (невербальний аспект)	44

3.3. Етикетна мовленнєва поведінка українців у типових комунікативних ситуаціях (невербальний аспект)	54
Висновки до розділу 3	65
РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НОРМ	67
4.1 Аналіз дослідження якості використання комунікативних норм серед нідерландців	67
4.2 Аналіз дослідження якості використання комунікативних норм серед бельгійців Фламандського регіону	69
4.3 Аналіз дослідження якості використання комунікативних норм серед українців	70
Висновки до розділу 4	71
ВИСНОВКИ	72
РЕЗЮМЕ	75
SUMMARY	76
Список використаних джерел	77

ВСТУП

Мова, як засіб спілкування, відображає реальність соціальних верств, що знаходяться у будь-якому мовному суспільстві. На думку А. Їлма, стосунки між співрозмовниками та їх статус родичів може спричинити прийняття певних лінгвістичних правил, які відображаються на використанні значних лексичних і граматичних варіацій [10, с. 1].

Повсякденна культура спілкування включає в себе всі процеси мовного функціонування, а також усі форми і види спілкування, що виявляється у формах індивідуальних чи колективних дискурсів. Людина повинна мати здатність вивчати культурні коди лінгвістичної поведінки, щоб підняти власний особистий або соціальний статус. Такі культурні коди мовленнєвої поведінки, які існують у будь-якій мові в якості лінгвістичної поведінкової реакції на середовище, складаються з особливого набору мовленнєвих формул, норм і моделей мовленнєвої поведінки, відомих як «лінгвістичний етикет. Метою такого етикету, на думку А. Їлма є регулювання вибору комунікативних форм, структур і встановлення фраз. [10, с. 2-3].

Отже, комунікативна поведінка будь-якої особи відповідає правилам і традиціям словесного спілкування. Серед елементів такої поведінки О. М. Тавшунський визначає наступні:

1. формули мовного етикету та ситуації їх використання;
2. комунікаційні теми, прийняті в певній ситуації;
3. тривалість з спілкування;
4. відповідність з в час рамка з спілкування;
5. інтервали спілкування різних груп людей;
6. частота спілкування певних груп людей;
7. комунікаційні пріоритети різних спілкувань групи [78, с. 345].

Гарин В. зазначає, що лінгвістичний етикет складається з системи вимог (правил, норм), що пояснюють, як встановити, підтримати та завершити контакт з іншою людиною в певній ситуації. До того ж зауважує, що норми мовного етикету тісно пов'язані з практикою спілкування, оскільки

його елементи присутні в кожній розмові. Відповідність правилам і нормам мовного етикету дозволяє мовцю грамотно передати свою думки і будувати взаємне порозуміння зі співрозмовником. [25, с.15]

Д. Акіндель розглядає лінгвістичний етикет, як універсальне мовне явище, якому притаманні всі динаміки будь-якої лінгвістичної спільноти в світі. Однак, кожна мова має власні слова і вирази, що відображають національну специфіку мовленнєвої ввічливості і лінгвістичного етикету [1, с. 1 – 17].

Д. Акіндель розглядає лінгвістичний етикет як умовну форму ввічливості та/або системи специфічних мовних знаків (слів, стійких словесних формул) та правил їх використання, прийнятих в лінгвістичних товариствах у певний час, з метою утвердження в суспільстві гідної мовленнєвої поведінки і гідного мовленнєвого контакту між співрозмовниками, а також підтримки ввічливості і доброзичливості в офіційних відносинах відповідно мовленнєвої ситуації. Фактично, лінгвістичний етикет – це набір правил, які регулюють, як людина розмовляє, про що говорить, де розмовляє і з ким говорить [1, с. 1 – 17].

Згідно Н. Андрейчука, основою тлумачення знака в різних лінгвістичних школах виступає категорія відношення. Виходячи з семіотичної теорії Л. Єльмслева, Н. Андрейчук представляє власне бачення мовного знаку, тлумачить специфічну форму і субстанцію лінгвістичного знаку як різні типи відношення мовного знаку, що залежать або не залежать від його використання. До мовних знаків, що утворюють загальну систему мовного етикету, належать, наприклад, такі слова та вирази: *привіт, моя пошана, ласкаво просимо, смачного, дякую, дозвольте висловити вам сердечну вдячність, будьте здорові, до нових зустрічей, до побачення, тощо* [12, с. 18 -19].

Розуміння лінгвістичного етикету, етичних послугатів іншомовного суспільства, специфіки і субстанції мовного знаку дозволяє розширити

міжнародні зв'язки, професійну та особистісну самореалізацію у міжкультурному просторі.

Згадані чинники зумовлюють **актуальність теми** кваліфікаційної роботи «Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях (вербальний та невербальний аспекти)» Пріоритетом є розкриття сутності та порівняння особливостей мовленнєвого етикету у Нідерландах, Фламандському регіоні Бельгії та Україні за для поліпшення розуміння міжкультурних комунікативних аспектів серед жителів цих трьох країн та використання цієї інформації у соціальних відносинах, перекладацькій діяльності, соціальній культурі, дипломатичній та багатьох інших сферах, актуальних на міжнародному рівні.

Мета роботи полягає в уточненні та порівнянні норм мовленнєвого етикету нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців, виявленні спільних та відмінних ознак та закономірностей вербального та невербального аспектів, та формуванні етикетної компетентності у типових комунікативних ситуаціях.

Об'єктом дослідження є етикетна мовленнєва поведінка нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях.

Предмет дослідження – вербальний та невербальний аспекти етикетної мовленнєвої поведінки нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях.

Досягнення мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- проаналізувати сучасний стан етикетної мовленнєвої поведінки нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях;
- систематизувати дані дослідження міжкультурної комунікації;
- виокремити спільні та відмінні характеристики етикетних норм;

- проаналізувати спостереження вербальних та невербальних аспектів етикетної мовленнєвої поведінки у типових комунікативних ситуаціях;
- провести анкетування серед нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців за для дослідження якості використання комунікативних норм.

Для вирішення зазначених завдань були використані такі **методи дослідження**:

Теоретичні методи дослідження: аналіз, систематизація, порівняння, класифікація та узагальнення даних дослідження вербальних та невербальних аспектів етикетної мовленнєвої поведінки нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях

Емпіричні методи дослідження: спостереження та узагальнення вербальних та невербальних аспектів етикетної мовленнєвої поведінки нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях, анкетування, статистична обробка даних експериментального дослідження.

Науковою новизною є уточнення понять «етикет», «мовленнєвий етикет», «ввічливість», обґрунтування необхідності їх розмежування. Розкривається питання внутрішньосистемного зіставлення повсякденних етикетних ситуацій (у межах кола нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців), а також міжкультурне порівняння. З'ясовано взаємозалежність типу відповідної культури та ціннісних доміант і актуальних загальних ситуацій і мовленнєвих засобів їхнього оформлення. Виявлено детермінаційний зв'язок між формою етичного знаку і складовими когнітивно-прагматичних настанов співрозмовника, його ступеня толерантності у повсякденному спілкуванні

Практична значущість полягає у тому, що результати можуть бути актуальними для спеціалістів масових комунікацій, когнітивних психологів і психолінгвістів; використані під час теоретичних та практичних занять зі

стилістики та перекладознавства. З-поміж цих наукових аспектів, ця робота може стати у нагоді під час формування професійних та особистісних зв'язків, як детермінант міжкультурних соціальних комунікативних диспозицій.

Апробація результатів дослідження.

Основні положення кваліфікаційної магістерської роботи оприлюднено на міжнародній науково-практичній конференції «AdOrbemperLinguas».

Публікації.

Проблематику, теоретичні й практичні результати висвітлено на конференції «AdOrbemperLinguas». 25 травня 2022 року на сайті КНЛУ в розділі Наука – конференції шукайте в тезах «Варіативність норм мовленнєвого етикету, яка обумовлена соціальними та культурними відмінностями».

Структура роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, резюме та списку використаних джерел.

У вступі обґрунтовано вибір теми дослідження, об'єкт і предмет, актуальність, його головну мету і завдання, за допомогою яких вона досягається, розглядаються методи дослідження, використані в роботі, а також наукова новизна та практична значущість.

У першому розділі представлені загальні теоретичні аспекти мовленнєвої поведінки у міжкультурному спілкуванні та варіативність норм етикету, яка обумовлена соціальними та культурними відмінностями.

У другому розділі розглядається вербальний аспект етикетної мовленнєвої поведінки нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях.

Третій розділ присвячено невербальному аспекту етикетної мовленнєвої поведінки нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях.

У четвертому розділі представлено та проаналізовано анкетування нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців з метою

дослідження сучасного становлення якості використання комунікативних норм.

Загальний висновок дає короткий огляд основних результатів дослідження.

РОЗДІЛ 1. ЕТИЧНІ АСПЕКТИ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ

1.1 Загальні норми мовленнєвого етикету

Комунікація є невід’ємною частиною людського життя та має істотний вплив на розвиток міжкультурних відносин у часи глобалізації. Імміграція, міжнародні шлюби, транснаціональні організації та корпорації, світовий туризм зараз є звичайним явищем, але знадобилося багато років, щоб зробити це доступним у всьому світі. Впродовж тисячоліть людство стикалося з проблемами пов’язаними з інтернаціональним спілкуванням, що дало змогу виокремити норми поведінки, які враховують соціально-історичний досвід, культурні та духовні традиції кожної нації.

Ф. Бацевич визначає мовленнєвий етикет як систему формул, уживаних у стандартних та стереотипних ситуаціях, що повторюються повсякденно. Серед таких формул він вирізняє вітання, прощання, вибачення, запрошення, побажання тощо, які в процесі мовлення не створюються, а відтворюються в типових комунікативних ситуаціях для полегшення спілкування [16, с. 261]. Таке ж визначення підтверджує М. Стахів, говорячи про те, що мовленнєвий етикет є функціональною підсистемою мови зі своїм набором знаків (слів, стереотипних фраз) і граматиною (правилами поєднання цих знаків), тобто набір засобів вираження [75, с. 91]. Український дослідник Дмитрук Л. визначає мовленнєву етику як правила мовленнєвої поведінки, що базуються на нормах моралі, національно-культурних традиціях, психології учасників спілкування [33, с. 274.]. Етикет спілкування – явище загальнолюдське, водночас йому притаманні етнічні риси, спричинені, з одного боку, специфікою природно-кліматичних умов, способами господарювання, контактами з іншими народами, впливом релігії, рівнем культурно-цивілізаційного розвитку, з другого – вдачею, темпераментом, ментальністю, національним характером народу. Зокрема мовленнєвий етикет українців свідчить про їх побожність, повагу до батьків, до жінки, демократизм, емоційність, естетизм, делікатність тощо [33, с. 276].

Н. І. Формановська виокремлює спеціалізовані функції мовленнєвого етикету, а саме:

- функція ввічливості (конотативна), пов'язана з проявами ввічливого поведіння членів колективу один з одним;
- регулююча функція (регулятивна) – теж стосується усіх проявів мовленнєвого етикету, бо вибір певної форми під час установлення контакту регулює характер стосунків адресата й адресанта;
- функція впливу (імперативна, волюнтативна) передбачає реакцію співбесідника вербальну, жестову, діяльнісну;
- функція звертальна (апелятивна) тісно пов'язана з імперативною, бо привернути увагу, означає здійснити вплив на співбесідника;
- емоційно-експресивна (емотивна) функція є факультативною функцією, оскільки вона властива не усім одиницям мовленнєвого етикету.

Усі функції мовленнєвого етикету існують на основі комунікативної функції мови [85, с. 9]. Таким чином, погоджуємося з думкою Воронкової В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В., Ажажі М. А. про те, що мовленнєвий етикет – це специфічний та своєрідний живий механізм, за допомогою якого відбувається комунікація між людьми, об'єднаними в різні соціальні групи: за віком (діти, молодь, середня й старша генерації), за різновидом занять (робітник, селянин, інтелігент), за освітою, за місцем проживання та ін.[23, с. 274].

Використання правил мовного етикету здебільшого залежить від конкретної ситуації спілкування, місця й обставини розмови, цільової настанови (повідомити, вплинути вразити здивувати, шокувати тощо). Але найбільшої ваги набувають міжособистісні стосунки. Залежно від цього у європейському культурному ареалі Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В., Ажажа М. А. виокремлюють 5 тональностей спілкування:

1. Висока тональність відповідає спілкуванню у сфері суто формальних суспільних структур (урочисті заходи, дипломатичні прийоми тощо).

2. Нейтральна – функціонує у сфері офіційних установ. Вона найближча до здійснення службових повноважень працівника органів внутрішніх справ.

3. Звичайна тональність характерна для спілкування на побутовому рівні.

4. Фамільярна забезпечує спілкування в колі сім'ї, дружньому товаристві, вона достатньо емоційна.

5. Вульгарна спостерігається у соціально неконтрольованих ситуаціях, занадто емоційна [26, с. 68].

С. Богдан зазначала, що при звертанні до незнайомих людей використовують нейтральні структури етикету. До близьких навпаки – емоційні, фамільярні, дуже рідко нейтральні. Залежно від типових ситуацій спілкування мовний етикет автор поділяє на групи, різновиди.

- Одиниці вітання – привітання *доброго ранку, вітаю вас, добридень, здоров був.*
- Одиниці звертання та привертання уваги – *будьте добрі скажіть, будь ласка, будьте ласкаві, чоловіче добрий, вельможний пане, вельмишановний добродію тощо.*
- Одиниці представлення під час знайомства а) в ділових стосунках використовують такі компоненти як посада, професія звання ім'я та по батькові, адже це важливо для здійснення функціональних обов'язків, б) ділові стосунки дещо пом'якшують вимоги етикету навіть у таких випадках, коли відбувається знайомство між чоловіком і жінкою.
- Під час знайомства використовують кліше: *дозвольте відрекомендуватися. представити, знайомтеся тощо.*
- Запрошення: *приходьте, ласкаво просимо, зайдіть тощо.*
- Побажання, поздоровлення: *дай Боже, хай щастить, на добраніч хай Бог милує тощо.*
- Згода і незгода: *так, я не заперечую, ви маєте рацію, авжеж.*

- Прохання: *дозвольте, просимо, якщо вам не важко, будь ласка не відмовляйте, благаю* та інші.
- Подяка: *спасибі, дякую, дуже вдячний, вік не забуду*.
- Вибачення: *пробачте, перепрошую, даруйте, вибачте*.
- Комплімент: може стосуватися зовнішності схвалення вчинків, виконаної роботи. [20, с. 226].

На думку Л. Зубкової, в ділових стосунках потрібно обережно ставитися до мовних засобів, які використовують при спілкуванні. Вони заважають дотримуватися норм етикету, а значить, і ефективно досягати мети ділових контактів: вплив моди, недоцільні структури мовного етикету, надлишкові або недоречні в конкретній ситуації, небажання дотримуватися або незнання правил етикету, неврахування соціального досвіду співрозмовника, невміле використання мовно-етичних шаблонів, надлишковість яких може створювати враження нещирості у стосунках тощо.

Ділове спілкування має використовувати весь арсенал наявних засобів взаємовпливу комунікантів під час міжособистісних стосунків. Проте основу цих стосунків складатимуть словесні засоби, роботу над удосконаленням яких людина має здійснювати все життя, збагачуючи власні можливості у цій справі. Це особливо важливо для працівників – юристів, суддів, адвокатів, для яких спілкування з людьми становить одну з основних форм роботи щодо здійснення службових повноважень [41, с. 202-205].

1.2 Варіативність норм мовленнєвого етикету, яка обумовлена соціальними та культурними відмінностями

Під мовленнєвим етикетом розуміють сукупність мовних засобів, а також правил його використання в певних ситуаціях. Мовленнєвий етикет вчить нас не тільки тому, як вести розмову, а й як її почати та закінчити. Ті, хто знає певні правила, при спілкуванні з людьми не потрапляють в абсурдну ситуацію і завжди можуть показати свою кращу сторону.

Мовленнєву поведінку слід аналізувати в її найширшому культурному та соціальному контексті, щоб виявити культурно релевантні особливості варіації.

Дослідник етнографії спілкування Д. Хаймс включає описи всіх явних і неявних норм спілкування, деталізуючи аспекти вербальних, невербальних і соціальних параметрів взаємодії. Д. Хаймс зазначає, що комунікативна основа спілкування народу слугує початком для етнографічного аналізу. Він також перераховує декілька компонентів комунікації, які потребують опису:

1. учасники, адресат і адресант;
2. код, який використовують співрозмовники;
3. канал (наприклад, розмова, письмо, невербальні сигнали);
4. обстановка або контекст;
5. форма або жанр (наприклад: бесіда, народна казка, пісня, дебати);
6. теми та ставлення.

При аналізі комунікативних подій, автор наголошує на тому, що необхідно звернути увагу перш за все на функції мовлення. [2, с. 77]

Мовна форма може виконувати різні функції. Наприклад, вислів «What`s up?» може бути запитанням, якщо його говорить близький друг, або це може бути просте звичайне привітання. Усі культури передбачають правила відповідної комунікативної взаємодії, визначаючи поведінку, яка має відбуватися, яка може відбутися, і яка не має відбуватися в певних контекстах. Ці правила засвоюються як через формальні, так і неформальні процеси соціалізації, які починаються з дитинства. Дітей можуть відкрито навчати, як діяти і що говорити (чи не говорити) у певних місцях або конкретним людям, наприклад, «Скажи «дякую» приємній жінці» або «Не кидайся в автобусі». Але більшість правил належної комунікативної поведінки діти засвоюють із власних спостережень за членами сім'ї, однолітками і навіть незнайомими людьми в громадських місцях.

Норми взаємодії є специфічними для кожного суспільства і передають культурні повідомлення про спільні цінності та очікування. Аналіз

мовленнєвого етикету через призму етнографічного підходу, як одного зі детермінантів комунікативної поведінки, дозволяє окреслити специфіку правил спілкування та сукупність формуючих факторів.

Мовленнєва подія є цілісним явищем і всі її компоненти (культурне середовище, учасники, теми, цілі) взаємозалежні.

Відносна перевага будь-якого фактору залежить від оцінки промовцями всієї ситуації та їхнього судження про ймовірні наслідки. Певна поведінка, як правило, виникає спільно в певних контекстах і призводить до загального відчуття послідовності або узгодженості. Наприклад, мовленнєві дії в контекстах, позначених як формальні, часто відбуваються в певних умовах і серед очікуваних учасників, і містять відносно фіксовані теми [5, с. 78 – 80].

Незважаючи на те, що комунікативні події не мають високої структурності і відбуваються в неформальних взаємодіях, вони також обмежені культурними нормами ролей, правами говорити та способами виступу. Однак правила, що регулюють неформальну поведінку, рідко об'єктивуються учасниками і свідомо не зазначаються і навіть не визнаються. На перший погляд, така поведінка видається є «природною», але вона підпорядковується культурному осередку і діяльності у формальних умовах.

«Етнографія спілкування» є складовою більш широкого поняття «етноетикет». Перші згадки про нього зустрічаються у науковій роботі П. Куліша «Форми етикету в українському епістолярії». П. Куліш визначав етноетикет як систему правил поведінки, що складалася з давніх часів до сьогодення, основним завдання якої є регуляція зовнішніх проявів людських взаємин. Похідна від нього етнографія спілкування – сукупність специфічних правил спілкування, що включає в себе давні традиційні і сучасні тенденції мови, базується на особливостях культури етносу і процесів, які рухають соціокультурне середовище (міграції, змішування етносів, цивілізаційні надбання, тощо) [84, с. 30-36].

Основні та не викладені правила стають очевидними, якщо спостерігати за різницею в діях і стилях мовлення. Реакції окремих людей на

триваючу поведінку, що демонструють схвалення або несхвалення, також вказують на культурні норми. Зазвичай ми найбільше усвідомлюємо неформальні комунікативні норми, коли їх порушують, тобто коли хтось говорить неадекватно. Виникає можливість оцінити «помилку» у порівнянні з культурними моделями відповідної поведінки. Помилки доповідача часто виникають через неправильне оцінювання відносної важливості певних компонентів у мовленнєвих подіях, тобто неправильне оцінювання параметрів, учасників, тем і цілей у формуванні стилю мовлення, виборі слів і невербальних сигналів. Те, як різні мовці реалізують свою участь у комунікативних взаємодіях, частково залежить від їхньої ідентичності як членів свого суспільства, чи включають ці ідентичності такі поняття, як стать, клас чи інші відмінні соціальні ознаки. І, нарешті, усі ці норми залежать від спільних поглядів і переконань у певних спільнотах.[24, с. 79]

Висновки до розділу 1

У першому підрозділі було розглянуто загальні норми мовленнєвого етикету. Тож можна зробити висновки, що мовленнєвий етикет – це система стандартних, стереотипних словесних формул, уживаних у ситуаціях, що повторюються повсякденно: вітання, прощання, вибачення, запрошення, побажання тощо, які в процесі мовлення не створюються, а відтворюються в типових комунікативних ситуаціях, що полегшує спілкування; функціональна підсистема мови зі своїм набором знаків (слів, стереотипних фраз) і граматиною (правилами поєднання цих знаків), тобто набір засобів вираження. В основу виокремлення мовленнєвого етикету покладено спеціалізовані функції, а саме:

- функція ввічливості (конотативна) пов'язана з проявами ввічливого поведіння членів колективу один з одним;

- регулююча функція (регулятивна) теж стосується усіх проявів мовленнєвого етикету, бо вибір певної форми під час установлення контакту регулює характер стосунків адресата й адресанта;

- функція впливу (імперативна, волюнтативна) передбачає реакцію співбесідника – вербальну, жестову, діяльнiсну;

- функція звертальна (апелятивна) – тісно пов'язана з імперативною, бо привернути увагу, означає здійснити вплив на співбесідника;

- емоційно-експресивна (емотивна) функція є факультативною функцією, оскільки вона властива не усім одиницям мовленнєвого етикету.

У другому підрозділі було досліджено варіативність норм мовленнєвого етикету, яка обумовлена соціальними та культурними відмінностями. Під мовленнєвим етикетом розуміють сукупність мовних засобів, а також правил його використання в певних ситуаціях. Мовленнєвий етикет вчить нас не тільки тому, як вести розмову, а й як її почати та закінчити. Мовленнєву поведінку слід аналізувати в її найширшому культурному та соціальному контексті, щоб виявити культурно релевантні особливості варіації. Є декілька компонентів комунікації:

1. учасники, адресат і адресант;
2. код, який використовують співрозмовники;
3. канал (наприклад, розмова, письмо, невербальні сигнали);
4. обстановка або контекст;
5. форма або жанр (наприклад: бесіда, народна казка, пісня, дебати);
6. теми та ставлення.

При аналізі комунікативних подій, перш за все слід звернути увагу на функції мовлення. Хоча комунікативні події, що відбуваються в неформальних взаємодіях, не мають такої високої структурності, як судові процеси, вони також обмежені культурними нормами ролей та способами подання інформації. Те, як різні мовці реалізують свою участь у комунікативних взаємодіях, частково залежить від їхньої ідентичності як членів свого суспільства, чи включають ці ідентичності такі поняття, як стать, клас чи інші відмінні соціальні ознаки. І, нарешті, усі ці норми залежать від спільних поглядів і переконань у певних спільнотах.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕТИКЕТНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ НІДЕРЛАНДЦІВ, БЕЛЬГІЙЦІВ ФЛАМАНДСЬКОГО РЕГІОНУ ТА УКРАЇНЦІВ У ТИПОВИХ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ (ВЕРБАЛЬНИЙ АСПЕКТ)

2.1. Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців у типових комунікативних ситуаціях (вербальний аспект)

Взаємодія комунікантів буде успішною тоді, коли вони дотримуються правил мовленнєвого етикету, встановлених в різних культурах. Так як нідерландці й українці належать до різних етнокультур, а їхні мови до різних груп індоєвропейської мовної сім'ї, важливо аналізувати нідерландців з використанням кліше мовленнєвої культури в типовій комунікативній ситуації. Кліше мовленнєвої культури будується на семантичній, синтаксичній, стилістичній, прагматичній та екстралінгвістичних особливостях формул мовленнєвої культури та факторах, які впливають на їх вибір у таких комунікативних ситуаціях, як вітання, прощання і вибачення [62, с.71].

Система освіти в Нідерландах має високі стандарти, на міжнародному рівні нідерландці вважаються людьми, які володіють багатьма іноземними мовами. Мовна культура країни орієнтована на міжнародне становище [61, с. 112].

Недавній перепис населення показав, що приблизно 85% нідерландців розмовляють англійською на високому рівні. Другою і третьою іноземними мовами є німецька та французька, але вони зустрічаються рідше, ніж англійська [61, с. 123].

Неформальне привітання по-нідерландськи обмежуються «*Ho!*» («*Vitaou*» (*привіт*)) і «*Doe!*» («*До побачення*»).

Бесіду можна починати з обговорення погоди, спорту, в першу чергу футболу.

Допускається не використовувати еквівалент «*Alsjeblieft*» - «*Будь*

ласка», коли потрібно запитати про щось. Тож нідерландці часто не кажуть «Будь ласка», коли просять про щось. Не носії нідерландської мови можуть неправильно витлумачити це як грубість, але це не так.

В будь-яких громадських місцях: магазинах, кафе, та інших, де присутні інші люди, нідерландці відповідають на «*Goedemorgen/dag/middag/avond*» «Доброго дня/ранку/вечора» загальним «*You too*».

Вітатися між собою можуть навіть незнайомі перехожі, особливо в невеликих тихих сільських місцевостях. Це привітання, зазвичай, обмежується простим «*Ho!*» («Привіт») або «*Goedendag*» («Доброго дня») і частково привертає увагу [60, с. 79].

Нідерландці не схильні до надмірних позитивних форм і суперлативів. Компліменти вони роблять досить скупі. Фрази «*Niet slecht*», «*Goed*», «*Prachtig*» («Непогано», «Добре», «Чудово») зазвичай використовуються щоб хвалити одержувача.

З іншої сторони, нідерландці досить прямолінійні у спілкуванні і не мають проблем з тим, щоб сказати комусь «*Ni*» не соромлячись. Фрази «*Я думаю, що твоє рішення неправильне*», «*Так, це неприємно і огидно*» можуть бути грубими, але залишаються в рамках ввічливості.

В розмові нідерландці мають табу на обговорення власних прибутків та обговорення королівської родини [91, с 145].

Значний вплив на формування національного світогляду мали ідеї французького теолога Й.Кальвіна, у яких заперечувалися усі форми ієрархії і не визнавалися лестощі / компліменти. Й.Кальвін вважав, що людина повинна завжди виділяти та підкреслювати недоліки інших незалежно від їх віку та приналежності до того чи іншого класу, до того ж вона ніколи не має приховувати помилки інших за словами лестощів.

Саме тому і сьогодні жителі країни часто розглядають хороші манери як форму обману, а ввічливість як форму лестощів і, виходячи з цього, вважають за можливе зробити (і роблять) іншим, навіть практично

незнайомим людям, прями, часом досить різкі, зауваження щодо невідповідності на їхній погляд дій, зовнішнього вигляду тощо. Прямолинійність жителів Нідерландів тісно пов'язана з характерним для них синдромом «Я знаю це краще». Спілкуючись, вони зразу ж формулюють свою думку з того чи іншого питання та без зволікань висловлюють її. Прояви цього синдрому можна побачити під час обговорення практично будь-якого питання, будь це політика, міжнародні події, або ж гра в гольф. При цьому нідерландці ніяким чином не мають наміру нанести будь-кому шкоду своєю прямолинійністю та категоричністю. Для них це – прояв відкритості та дружнього ставлення, бажання спілкуватися [91, с.148].

Важливою частиною мовного етикету є вміння припиняти спілкування своєчасно, правильно та успішно. Форми прощання протилежні привітанню. Вимовляння прощання в кінці розмови не спрямоване на розірвання стосунків, воно символізує тимчасове розставання, після якого спілкування буде відновлено. Форми прощання представляють собою еліптичні конструкції, які утворилися зі скорочених формул побажання, які зберегли свій семантичний центр. З точки зору синтаксису, формули прощання не є реченнями в граматичному сенсі. Вони позбавлені граматичного значення предикативності. Вони не служать для передачі будь-якої інформації співрозмовнику або спонукати когось до дії та фіксації інформації, але потрібні для реакції на ситуацію [93, 134-142 с].

Для нідерландців кінець розмови є звичайним уривком з етикету, актом завершення комунікативного контакту. Це підсумовує розмову і дає гарантію, що все сказане є предметом подальшого розгляду [37, с. 69-76].

Найбільш використовувана форма прощання у нідерландців – це «*Tot ziens*», «*Doei*» «До побачення!», «*Бувай*», оскільки це є стилістично нейтральним і може бути використано на будь-якому рівні ввічливості. Можливо також використання інтенсифікатори «*Tot later*» «До скорої зустрічі!», що дозволяє точно призначити наступну зустріч з місцезнаходженням і часом. Використання такої формули свідчить про

бажання продовжувати спілкування у майбутньому [95, с. 153].

В нідерландській комунікації репліки, які використовуються в ситуації прощання, різноманітніші, ніж у привітанні. Існують мовні формули, які можна використовувати обидві на як привітання та прощання: «*Goedemorgen*», «*Goedendag*», «*Goedenavond*», («Доброго ранку», «Доброго дня», «Доброго вечора») [95 с. 156].

Вибачення є важливим виразом тактовності та ввічливості. Радевич - Виницький визначає вибачення як «прохання виявити поблажливість, пробачити провину» [68, с. 156]. Іншими словами, це «словесне спокутування провини». Вибачення використовується, коли були порушені соціальні норми, будь то образа потенційна чи реальна [75, с. 20].

Основна функція форм вибачення – це відновлення соціальної рівноваги або гармонії між учасниками спілкування. З одного боку, вибачення належать до групи засобів негативної ввічливості, тому що оратор зосереджується на своїй вині, тобто бере на себе всю відповідальність, і таким чином залишає співрозмовника поза обличчям загрозливого акту. З іншого боку, це мовленнєвий акт, безпосередньо пов'язаний з дотриманням дистанції і також повинен бути розглянутий в підключенні позитивної стратегії ввічливості, оскільки його основна прагматична мета – переконати адресата, що його помітили, поважали і його/її хочуть підтримувати неконфліктні стосунки. Таким чином, вибачення - це знак уваги і доброї волі [60, с. 111].

В нідерландській мовній культурі вибачення формується згідно його синтаксичної структури.

Для нідерландського мовного етикету вибір синтаксичних синонімів зумовлений предметом і цілями спілкування, терміном та соціально-психологічними характеристиками комунікантів. Синтаксична мікросистема мовленнєвого етикету одиниць служить для нейтрального, офіційного та неформального рівнів спілкування [73, с. 23].

Прийнято поділяти вибачення за формою і семантикою на три типи:

перформативний, імперативний або питальний і «псевдовибачення».

Вирази, що стосуються вибачення, наприклад, «*sorry*», «*het spijt me*» («*жаль*», «*вибач*») належить до перформативного вибачення і використані для підкреслення формальності відносин і уникання двозначності [80, с. 86].

Ці формули використовується в розмовній мові дуже рідко, наприклад, для публічного вибачення у випадках затримок поїздів, літаків, скасованих рейсів, затримок будівництва, змін в графіки [17, с. 89].

Імператив або питальне вибачення включає в себе прохання пробачити або наказовий спосіб, комбінований зі словом «вибач». В мовленнєвому етикеті нідерландців імператив вибачення є прагматичними проханнями, але більш обережним, ніж просто командна форма. Ввічливості питальному вибаченню додає посилення словами «*Alsjeblieft*» («*Будь ласка*»). Вони є прагматично доцільно і шанобливий [44, с. 286–291].

Прагматичне кліше «*I am sorry*» - «*Я боюся, що..*» в нідерландському мовному етикеті належить до псевдовибачення. Воно, зазвичай, використано для надання несприятливій інформації відповіді на попереднє питання, наприклад:

– *Я боюся, що він вийшов через задні двері, – сказала вона сумно.*

У цій комунікативній ситуації мовна формула звучить не як вибачення, а радше, як ввічливий знак уваги до слухача, без реального вираження почуття спікера [43, с. 67].

Взяття в увагу лексико-семантичних характеристик вибачення може підрозділяється на три групи:

- вибачення як спонтанний вираз співчуття до співрозмовника про деякі біди;
- вибачення через незручності, скоєні співрозмовнику;
- адресація вибачення для деяких серйозних дій проти в співрозмовника [60, с. 61].

Словесна конструкція «*Pardon*» - «*Прошу вибачення*» може бути використана, щоб ввічливо попросити когось пояснити щось.

Слід зазначити, що в нідерландській мові переважно використовуються дві форми вибачення: «*Pardon*» - «*Вибачте*» і «*Sorry*» - «*Пробач*». Ці мовні кліше широко використовуються в нідерландському мовному етикеті як форма спілкування з малознайомими. Навіть у тих випадках, коли бланки «*Вибачте*» і «*Пробачте*» взаємозамінні, кожен з них має свій відтінок з значення [60, с. 70].

«*Пробачте*» використовується як формула вибачення «*Мені шкода*». Вона спрямована на висловлення співрозмовнику співчуття з приводу неприємності. Його головне прагматичне призначення дотримати гармонії між комунікантами.

Ці прагматичні кліше можна використовувати не тільки для вибачення, а й як для прохання оратора повторити його слова або привернути увагу [63, с. 70].

Використання кліше «*вибачте/прошу вибачення*» в нідерландському мовному етикеті може виступати способом попросити спікера повторити [45, с. 211].

Можна зробити висновок, що «*Вибачте*» є найбільш часто використовуваною формулою для вибачення в нідерландському повсякденному житті. Його головне прагматичне призначення – зберегти гармонію між комунікантами. «*Вибачте*» – це мовна формула, яка найчастіше використовується для привернення уваги. Кожна з цих формул має свій відтінок значення: «*Вибачте*» виражає, перш за все, ставлення мовця до певних соціальних правил прийнятих в конкретному суспільстві, а вираз «*вибачте*» означає ставлення до іншої особи. Обидві ці формули можуть бути використані як сигнали уваги.

Хоча ці вислови є формами вибачення, вони не є завжди використовується носіями мови з цією метою. Перш за все, ними користуються нідерландці, як формою для вираження жалю, смутку тощо, а тому такі мовні конструкції є цілком доречними у тих випадках, коли оратор привертає увагу, а не вибачається. В нідерландській комунікативній культурі

вибачення - не тільки вираз жалю, але й загальноживана ввічливість до адресата, офіційний маркер ввічливості [34, с.17-19].

2.2. Етикетна мовленнєва поведінка бельгійців Фламандського регіону у типових комунікативних ситуаціях (вербальний аспект)

Більшість бельгійців знають свою цінність і усвідомлюють своє коріння у професійному спілкуванні. Існування в країні паралельної фламандської, валлонської та німецької культур робить важливим можливість розмовляти з людьми мовою, яку вони вибирають. Найпростіший спосіб уникнути проблем у спілкуванні – використовувати англійську. Цікаво, що бельгійці прив'язані до своєї місцевої громади [94, с. 412].

При зустрічі бельгійці обов'язково всіх вітають. Родичів і друзів вітають словом «*Hoi*» («Привіт»). Дітей від самого раннього дитинства привчають казати «*alsjeblieft*» («будь ласка»), «*bedankt*» («дякую»), «*tot ziens*» («до побачення»). [19, с. 43–45]

На відміну від існуючої практики інших європейських країн, бельгійці, вітаючись і представляючись, не називають свої професійні звання. Тим не менш, при зверненні до бельгійців, варто використовувати містер, місіс та міс з прізвищем. Не варто звертатися до недавніх знайомих просто на ім'я. Для такого неформального року треба бути знайомими декілька місяців.

Хорошими темами для бесід є історія, мистецтво та визначні місця того міста або регіону, який відвідується. Варто заздалегідь підготуватись до такої зустрічі, почитати необхідну літературу. Бельгійці також люблять говорити про спорт, особливо про велосипедні гонки та футбол. Ще вони цінують питання та коментарі про бельгійську кухню та пиво, які вважаються одними з найкращих у Європі.

Необхідно уникати наступних тем - питання про двомовність країни (про фламандську та французьку мови та місцеву політику). [31, с. 255–374]

Бельгійці часто використовують прямі висловлювання. Якщо вони з вами не згодні, вони скажуть вам про це чітко та ясно, а не виявлятимуть свою незгоду у дипломатичних формах. Будучи не такими різкими, як нідерландці, вони дуже цінують відвертість.

В паравербальному контексті комунікації, бельгійці говорять тихо. Вони не переривають один одного під час розмови, чим схожі на нідерландців у своїй манері.

Серед ключових компетенцій мовного етикету бельгійці виділяють: соціальні компетенції, комунікативні компетенції, самоврядування та саморегуляція, уміння критично мислити, діяти тощо.

Бельгійці розуміють комунікативні компетенції як субкатегорію соціальних компетентностей [54, с. 11-13].

Прощання у бельгійців є традиційно європейським. Деякі традиції і ритуали запозичені з французького і німецького мовного етикету.

Слово «*Dag*» («*День*») може виступати і формою вітання і формою прощання.

У формальному аспекті спілкування варто завершувати розмову відразу після обговорення головної теми. Під час прощання не варто вибачатися за віднятий час. Бельгійці цінують час, тому доречною буде фраза: «Дякую, що вислухали мене, незважаючи на власну зайнятість» або зовсім не торкатися теми зайнятості [58 с. 32].

В мовленнєвому етикеті бельгійців є свої особливості приносити вибачення. Дослідники мовленнєвого етикету, О. Сухий, А. Піррен вказують, що в спілкуванні з бельгійцями важливо висловити каяття за помилку, визнати відповідальність, показати докори сумління за помилку, виправити ситуацію (якщо це можливо), пообіцяти, подібне більше не повториться [65, с.12, 78 с.23].

Важливо починати своє вибачення з двох етичних слів: «*Sorry*» («*Мені шкода*») або «*Pardon*» («*Я перепрошую*»).

Якщо після прохання про пробачення людину простили, не варто повертатися до образливого питання й просити пробачення повторно, не варто повторювати помилки. Незважаючи на відмінності усі бельгійці у своїх системах цінностей мають однакові пріоритети: уникати конфліктів,

залишатися прив'язаними до коріння, обережно ставитися до влади і високо цінувати значимі речі в житті [82, с.291].

2.3 Етикетна мовленнєва поведінка українців у типових комунікативних ситуаціях (вербальний аспект)

Український мовленнєвий етикет будується на правилах ввічливості, добропристойності. Його основи закладалися в культурних верствах народу і передавалися як еталон порядної мовленнєвої поведінки українця. Український мовленнєвий етикет належить рідній мові, відображає ментальність українців, спосіб мислення, і саме тому є явищем прогресивним і суто національним.

Він включає в себе національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, утілені в системі стійких формул та виразів для прийнятих і запропонованих суспільством ситуацій чемного контакту зі співбесідником. [22, с. 351–355]

Звертання є найяскравішим і найбільш вживаним видом мовленнєвого етикету. Він потрібен для привернення уваги співрозмовника, можливості звернутися з проханням чи пропозицією. [28, с. 89]

Історичний розвиток вніс великі зміни у систему етикетних звертань української мови. Сьогодні реєстр слів-звертань офіційного вжитку складають пане (пані, панове), добродію (добродійко, добродії), друзі, товариство, колеги, громадо, громадянине (громадянку, громадяни), товаришу (товаришко, товариші), які супроводжують етикетні означення вельмишановний, вельмиповажний, глибокоповажний, високодостойний, шановний, дорогий, напр.: *високоповажний пане Президенте, глибокоповажні пані та панове, дорогі друзі, високоповажна святочна громадо, шановні колеги.*

У новітній історії України з'явилась ще одна з форм звертання до незнайомих людей, слово «друзі». Це звертання набуло особливого звучання

через часте використання його Президентом Віктором Ющенком під час виборів Президента та Помаранчевої революції в Україні [27, с. 512].

В спілкуванні з колегами, у зверненні до керівників установ, сталою є форма звернення ім'я та по батькові, напр.: *Вікторе Андрійовичу, Іване Степановичу, Юліє Володимирівно* [29, с. 201].

Вітання є важливою функцією в комунікативному акті. Часто спілкування починається з нього і ним обмежується як етикетним ритуалом. Через це вітальні вислови мають певний автоматизм і спеціалізований характер.

Уміння вибрати доречну форму вітання, показати її щирість і привітність виявляє загальну і мовну культуру людини. Вибір залежить від того, в якому оточенні перебуває людина, від віку співрозмовника чи співрозмовників, від характеру стосунків між людьми, що вітаються чи прощаються, від того, де й коли це відбувається тощо [32, с. 189-194].

Українські вітання досить різноманітні і полі функціональні, напр.: *Доброго ранку! Добрий день! Добрий вечір! Здрастуйте! Привіт! Дай, Боже!* Існує цілий ряд сакральних вітань, напр.: *Христос воскрес! Христос рождається!* [36, с. 98]

Порівняно з тим в діловій мові формул вітання не так багато, але виходячи з конкретної ситуації можна завжди знайти потрібний вислів. Наприклад, «*Добрий день!*» є розповсюдженим вітанням. «Добрий» є синонімом слова *приємний, сприятливий* і надає значення побажання хорошого дня, удачі протягом дня. «Добрий день» використовують у високій і нейтральній тональностях, воно обмежується фамільярною тональністю та залежно від доби варіюється: «*Доброго ранку! Добрий вечір!*» [36, с. 103]

Прощання є словами і висловами мовленнєвого етикету при припиненні розмови і розлученні. Прощання, як мовленнєва частина є простішою за вітання. Воно має співвідносні формули, інколи антонімічного характеру: «*До побачення! Прощай! Будь здоров!*». В деяких ситуаціях вони

функціонують, як самостійні вислови чи як репліки-відповіді на власне прощальні слова, напр.: *«На все добре! Бувайте здорові! Щасливо!»*

На вибір етикетних висловів прощання впливає час, в який розлучаються особи і тональність спілкування.

В службовому мовленнєвому етикеті допускаються форми прощання, лімітовані високою тональністю і закритістю варіантності, наприклад: *«До побачення!»* виступає стилістично нейтральним висловом, найбільш вживаним вживаний у високій тональності. Включений в групу висловів: *«На все добре! До нових зустрічей!»* характеризує ситуацію розлуки в межах нейтральної тональності.

«Прощайте!» є прощальним висловом, який походить від ритуалу просити пробачення перед розлукою за можливі провини.

Вибачення говорить про усвідомлення своєї провини і спробу її спокутувати використанням спеціальних висловів. Воно характеризується проханням вибачити, тобто виявити поблажливість, простити провину.

Ситуація, коли провини невелика, забарвлюється високою тональністю: *«Прошу вибачення (пробачення, вибачити, пробачити)за...»* Іноді підкреслюється ввічливим висловом *«Вибачте ласкаво за...»*.

У нейтральній тональності вживають вислів: *«Вибачте»*, який на думку дослідників, запозичений з польської мови, де він означав «роздивлятися, побачити, розпізнати». Розповсюджений вислів *«Вибачаюсь»* є некоректною формою і позначає дію, скеровану на самого мовця.

Дієслово *«Вибачитися»* позначає дію, яка не є спрямованою на предмет, є неперехідною і функціонує в значенні: «Просити вибачення, усвідомлюючи свою провину» без відношення до об'єкта дії.

«Пробачте» стало поширеним під впливом польського слова «недобачити, пропустити», однак, в українській мові набуло нового лексичного значення і вживається, як вияв перепошення [47, с. 269-274].

Поширеними у мовленнєвому етикеті українців є ситуації, які передбачають оцінку діяльності людини, висловлення думок, тощо. Їх мовне

забезпечення пов'язане з умінням вибрати та застосувати узвичаєні стандартні формули для вираження компліменту чи згоди.

Компліментом вважаються слова, які містять перебільшення і забарвлення позитивних якостей людини і її зовнішнього вигляду [52, с. 55-63].

Комплімент використовується для симпатії співрозмовника, можливості піднести йому настрій, зробити приємне. Він стимулює спілкування, дозволяє жити разом і працювати. На думку О. Миронюк, коли людину підтримати, похвалити, підкреслити щось хороше в ній, вона почуває себе впевненіше, намагається дорівнювати уявленню, яке про неї склалося.

Вибір компліменту залежить від статі, соціального становища адресата, характеру взаємин чи ступеня близькості (неввічливо, наприклад, казати компліменти малознайомим чи незнайомим людям), від ситуації спілкування і попереднього змісту розмови.

Комплімент виступає одним із психологічних прийомів досягнення прихильності підлеглих, з одного боку, та керівника, з іншого. Наприклад, керівник може адресувати комплімент співробітнику *Вдалий комплімент завжди спонукає до зворотної люб'язності, напр.: «Я щасливий працювати під Вашим керівництвом!»*

Відповідати на компліменти можна висловами: *«Дякую! Дякую, але Ви перебільшуйте! Я радий (рада) це чути. Мені приємно це чути.»* [51, с. 55-63].

В науковому середовищі компліментами виступають наукові конструкції, які використовують для підкреслення актуальності праці, її проблематики: *«...є першою спробою ґрунтовного дослідження; нова довгоочікувана оригінальна праця»*

Комплімент має констатувати або стверджувати наявність характеристики. Не коректним є наявність рекомендації щодо покращення певних якостей. Краще сказати щось приємне, ніж моралізувати людину. Вміння радіти чужим успіхам - це мірило шляхетності, доброго тону.

Згода є позитивною відповіддю на прохання, наказ, погодження з твердженням співрозмовника, наприклад: *«Так! Звичайно! Безперечно! Добре! Будь ласка! Погоджуюсь!»*. Позитивними відповідями на прохання є: *«Прошу! Будь ласка!»*

Додавання стрижневого слова «ласка» показує привітність, доброзичливість.

Для висловлення прохання в ситуації ділового спілкування використовують формули:

«Будь ласка!» використовують в українському мовному етикеті для вираження прохання, запрошення, вибачення. В ситуації, коли треба звернутися до старших за віком та незнайомих, варто вживати вислови: *«Будьте (такі) ласкаві! Якщо Ваша ласка! З Вашої ласки!»* в межах високої, нейтральної та фамільярної тональностей.

«Прошу!» виступає формою, яку вживають з різними інтонаціями. Вона обслуговує декілька етикетних ситуацій:

- 1) Прошу! - прохання;
- 2) Прошу! - дозвіл;
- 3) Прошу? - спонування до повторення сказаного при недочуванні [59, с. 266-269].

Л. Сахарчук вважає, що другий і третій варіант запозичені з галицького лексикону і посприяв збагаченню лексики української мови та етикетних мовних засобів.

Якщо співрозмовник чи опонент не погоджується, передбачається виклад інформації у пом'якшеній формі.

Небажання щось робити, відмова чи сумнів, як правило, містять слова: *«доведеться (погодитись); очевидно (це саме так); правдоподібно (що так воно і є); не можна заперечувати, але... та ін.»*

Система наукового етикету припускає демонстрацію єдності поглядів через оцінку конкретних положень рецензованої праці, напр.: *«Ми цілком погоджуємося з думкою автора; як справедливо зазначає автор»*, тощо.

Доречними є використання форм умовного способу дієслів, напр.: «доцільно було б; хотілося б» або вставні слова, напр.: «мабуть, напевно, можливо, очевидно, на мою думку».

Недоречно використовувати такі конструкції, якщо йдеться про принципові розбіжності з положеннями, висунутими автором. Але, при цьому, висловлення незгоди не має носити тону зайвої категоричності.

Важливо контролювати, щоб надмірність наукової критики не робила її стилістично забарвленою. Це може викликати підміну виваженого, об'єктивного й вичерпного осмислення наукового доробку.

Досконале спілкування спроможне стати ключем до успіху в суспільстві та на етапах досягнення професійної кар'єри, тоді як неправильність його є причиною багатьох конфліктів між людьми.

Подолати перепони на шляху до взаєморозуміння та визнання допомагає ретельне дотримання правил лінгвуетикету [71, с. 19-23].

Висновки до розділу 2

Етикетна система є соціальною національно визначеною щодо конкретних мовних одиниць і правил їх вживання, прийнятих у суспільстві з метою встановлення вербальної комунікації між співрозмовниками та підтримання спілкування в емоційно позитивний спосіб відповідно комунікативної ситуації.

Мовленнєвий етикет характеризується наступними особливостями: ситуаційний, регулятивний і зв'язний. Мовленнєвий етикет – це структурована функціональна система, яка складається з контактної, конативної, нормативної, імперативної, емоційно-експресивної функції.

Мовленнєвий етикет є соціальним за природою, він розкриває соціальні ролі у комунікантів. Він формувався на національній основі кожного народу з урахуванням психологічних, соціальних, культурних факторів.

Серед компонентів комунікативної ситуації, що впливають на вибір формул мовленнєвого етикету виступають: учасники спілкування, мотив і мета, час, місце в мовленнєвій дії.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ЕТИКЕТНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ НІДЕРЛАНДЦІВ, БЕЛЬГІЙЦІВ ФЛАМАНДСЬКОГО РЕГІОНУ ТА УКРАЇНЦІВ У ТИПОВИХ КОМУНІКАТИВНИХ СИТУАЦІЯХ (НЕВЕРБАЛЬНИЙ АСПЕКТ)

3.1 Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців у типових комунікативних ситуаціях (невербальний аспект)

Невербальна поведінка є складовою національно-культурного характеру і залежить від сфери та умов спілкування, соціальної ролі суб'єкта та інших екстралінгвістичних факторів. Це стимулює до використання багатьох кінесичних засобів комунікації в повсякденному і офіційно-діловому спілкуванні [46, с. 15].

Кінесика – наука, спрямована на вивчення знакової беззвучного невербального спілкування людей, існуючих як мова тіла, жестів, рухів тіла, що утворює систему беззвучного невербального спілкування.

Знання невербальних засобів спілкування дозволяє не тільки краще розуміти співбесідника, а і передбачати його реакцію на почуте, передбачити його наміри [46, с. 17].

Невербальна комунікація є частиною системи немовних знакових систем. Крейдлін Г.Є. виділяє візуальну (поза, жести, міміка, візуальний контакт, зовнішній облік), акустичну (паралінгвістична і екстралінгвістична), тактильну (рукостискання, обійми, поцілунки, доторкання), проксемічну (дистанція і орієнтація в просторі), ольфакторну (природні і штучні запахи) [46, с. 21].

Нідерланди мають свій унікальний набір звичаїв у невербальній комунікації. Існує етикет щодо того, як запросити когось на каву, як з ним розмовляти і навіть наскільки близько об'єкти комунікації стоять один від одного [67, с. 188–197].

Нідерланди – це країна з однією найвищих середніх щільностей населення у світі. Відчуття браку фізичного простору в Нідерландах впливає

на те, як нідерландці взаємодіють один з одним: вони створюють між собою соціальний простір, зберігаючи свою взаємодію досить формальною. Для жителів Нідерландів це можливість реалізувати власні можливості життя на невеликому просторі.

Нідерландська взаємодія, зазвичай стилізована та формальна. Вважається неввічливим називати нідерландця його ім'ям, коли в цьому немає потреби [70, с. 98].

Нідерландці дуже відповідальні і цінують пунктуальність. Про ділові зустрічі прийнято домовлятися заздалегідь і бути на них без запізнення. При знайомстві зазвичай прийнято рукостискання.

У діловому листуванні обов'язково згадка титулів і звань, але при прямому спілкуванні формальності не дотримуються так суворо [70, с. 112].

Нідерландці, особливо старше покоління, дуже акуратні, люблять порядок і хорошу організацію ділових відносин. Не зважаючи на формальний тон, голландці дуже привітні з гостями [68].

На ділових переговорах голландці можуть бути досить наполегливими, відстоюючи свої інтереси і розуміння справи, однак при загальній ввічливості і делікатності в цілому це рідко заважає діловим відносинам. Свою позицію вони ретельно обмірковують ще при підготовці до зустрічі, тому вона виражена лаконічно і ясно, що усуває непорозуміння під час обговорення.

Нідерландське суспільство егалітарне та сучасне. Люди характеризуються скромною поведінкою, є толерантні, незалежні, самостійні, підприємливі. Вони цінують освіту, працьовитість, амбіції та здібності. Нідерландці орієнтуються на суттєві аспекти життя. У спілкування вони не люблять показову поведінку. В традиції етикету голландців є гарною рисою схильність до накопичення грошей, витрачення грошей вважається пороком, а високий стиль марнотратним. Нідерландці мають багату культурну спадщину та залученістю до міжнародних справ, якими вони дуже пишаються [71, с. 250]. Вжеш Я. Л, досліджуючи нідерландський етикет в

традиційній європейській міжкультурній комунікації, виділяє наступні особливості невербальної комунікації в типових ситуаціях.

Зустріч і привітання. На ділових і світських зустрічах руку потискають всім присутнім, незважаючи на вік і стать. Рукопотискання є також формою прощання. Нідерландці вважають неввічливим не представлятися.

При зустрічі нідерландці потиснуть руку і скажуть своє прізвище, замість «Привіт». Коли вони відповідають на телефонні дзвінки, також кажуть своє прізвище. Якщо з кимось треба привітатися здалека, треба помахати рукою, кричати здалека вважається неввічливим.

Перше, що будь-який нідерландський господар або господиня скаже тому, хто заходить до них, не «*Hallo*» («Привіт»), а «*Koffie?*» («Кава?»). Вони запитують, чи хоче їх гість кави на привітання, ще до того, як вони навіть привітаються. [21, с. 251].

Тактильна комунікація. Нідерландці мають стриманий менталітет, тому стараються не торкатися людей, не виявляючи гніву або надзвичайної радості. Для нідерландців дуже важливою є приватність, тому вони рідко заводять розмову з незнайомцями. Вони чекатимуть першого кроку.

Для жителів Нідерландів важливий зоровий контакт під час розмови з кимось. Жест переміщення вказівним пальцем навколо вуха означає, що вам телефонують, а не «ти божевільний». Божевільний знак - постукати вказівним пальцем по центру чола. Цей жест вважається дуже грубим. [21, с. 252].

Корпоративні манери. Для нідерландців тема ділових зустрічей є досить серйозною. Дуже важливо заздалегідь попередити, якщо є ризик запізнитися. Запізнення, пропущені зустрічі, перенесення, зміна часу зустрічі або пізня доставка погіршують довіру та можуть зруйнувати стосунки.

Особливого ритуалу для обміну візитками не існує, вони приймаються також і англійською мовою. Нідерландці надзвичайно вправно спілкуються з іноземцями. Нідерландці, як правило, відразу беруться за справу. Ділові переговори йдуть швидкими темпами. Співпраця та довіра людини

цінуються вище за результат. До одноманітності ставляться несхвально. Нідерландці схильні бути прямими, даючи прямі відповіді «так» і «ні». Нідерландці консервативні та рішучі, можуть бути впертими та жорсткими переговорниками. Вони готові до інновацій або експериментів, але з мінімальним ризиком. У Нідерландах серйозно ставляться до зобов'язань і їх виконують. Не варто обіцяти нічого і робити пропозицій, які не планується виконувати. [21, с. 253].

Культура дрескоду. Нідерландці віддають перевагу моді, яка є повсякденною, невибагливою, консервативною та стриманою. Традиційний костюм і краватка потрібні лише в певних колах бізнесу та уряду.

Під час ведення бізнесу в Нідерландах іноземці можуть носити костюми та краватки, хоча спортивні пальта є прийнятними. Жінки повинні носити костюми або сукні.

Зняти піджак в офісі прийнятно. Це означає взятися за справу. Не варто закручувати рукава сорочки. Виходячи з офісу, піджак надягають назад.

Етикет піднесення подарунків. Подарунки, як правило, не дарують і не очікують на ділових зустрічах. У бізнесі обмінюються подарунками лише після встановлення близьких особистих стосунків. Нідерландці не люблять демонстрацій, грандіозний жест щедрості тільки створить їм дискомфорт. Пишна демонстрація багатства вважається поганим смаком. Не варто дарувати ножі, кращим варіантом будуть книги, предмети мистецтва, вино, лікер.

Запрошення в гості. Як правило, нідерландці вважають поганим етикетом «дзвонити» до когось неофіційно, без запрошення. Важливо розуміти це загальне правило, коли справа доходить до візиту в Нідерланди: чим менше людина знає когось як друга, тим задалегідь їй потрібно зателефонувати, щоб домовитися про зустріч. Тому до знайомих прийнятно завітати вранці та запитати, чи можна прийти того ж вечора.

Перед візитом, зазвичай, слід зателефонувати заздалегідь. У Нідерландах дорослі діти дзвонять батькам – і навпаки – щоб дізнатися, чи можна їх відвідати [21, с. 253-254].

У Нідерландах не прийнято запрошувати своїх нідерландських знайомих просто в будь-який час. Якщо треба запросити когось, встановлюється конкретний час і дата та вказується, що гість і хазяїн будуть робити. Наприклад, можна сказати: «Приходьте наступного вівторка о другій на каву». В Нідерландах чекають, поки дзвінок на баштовому годиннику закінчить дзвінок, перш ніж подзвонити у двері [14, с. 57].

Нідерландський ритуал зустрічі гостей, зазвичай виглядає так: жінки входять першими. Кожен господар і господиня поцілують тричі в щоку: «вправо-вліво-вправо». Далі зайдуть чоловіки, вони потиснуть руки іншим чоловікам і злегка поцілують жінок у щоку тричі: «вправо-вліво-вправо». Той, хто цілується/рукостискає, називатиме своє ім'я під час вітання [30, с. 11].

Етикет щодо нідерландської кави диктує наступні правила поведінки: оскільки нідерландці дуже пунктуальний народ, якщо гість отримав запрошення прийти на каву, можна очікувати, що вона буде налита, коли гість прийде. Якщо людину запросили в гості, від неї чекатимуть того ж. Кава (або чай) - це абсолютний мінімум, який запропонує гостю будинок його господар або господиня в Нідерландах. Навіть майстрам, які прийшли полагодити кран, запропонують чашку кави. Зазвичай до кави також буде певне печиво. Або, якщо це особливий випадок, як-от день народження чи ювілей, тістечка [57, с. 211].

В Нідерландах допомагати собі вважається дуже неввічливим, тому варто завжди чекати на обслуговування. Відповідно, важливо не забути запропонувати нідерландським гостям другу порцію кави, чаю чи печива, адже вони самі собі не допоможуть.

Гості, запрошені додому, мають зробити невеликий подарунок господині. Дітям можна принести невеликий подарунок або солодоці. Після вечірки доречно відправити квіти.

Варто купувати квіти ще закритими, оскільки повністю відкриті квіти в Нідерландах вважаються трохи дешевими. Гості, яким дарують розкриті квіти, можуть побудувати припущення, на них вирішили зекономити.

У Нідерландах також процвітає ринок подарункових карток. Багато нідерландців купують подарункові картки (cadeaukaartjes або cadeaubonnen) у популярних електронних магазинах і дарують їх друзям, родині та колегам по роботі на дні народження, свята та інші особливі події [48, с. 115].

Особливості для жінок. Відсоток жінок, які працюють поза домом, є одним із найнижчих у Європі, а ті, хто працюють, зазвичай займають нижчу оплачувану роботу. Багато нідерландських жінок вважають боротьбу за рівні можливості лише початком, хоча невеликі кроки вже зроблені. Рівність жінок є пріоритетом політики. Іноземки не матимуть проблем із веденням бізнесу в Нідерландах. Для бізнес-леді прийнято запросити чоловіка на вечерю. У бізнес-леді не виникне проблем з оплатою їжі в ресторані [48, с. 125].

Загальні тонкощі невербальної комунікації нідерландців. Нідерландці уникають найвищих ступенів. Компліменти роблять скуппо, і сказати, що щось «непогано», означає похвалити. Людина, яка ніколи не критикує, вважається або простодушною, або нездатною говорити правду. Іноземцю не варто надто турбуватися про те, щоб сказати щось, що зачепить почуття. Нідерландці будуть сперечатися, але рідко ображаються.

Нідерландський гумор досить тонкий.

Нідерландці говорять прямо і часто дивляться в очі. Для іноземця це може здатися різкими, але це просто їхня манера спілкування.

Не варто називати Нідерланди «Голландією». Голландія — регіон у складі Нідерландів.

Палити в багатьох районах заборонено. Завжди варто запитати, перш ніж запалити.

Коли в кімнату входить жінка, треба встати.

Не варто жувати жуйку в громадських місцях.

Не етично обговорювати гроші чи ціни та задавати особистих питань.

Під час розмови з кимось або рукостискання треба тримати руки поза кишень [49, с. 20-22].

Як і в багатьох інших культурах, у нідерландців є звичай робити паузи в кінці речення, щоб вказати, що вони закінчили розмову і що хтось інший може взяти участь. Однак нідерландець зазвичай залишає коротку паузу, коли він або вона закінчує говорити. З іншого боку, англієць чекатиме набагато довше, поки хтось заговорить, перш ніж продовжити сам.

Коли нідерландець розмовляє англійською, він все одно використовуватиме ту саму коротку паузу «зміна мовця», щоб дати іншим можливість приєднатися до розмови.

Нідерландці дуже цінують, коли іноземці старанно приймають їх культуру і звичаї. Якщо гість з іншої країни продемонструє знання декількох нідерландських виразів, це може справити досить приємне враження на жителів цієї країни [53, 46-47 с.].

Нідерланди є ліберальною країною з прогресивним світоглядом, а нідерландці відрізняються простотою, прагматичністю та толерантністю. Багато поглядів, цінностей і переконань нідерландців, здається, походять від кальвінізму, основної гілки протестантизму, яка бере свій початок у 16 столітті.

Ділова культура в Нідерландах є відносно гнучкою і, як правило, не має жорсткої ієрархії. Нідерландський діловий етикет зосереджується на відкритості та егалітаризмі, що відображається в плоскій структурі, яку мають багато компаній та організацій. Більшість рішень приймаються на основі консенсусу, при цьому всі члени групи вітають свій внесок.

Більшість свят і традицій у Нідерландах зосереджені навколо релігійних свят, таких як Різдво та Великдень. Одним із найпопулярніших свят у Нідерландах є St. Nicolaasfeest або Sinterklaasfeest, свято, яке

відбувається 5 грудня. Хоча свято традиційно дитяче, дорослі також святкують Sinterklaasfeest, обмінюючись подарунками та пишучи жартівливий вірш про одержувача подарунка.

Koningsdag , або День короля, є одним із найбільших національних свят у Нідерландах. Щороку 27 квітня люди одягаються з голови до ніг у помаранчеве й беруть участь у жвавих вуличних вечірках, музичних концертах і блошиних ринках.

Дні народження в Нідерландах також мають деякі унікальні звичаї та традиції. На дні народження прийнято бажати «gefeliciteerd» (вітання) усім присутнім, а не лише людині, у якої день народження. Нідерландці також відомі тим, що влаштовують вечірки, де гості сидять у колі та спілкуються, насолоджуючись чаєм і тістечком [72, 111 с.].

В нідерландській мові і невербальній поведінці існують універсальні формули мовленнєвого етикету які можна використовувати в різних комунікативних ситуаціях.

Розглядаючи більш детально національну специфіку мовленнєвого етикету нідерландців варто сказати, що структура його склалася на її власній народній основі під впливом різного роду психологічних, політичних, культурологічних факторів.

Вибір формул мовленнєвого етикету нідерландців залежить від різних чинників, соціальний є одним з найважливіших, оскільки мовленнєвий етикет за своєю природою соціальний. Індивіди є носіями певних соціальних ознак і при спілкуванні вони реалізують соціальні відносини, що представляють собою єдність різних соціальних ролей, зумовлених за їх соціальними позиціями, професійною діяльністю, і специфічними ситуаціями. Отже, мовленнєвий етикет є однією із важливих сторін людського спілкування. Він являє собою сукупність значною мірою стандартизованих висловів, що є структурними стереотипами мовлення, готовими формулами з певною синтаксичною структурою й лексичним наповненням.

3.2 Етикетна мовленнєва поведінка бельгійців Фламандського регіону у типових комунікативних ситуаціях (невербальний аспект)

Будь-яка природна мова в її вербальній формі є найбільш ефективним та продуктивним засобом людської комунікації. Але вербальні засоби спілкування – не єдиний його компонент. Дослідники мовної комунікації встановили, що за допомоги вербальних одиниць мови ми передаємо не більше 35% інформації іншим учасникам мовної взаємодії по Брауну [7] та Якобсону [96].

Крім вербальної, тобто словесно вираженої комунікації є досить велика кількість невербальних видів спілкування, які також виконують роль засобу передачі, а також інші функції, властиві вербальним засобам (імперативність, інвективність, етикетність). Подібні форми комунікативної взаємодії позначені поняттям «невербальна комунікація». Жести, міміка, рухи очей, пози тіла, навіть одяг, зачіски тощо - всі вони є певним видом невербальних повідомлень, тобто тих, що реалізуються без використання слів. На їх частку припадають 65% інформації, що залишилися, що передається у процесі комунікації [6, с. 124].

На перебіг міжособистісної комунікації істотно впливають особливості сприйняття комунікантами одне одного, обстановка, у якій здійснюється спілкування, вміння вести себе у суспільстві відповідно до конкретної ситуації тощо. Наприклад, у взаємодії з бельгійцями слід враховувати такий факт, як попередня домовленість про зустріч та про тематику питань, що підлягають обговоренню. Слід уникати будь-яких змін напередодні передбачуваної зустрічі. Всі ці фактори можуть як позитивний, так і негативний вплив на наступні контакти [6, с. 136].

Хоча Бельгія і маленька країна, розташована на північному заході Європейського континенту, вона багато в чому є мікрокосмом Європи. У межах своїх кордонів вона відбиває поділ Старого Світу північ і південь. Половина десятимільйонного населення Бельгії говорить фламандською

мовою, що належить до німецької групи мов, одна третина говорить французькою, яка своїм корінням сягає латині. Англійська стала третьою дуже важливою мовою, якою розмовляють більшість бельгійських бізнесменів, особливо в Брюсселі.

Традиційний бельгійський світогляд має індивідуальну орієнтацію: бельгійці спрямовані на самозабезпечення, вони самостійно відповідають за власне життя, є досить незалежними. Вони досить ієрархічні і формальні, мають сильне відчуття структури, збалансоване хорошим розподілом багатства та жорсткими правилами захисту етнічних груп населення.

Бельгійці дотримуються такту і сильної робочої етики, мають помірну орієнтацію на досягнення і більше цінують сторону підтримки відпочинку та сімейного часу. Їх трудова орієнтація і мотивація спрямовані на отримання задоволення від життя, а не на продуктивність; стосунки забезпечують успіх бізнесу. Мотивується просуванням по службі та лояльністю до компанії, а не грошима, покроковим просуванням в кар'єрі, горді за майстерність [4, с. 317-339].

Бельгія, католицька нація, офіційно розділена на три регіони: франкомовну Валлонію на півдні, фламандську Фландрію на півночі (фламандська мова є діалектом нідерландської мови) і невелику німецькомовну територію на сході. Це три офіційні мови Бельгії.

Столиця Брюссель, штаб-квартира Європейського Союзу та НАТО, має 40% некорінного населення, і переважно франкомовне. Англійська мова є іноземною мовою, яка швидко зростає, починаючи замінювати офіційні національні мови як другу мову, якій надається перевага (тобто носії фламандської чи французької мови все частіше використовують англійську мову як свою *lingua franca*), і вона є другою мовою, якій надають перевагу в Брюсселі.

Існує сильний сепаратистський рух, спрямований на створення незалежної Фландрії, і нездатність досягти угоди щодо регіональної автономії (і того, що станеться з Брюсселем) привели до повалення уряду в

середині липня 2008 року, можливо, найгіршого політичного глухого кута в 177-річній історії Бельгії [79, с. 3-6].

Іноземні бізнесмени з країн, розташованих за межами Європи, вважають, що знайомство зі звичаями та практикою ведення бізнесу в Бельгії допоможе їм успішно вести переговори і на багатьох інших ринках Західної Європи.

Поділ на тих, хто говорить фламандською і французькою, допоміг просунути англійську мову як нейтральний засіб міжнародного спілкування в Бельгії. Хоча навряд чи англومовним бізнесменам знадобиться перекладач, все ж таки не завадить на першу зустріч прийти з перекладачем. Іноземці, які говорять французькою, повинні говорити англійською, якщо хочуть вести бізнес у північних районах країни, щоб не викликати роздратування тих, хто розмовляє фламандським [3].

У встановленні ділових контактів можуть допомогти великі банки, торгові асоціації та Бельгійська торгова палата. Перший контакт краще встановлювати, написавши офіційний лист правильною, формальною діловою англійською. Потім можна зателефонувати та попросити про аудієнцію. Важливо уникати ділових візитів у липні та серпні, під час сімейних відпусток, а також під час Святого тижня та на Різдво [46, с. 56].

Бізнесмени мають бути одягнені в темний костюм і краватку, а також добре начищені туфлі. Краватка не можна знімати навіть у найспекотнішу погоду. Жінки повинні бути одягнені в стильні сукні, спідниці та блузки [46, с. 60].

При знайомстві бельгійці обмінюються швидкими легкими рукоштовками, чітко вимовляють своє прізвище і повторюють прізвище людини, з якою знайомляться. Під час прощання також відбувається обмін рукоштовками. Чемним вважається, щоб чоловік чекав, поки жінка першою простягне йому руку під час знайомства. На ділових зустрічах вважається хорошим тоном обмінюватися потисками рук з усіма присутніми

як при зустрічі, так і при прощанні. Зазвичай, в цей ритуал включаються і секретарі.

На відміну від практики інших європейських країн, у Бельгії не треба називати професійні звання. Однак треба звертатися до бельгійців, вживаючи «містер», «місіс» або «міс» та прізвище. Не прийнято звертатися до свого нового знайомого по бізнесу просто на ім'я. Якщо іноземець з неформальної культури, йому можуть запропонувати звертатися один до одного на ім'я, але для цього треба бути знайомими протягом декількох місяців [46, с. 64].

Хорошими темами для розмов є історія, мистецтво та пам'ятки того міста чи регіону, який ви відвідуєте. Добре заздалегідь підготуватися до такої зустрічі, почитати необхідну літературу. Бельгійці також люблять говорити про спорт, особливо про велосипедні гонки та футбол. Ще вони цінують питання та коментарі про бельгійську кухню та пиво, які вважаються одними з найкращих у Європі [8, с. 290-308.].

Питання двомовності країни, тобто. про фламандську і французьку мови, і місцеву політику - це теми, яких треба уникати.

Діловий етикет стосується різних аспектів ділової практики, наприклад ділового спілкування. Діловий етикет також може включати мову, дарування подарунків, спілкування віч-на-віч.

Такі питання, як вербальне та невербальне спілкування, розглядаються з упором на нормативний діловий етикет. Також міститься інформація про бельгійську практику роботи та звички, які можуть бути корисними для торгових переговорів.

Бельгійські бізнесмени використовують прямі висловлювання. Якщо вони не згодні з опонентом, вони скажуть про це чітко і ясно. Будучи не такими різкими, як нідерландці, вони дуже цінують відвертість [39].

Більшість бельгійців говорять набагато тихіше, ніж американці чи представники Південної Європи. Вони не переривають один одного під час розмови, отже, бізнесменам з емоційних культур треба чекати, поки їхні місцеві колеги висловляться перед тим, як брати слово для виступу.

У межах Європи народи, які проживають на півдні, зазвичай менш стримані та демонстративніші, ніж представники північної частини континенту. Це ж стосується і народів, що проживають у Бельгії, де жителі півночі, що говорять фламандською, більш витримані, небагатослівні і менш експресивні, ніж франкомовні жителі півдня.

Як і в інших частинах Європи, рукостискання є дуже важливою частиною ритуалу. Варто пам'ятати про потискання руки під час зустрічі та при прощанні, підтримуючи хороший зоровий контакт. Фізичного контакту, крім рукостискань, треба уникати.

Бізнесмени з півдня Європи, Італії або Середземномор'я можуть зазначити, що бельгійці під час розмови стоять або сидять на більшій відстані, ніж жителі півдня. Міжособистісна відстань у бельгійців - відстань витягнутої руки, тобто. та відстань, яка спостерігається у всіх країнах Північної Європи [71, с. 41-43].

Титули та дипломи (інженер тощо) використовуються в Бельгії обмежено, не вдаючись до конкретної інформації від британців чи американців. За винятком професорів університетів і юристів, професійні звання рідко використовуються на відміну від практики в німецьких культурах або деяких північних культурах. Імена повинні використовуватися, бажано з ініціативи бельгійської сторони. Старшим членам слід приділити особливу увагу [9].

Сутулитися, розмовляти з руками в кишенях, жувати жуйку на публіці вважається неввічливим. Чоловіки встають, коли жінки входять до кімнати, і пропускають даму вперед під час входу.

У Бельгії показувати вказівним пальцем вважається неприпустимим [9].

Бельгійські бізнесмени монохронні у своєму підході до часу: вони цінують пунктуальність і намагаються не переривати ділові зустрічі. Таке відношення на часі контрастує з поліхронним підходом у Південній Європі, де хвилини й секунди не мають значення, де ваші зустрічі можуть часто

перериватися телефонними дзвінками, секретарями, які приносять папери на підпис, несподіваними відвідувачами тощо.

У Бельгії треба прибути вчасно на зустріч, яка зазвичай проходить згідно з порядком денним, як це має місце в Німеччині або Швейцарії [11, с. 56].

Відмінним вибором бізнес - подарунку буде новітнє видання книги, яка має відношення до галузі бізнесу [11, с. 60].

Оскільки більшість бельгійців воліють проводити вечори вдома з сім'єю, є вірогідність зустрітися зі своїм місцевим колегою під час ланчу, а не обіду. Але під час їжі розмови про бізнес не буде, оскільки в цій частині світу час їжі призначений для релаксації та ближчого знайомства з місцевим партнером [25, с.78].

Ділові жінки, швидше за все, зустрінуть опір, коли намагатимуться сплатити за їжу. Щоб уникнути суперечки, варто домовитися заздалегідь з офіціантом або чітко сказати, що їжа – за рахунок компанії [25, с.79-80].

Запрошувати на обід додому не прийнято, хоча й трапляється в регіонах, які говорять фламандською мовою.

Якщо отримано запрошення на обід, варто принести квіти чи цукерки. Гість стоїть, доки не сяде господиня і чекає, доки вона не почне їсти. Не говорять про бізнес, якщо господар сам не почне розмову на цю тему.

Бельгійська кухня вважається однією з найкращих у світі. До місцевих фірмових виробів відносяться як картопля фрі, так і вафлі та вишуканий шоколад. Їж напої - ось чудові теми для розмови за обідом [25, с.82-83].

Робочий час у Бельгії – з 8.30 до полудня, а потім з 14.00 до 18.00, з понеділка до п'ятниці.

Бельгійці вирізняються високою законослухняністю і пунктуальністю. В контакті зі знайомими вони ведуть себе досить стримано і серйозно. Це впливає на подальші міцні дружні стосунки, які вони досить цінують і зберігають. Вони не терплять пліток і пустих балачок, цінують конфіденціальність. До вирішення проблем вони підходять сумлінно і

дотримуються рішучості у виявленні власної думки. Відомі прагматичним компромісом, заснованим на широкій дискусії між зацікавленими сторонами без нав'язування зовнішніх рамок. Це створює для них імідж гордих, незалежних індивідуалістів. Проте, це хибна думка, оскільки бельгійці вирізняються милосердям і щедрістю. Вони зберігають традиції сильного духу демократії, керуються девізом «Живи і дай жити».

У питанні побуту бельгійці досить економні, для них немає поняття «відходів» [61, с. 45].

Бельгійській стиль спілкування виділяється прямолінійністю, логічністю і орієнтацію на раціональність і інтелектуалізацію. Вони проявляють мало емоцій, цінують скромність. У формальному процесі для бельгійців важливий прямий зворотній зв'язок. Стили управління мають тенденцію бути ієрархічними, прямими, чітко визначеними. Не відкриті до спілкування з колегами по роботі. Вони досить консервативні і зосереджені, уникають особистих питань.

У невербальному аспекті спілкування вони приділяють мало уваги мові тіла. Незважаючи на це, є норми невербального етикету в Бельгії, яких важливо дотримуватися для конструктивної комунікації і отримання позитивного результату від спілкування.

У Бельгії звичайним способом привітання є рукоштовпання зі словами, наприклад, «привіт». У соціальному контексті дві жінки можуть цілувати одна одну. При першій зустрічі фламандські та німецькомовні частіше, ніж валлонці. Англомовні в Брюссельському регіоні можуть бути офіційними [61, с. 51].

Зазвичай бельгійці тепло вітають, але не надто інтимно. Під час робочих зустрічей новачок повинен обійти кімнату.

«Інтимна зона» у бельгійців становить близько 50 см. Під час першої зустрічі встановіть зоровий контакт, слухаючи. Уникайте інтенсивного зорового контакту, оскільки це може здатися інвазивним [62, с. 75].

Чоловіки повинні стояти, коли зустрічають і вітають жінку, і повинні чекати, поки жінки першими простягнуть руку. Важливо уникати жестикуляції, щоб створити офіційний і стриманий вигляд.

Бельгійці потискають один одному руки, а близькі друзі вітають один одного трьома «повітряними» поцілунками. чоловіки; проте ніколи не цілують інших чоловіків, вони завжди тиснуть руку. Важливо підтримувати постійний зоровий контакт і ніколи не відводити погляд під час рукостискання.

Під час розмови з іншою людиною завжди треба залишати особистий простір на відстані витягнутої руки.

Важливо пам'ятати про мовні відмінності та використовувати мову регіону або англійську в бізнес-середовищі [62, с.77-78].

Дві основні ділові культури (французька та нідерландська) визначають, як починаються ділові зустрічі, оскільки франкомовні валлони віддадуть перевагу спілкуванню та легкій розмові перед тим, як приступити до справи, тоді як фламандці, ймовірно, негайно перейдуть до питань зустрічі.

Більш ієрархічна валлонська культура створює більш формальне середовище з чіткою рольовою ідентифікацією та вільним емоційним вираженням, тоді як фламандське середовище буде більш активним та неформальним, але емоційно стриманим. В обох культурах можливе використання титулів або почесних назв плюс прізвище, і всі навколо потискають один одному руки [78, с. 131].

Бельгійці дещо стримані щодо свого приватного життя та поважають приватність на роботі та поза нею. Однак вони шукають особистих відносин як основи довіри в бізнесі.

Скромність і відсутність гордості за особисті досягнення, а також демократичне чи егалітарне ставлення до класу формують особисті дискусії.

У прийнятті рішень бельгійці спираються на раціональний процес прийняття рішень. Вони повільно беруть на себе зобов'язання, але виконують його до кінця. Відсутність конфронтації вони трактують як згоду.

Якщо бельгійці потрапляють в ситуацію конфлікту і галасливості, вони не приймають слова в суперечці на особисте, не схильні ображатися [78, с. 140-141].

Для регіонів Бельгії характерне протистояння фламандців проти валлонців – фламандці більш індивідуалістичні та орієнтовані на якість життя, як нідерландці; Валлонці, як правило, більш ієрархічні та орієнтовані на досягнення (як французи). Обидва мають сильну потребу в певності та підтримці структурованого середовища, дотримання законів і правил проти критики влади; скептично ставляться до свого уряду.

Фламандці мають тенденцію бути прямими у своїй мові, кажучи більш-менш те, що вони мають на увазі по суті. Як і в Нідерландах, за будь-яку ціну слід уникати зарозумілості чи хвалькуватості. Найкраще виглядати стриманим і скромним, ніж створювати враження, що ви особливий. Перехід від прізвища до імені може зайняти більше часу, ніж у Нідерландах, і це може зробити фламандців дещо більш формальним у підході до людей із культур, де імена є нормою ділових стосунків.

Валлони поділяють французьку любов до риторики, і тому будуть більш балакучі, ніж їхні співвітчизники. Менше, ніж французи, зацікавлені чистою логікою, валлони все ще перебувають під сильним впливом добре представленої справи, яка вільно викладена. Те, як говорить співрозмовник, має велику вагу. Як і у випадку з фламандцями, на роботі зазвичай використовують прізвища, хоча молодші менеджери кидають виклик цій умовності [67].

Перебуваючи в Бельгії, найбезпечніше розмовляти англійською, навіть якщо гість країни вільно володіє французькою. Розмовляючи французькою, він миттєво приєднується до однієї конкретної фракції. Англійська набагато більш нейтральна і широко поширена (особливо в Брюсселі) [78, с. 171].

Гумор використовується в бізнесі, але набагато рідше, ніж у Великобританії та Ірландії. Гумор, як правило, використовується на початку або в кінці засідань, але рідко під час серйозних частин засідання [78, с. 173].

Більшість бельгійців знають собі ціну та усвідомлюють своє коріння у своєму професійному спілкуванні. Існування в країні паралельних фламандської, валлонської та німецької культур робить важливим розмовляти з людьми мовою, яку вони обрали. Найпростіший спосіб уникнути проблем у спілкуванні – використовувати англійську мову. Цікаво, що бельгійці прив'язані до місцевої громади. Ненав'язливо запитати про походження людини.

Однак у системі цінностей у всіх бельгійців однакові пріоритети: уникати конфліктів, залишатися прив'язаними до коріння, остерігатися влади (німецька журналістка, одружена з бельгійкою-фламандкою, що «бельгієць відступає перед будь-якою владою, він переконаний анархіст») і добре цінує хороші речі в житті [79, с 7-9].

Бельгійці розраховують на перший крок зі сторони партнера по спілкуванню. У Бельгії необхідно вибрати загальний предмет, щоб уникнути проблем. Можна говорити про бельгійську кухню, пиво чи шоколад. Теми для іншої частини – футбол, популярна музика, мультфільми (у Бельгії найвищий рейтинг професійних дизайнерів серед найкращих у світі) або теніс. Французам і нідерландцям варто уникати жартів на рахунок бельгійців [90, с. 123-125].

Відповідно до Всесвітньої ділової культури, Бельгію важко описати через подвійну мову природи. Є дві мови: фламандці та валлони. Фламандці, як правило, більш прямими, ніж валлони, після це виявлено дуже формальним у діловому плані, після чого валлони поділяють французьку любов до риторики, і тому, як правило, будуть дещо більш голосливими, ніж їхні співвітчизники, але в Бельгії це найбезпечніше говорити англійською мовою, потім вона широко поширена, а також нейтральна, а також гумор використання в бізнесі, як правило, наприкінці або на початку спілкування в Бельгії.

Бельгійці говорять у своїх розмовах переважно про роботу та спосіб життя. Вони люблять говорити про свої улюблені футбольні команди зі

своїми друзями. Словами співрозмовника він сказав, що в школі любити спілкуватися з друзями про предмети. Бельгійці уникають говорити про політику та уряд, оскільки вони мають високий бал у дистанції влади, тому вважають плитку про уряд неприйнятними.

3.3 Етикетна мовленнєва поведінка українців у типових комунікативних ситуаціях (невербальний аспект)

Українське суспільство має свої особливості та стандарти поведінки, які можуть здатися незвичними. Деякі з них нав'язані традиціями, а інші є результатом химерного історичного розвитку.

Традиція зустрічі і привітання має європейські тотожності. Типовим вітанням є тепле, міцне рукостискання, підтримка прямого зорового контакту та повторення імені партнера.

Коли подруги зустрічаються, вони цілуються в щоку тричі, починаючи з лівої, а близькі друзі чоловіки можуть поплескати один одного по спині і обійняти.

Українське звернення до людини складається з імені, яке є ім'ям особи, по батькові, яке є по батькові або варіантом імені батька, утвореним шляхом додавання «-вич» або «-ович» для чоловічої статі та «-авна», «-овна», «івна» для жіночої статі. У офіційних ситуаціях люди називають прізвище, ім'я, по батькові. Друзі та близькі знайомі можна назвати один одного на ім'я та по батькові [89, с. 21-23].

Українці не звикли посміхатися без причини, тому перше враження від соціального загалу може не викликати відчуття доброзичливості. Але подальше знайомство і розмова призведе до невербального схвалення в якості посмішки і доброзичливої інтонації [68, с. 1-2].

Українці досить щиро ставляться до всіх аспектів спілкування. Привітання «Як ти?» (Як справи) має значення в Україні. Почувши це запитання, українець сприйматиме серйозно, що партнеру діалогу справді небайдуже, і рівень відповіді буде залежати від того, скільки добре учасники

діалогу знають один одного і скільки часу вони мають. Тож краще вживати традиційні «Добридень», «Привіт» тощо. Натомість, якщо українці запитують «Як ваші справи?» (Як справи?), це означає, що вони готові отримати трохи більше, ніж односкладову відповідь, і не з цікавості, а тому, що вони готові запропонувати підтримку. Щодо табуйованих тем, то їх небагато. Наприклад, українці із задоволенням говорять про політику. Релігія не є табуйованою темою, і релігійні погляди можна обговорювати з колегами чи знайомими. Проблеми, пов'язані з грошима і здоров'ям, а також особисті проблеми можна обговорити в близькому колі друзів. Те, як до кого звертаються, часто залежить від ситуації. Титули та прізвища використовують на зустрічах і можуть поступитися місцем іменам або зменшувально-пестливим назвам у соціальних ситуаціях [81, с. 134-141].

Україна багатонаціональна країна, і ніколи не відомо, з ким йде розмова: з українцем, євреєм, кримським татариним чи представником іншої національності. Вони всі вважають, що Україна їхня батьківщина [15, с. 43].

Існують також деякі особливості поведінки, характерні для бізнес-середовища.

Наприклад, навіть якщо партнери домовилися про зустріч, підтвердили її по телефону за годину або близько того до призначеного часу, дається 15 хвилин на запізнення. Графіки зустрічей в Україні не дуже жорсткі. Порядок денний може бути, але він служить орієнтиром для обговорення та трампліном для інших пов'язаних бізнес-ідей. Оскільки в українській культурі стосунки дуже важливі, на зустрічі може бути якийсь час, присвячений неділовим обговоренням. Від small talk простіше перейти на ділову тему [29, с. 45].

В Україні переговори можуть вестись державною мовою або на англійській оскільки вона має статус ділової. Для інших мов можна запросити перекладача.

Усі більш-менш важливі питання українці бажають вирішувати під час особистих зустрічей, а не телефоном чи поштою. При особистій зустрічі

легше оцінити наміри деяких партнерів і їм можна довіряти. Крім того, важливі переговори тимчасово закінчуються вечерею в ресторані, яку організовує приймаюча сторона. Такі спільні трапези можуть допомогти майбутнім партнерам краще пізнати один одного та обговорити питання, які не були висвітлені під час переговорів. Фактично іноземці в Україні зазначають, що ставлення до спілкування тут більше емоційне, ніж в інших країнах загалом і в бізнес-середовищі зокрема. Хоча під час «офіційної» частини зустрічі чи в робочий час в офісі українці більше замкнуті, ніж це прийнято в багатьох країнах, вони намагаються налагодити емоційні зв'язки зі своїми партнерами та колегами в неробочий час, обідаючи в ресторані або разом відвідуючи культурні чи спортивні заходи. Українці часто мають теплі та відкриті стосунки зі своїми колегами. Цікавою деталлю є те, що вони можуть «тримати дистанцію» і підтримувати формальності в офісі і водночас обговорювати дуже особисті питання та знаходити моральну підтримку серед колег поза офісом [68, с. 9-11].

Візитними картками обмінюються без ритуалу. Одна сторона візитки має бути українською мовою. У неї також важливо включити диплом про вищу освіту. Пред'являти картку треба українською стороною до одержувача. Якщо у когось немає візитної картки, можна занотувати інформацію у журнал зустрічей або записник.

Зустріч і переговори з топ-менеджером великої української компанії не завжди зобов'язують до строгого формального одягу. В розріз європейській думці це не буде показником некомпетентності. Багато іноземних бізнесменів, які працюють в Україні або мають партнерів тут, часто дивуються молодості українських топ-менеджерів. Справа в тому, що до 1991 року домінувала радянська система з плановою економікою. Коли система розвалилася і почала формуватися ринкова економіка, виявилось, що немає кваліфікованих спеціалістів, тому що навчальні заклади не підготували, тих, які були необхідними на ринку. Крім того, менеджери «старої школи» не хочуть швидко адаптуватися до нових економічних умов. Тоді стало

зрозуміло, що краще взяти на роботу молодого і недосвідченого, але завзятого фахівця на противагу перенавчанню досвідчених працівників і викоріненню їх стереотипів. Молоді люди швидко здобували додаткові навички, здобуваючи другу чи навіть третю освіту, часто за кордоном, що сприяло швидкому просуванню по кар'єрних сходах [15, с. 56-57].

У загальному стилі спілкування в Україні цінується пряма комунікація, інтонації також приділяється увага, вітається подача інформації в делікатний спосіб. Від рівня стосунків залежить, наскільки хтось прямолінійний. Чим новіші стосунки, тим обережнішими будуть люди. Коли стосунки налагодяться, людям буде комфортніше говорити відверто [65, с.67].

Окремої уваги заслуговує така частина етикету, як компліменти і похвала. Деякі вчені вважають, що компліменти є характеризується за наступними якостями: реакція, вираз почуття, ставлення Це висвітлює ставлення мовця до адресата і це тісно пов'язано з соціальним етикетом [85, с. 140-165]

Українці при безпосередньому спілкуванні з адресатом не є обмежуються лише передачею конкретної інформації (предметно-модального завдання) і схильні демонструвати власне ставлення до теми розмови (суб'єктивно-модальне завдання) [20, с. 48-49]. «Донор» мовленнєвого контакту шукає впливу на свого партнера у спілкуванні для отримання від нього певної реакції, для досягнення певних намірів і очікувань від поведінки адресата. Як правило, це робиться на емоціях, а не на логічному змісту [20,с. 50].

Роблячи комплімент, українці бажають підкреслити зовнішній вигляд і характеристики партнера по спілкуванню, його психологічні і інтелектуальні здібності, набуті навички та все, що може підкреслити її унікальність, підняти дух та заохотити змінювати емоційний стан в позитивний напрямок.

Доповнена компліментом мова змінює поведінку, стимулює до різних способів дій [20, с. 52].

Мовець виражає комплімент, як засіб переконання і згоди, оскільки оцінка діяльності, яка позитивно впливає і переконує іншу людину.

Тим не менш, проблема невербального етикету в Україні має дискусійну природу і поширена в психологічному просторі українців.

В українському етносі є суттєва різниця між компліментом, похвалою і лестощами. Системний аналіз асоціативного змісту компліментарності розкриває частину колективної свідомості і світосприйняття українців. В українській культурній групі емоційне звернення однієї людини до іншої несе в собі ціль впливу, бажання переконати у виконанні певної дії. Але не можна зробити комплімент, який засуджує. Таке забарвлення може надати тільки інтонація [23, с.76]. За допомогою емоцій можна змусити людину повірити, але таким чином неможливо сформувати переконання. Наприклад, є в українській мові вірш сучасної поетеси Л. Терешко «Сикстинська Мадонна»:

*«Яка ж вона – небесна чи земна? Така смиренна, гідна і невинна,
Ноша у її зовсім не людська,
Між інших вона благословенна»*[81, с. 15].

Багато українських лінгвістів дотримуються точки зору, що в українському суспільстві поза, яку займає людина-отримувач компліменту, характеризується іллокутивною універсальністю і є непрямим мовленнєвим актом. [28]

За певних обставин, компліменти заміняють вдячні і ввічливі слова: «Вітаю, спасибі, вибачення, вітаю» [68, с. 11].

Крім того, компліменти виконують деякі невласливі їм функції, можуть використовуватися самотійно або у супроводі за відповідну мовленнєву дію.

«Посміхаючись, він крокував назустріч їй». - «Боже, ти більш гарна, ніж коли-небудь». - «Ти виглядаєш дуже красивим і видатним», - сказала вона [57,с. 33].

В діалогічній єдності українського етикету компліменти можуть самотійно виконувати функцію привітання.

Також комплімент може використовуватися як експрес-вдячність, «Дякую тобі»:

«Спасибі, Люк. Ви дуже приємна людина».

Компліменти є також використовується до пом'якшити критики, зауваження або сполучників «але» або «хоча»:

«Чому, Андрію!» вона задихнулася. «Ти чудовий. Ти десь їдеш?»

«Ти любиш це робити?»

«Так», сказала вона, достатньо швидко до його «будь ласка». «Ти жасливо розумний – але», вона посміхнувся, «якось здається, що це не цілком ти!» [81, с. 271].

Виходячи з цього, можна зрозуміти, що в українській етикетній традиції компліменти характеризуються багатофункціональністю з іллокутивною функцією, але їх основна мета є, тим не менш, - це створити і підтримувати позитивні характеристики процесу спілкування. Є багато загального між компліментами, лестощами та похвалою. що є цілком природно, оскільки вони передають позитивну оцінку спікера. Наприклад, дослідження розуміння виразів похвали, лестощів і компліментів лягають в загальну концепцію стосунків. Деякі вчені відносять «лестощі» і «компліменти» до прояву емоційної концепції «похвали».

Деякі іноземні лінгвісти роблять фокус на відмінностях між «хвалою і «компліментом». Відповідно до Натероп Б., комплімент є завжди адресований до його об'єкту. Заява, така як «ця дівчина має гарне волосся», позначає похвалу [55, с. 69].

Вирази похвали і компліментів, дійсно, є тематично дуже подібними і взаємозамінними. «...Він зайшов так далеко, що сказав, що днями я був новатором. Це справжня похвала від нього. Він не любить говорити мені компліменти» [55, с. 71].

Тут є приклад комплементарної заяви, коли в українській мові вживається експлікація похвали та компліментів (вірш «Вдячність» за Л. Терешко):

*«За всі дарунки дякую Тобі:
 За сина і тепло красуні-хати,
 І за онуків милих, дорогих,
 Не смію Долю більшого прохати...
 Всміхаються нам зорі у журбі,
 Твій сад, черешня біля хати...
 Тебе ми любимо, вклоняємось Тобі
 За все, що випало в житті пізнати!» [81, с. 13].*

На нашу думку, різниця між похвалою і компліменту має основною метою похвалу адресату за його дії. Але слід зазначити, що ця функція не є повною характеристикою компліменту. Похвала висловлюється після того, як людина виконує певну діяльність, а комплімент посилається до індивідуальних характеристик, якостей або властивостей людини, як об'єкта. Комплімент виражає стосунки до особливості, проявів інтелекту, характеру, манер, голосу, тощо. Ось приклад такого компліменту в українській мові:

«Промайнули роки, і лягли сінокосів покоси. Небагато набігло в скарбницю – лише п'ятдесят!

*А я бачу донині весільні розплетені коси
 І яскраве проміння, їх обіймав листопад» [81, с. 20]*

Похвала підкреслює і мовленнєві і немовленнєві особливості поведінки українців. Вона серйозно впливає на результат діяльності спікера, і якщо ця діяльність є позитивною, потім можна сказати з достатньою впевненістю, що це є похвала, а не комплімент і лестощі. В такий спосіб можна зробити висновок, що в похвала є більше щирою, оскільки спікер сам зацікавлений у виконанні дій [28, с.150]. З іншої сторони, автор компліменту може завжди бути звинувачений у нещирості, тому що позитивних якостей відносин між адресатом і спікером може бути не видно. Часто можуть виникати труднощі через ясність розрізнення лестощів і компліментів. Наприклад:

«Ні, ні. я не можу заснути. Я розорений. Мені не вдалося. Це був моя несправність. Вони були впевнені, що я зможу виграти, і подивіться, як я їх підвів!»

«Тихше!» сказав Анна Нельсон буркотливо. «Ти здобув далеко більше голосів, ніж будь-який з нас, можливо!» [42, с. 34].

А мовна дія з похвалою, зазвичай, з'являється як реактивна репліка, іллокутивна, тоді як комплімент є самостійним, вільним виразом тільки якщо це не результат, а запит в бік спікера.

Про те, що пропозиція є похвалою, свідчать дієслова які є частиною в компліменті:

«Вам, звичайно вдається блискуче впоралися з керуванням».

«Спальня була заповнена сонячним денним світлом, що не могло бути сховане в жалюзі або в штори, і він сміявся по-хлоп'ячому» [50, с. 76].

Таким чином стає зрозуміло, що похвала і комплімент є вагомою частиною українського невербального етикету, бо саме через інтонацію виражену у словесній формі похвали/компліменту можна зрозуміти відношення його автора до спікера і партнера по діалогу [28, с. 191].

В українців прийнято високо цінувати дружні стосунки, які часто можуть бути такими ж близькими, як і родинні. В Україні, стосунки між друзями тепліші, ніж, наприклад, у Європі. В Україні друг – це людина, що має високий рівень довіри, «як собі». Українці називають друзями одного або двох людей, всіх інших, як правило, відносять до кола приятелів, знайомих. В українському фольклорі зустрічаються такі приклади місцевих прислів'їв про дружбу: *«Людина без друзів, як дерево без коріння», «Вода, яку дає друг, солодша за мед, який дає ворог»* або *«Друг, якого я знайшов, такий добрий». Я міг би піти з ним у підземний світ» [81, с. 99].*

Українці не планують заходи заздалегідь. Нормальною є ситуація, коли на пропозицію зустрітися, українець перенесе вирішення цього питання на вечір або на завтрашній день.

При перенесенні дати зустрічі, краще формулювати прохання не фразою «Через два тижні» тощо, а називати точну дату, вийде зустрітися. Українці готові приділити свій час і сили своїм знайомим, останні потребують допомоги.

Для українців не характерно заздалегідь готуватися до вечірки, якщо це не свято чи важлива подія в їхньому житті. До речі, вони можуть запросити на свій день народження напередодні або в самий день свята. Проте, вони не образяться, якщо у запрошеного гостя не вийде змінити свої вечірні плани. Старі знайомі дзвонять один одному і питають, чи не зайняті вони ввечері, чи можна приїхати, або запрошують до себе. Якщо ніхто не проти, то в цей же вечір може відбутися тепла зустріч у когось вдома або в ресторані. Для консервативних європейців це може бути не зовсім раціонально і може здатися незручним [47, с. 98].

Той, хто приходить, зазвичай приносить їжу чи напої. Це може бути сік, вино, торт або цукерки. Запрошеним на сімейне свято треба заздалегідь подбати про подарунок або букет квітів. У букеті має бути непарна кількість квітів. В Україні є свій етикет дарування подарунків.

- У день народження та православне Різдво українці обмінюються подарунками з родиною та близькими друзями.
- Деякі також відзначають іменини (дані народження святого, на честь якого назвали людину), а не дні народження.
- Подарунки не повинні бути дорогими. Акт дарування подарунка відбувається на місці, після чого він символізує дружбу.
- Запрошеним до українця на трапезу буде ввічливо щось принести; торт, квіти або пляшку імпортного алкоголю.
- Подарунки традиційно не відкривають після отримання.

Існують різні забобони, в які, як кажуть українці, не вірять, але все одно намагаються не порушувати. Наприклад, українці ніколи не вітаються, не передають нічого через поріг, не свистять вдома [53, с. 101].

Їжа в побуті українців має велике значення, тому вони дбають про те, щоб їх гості завжди відчували себе ситими, наче вони щойно поїли.

Манери за столом, як правило, невимушені. Чим більш офіційна подія, тим суворіший протокол. Манери українців за столом континентальні, тобто під час прийому їжі виделку тримають в лівій руці, а ніж у правій.

Не починають їсти, поки господар не запросить почати. Тримають зап'ястя на краю столу. Першим пригощають найстаршого або найпочеснішого гостя. Важливо спробувати все. Відмова від страви дуже нечемною. Гостю можуть запропонувати другу порцію [49, с. 133].

Українці є найбільш гостинною нацією. Вони вважають за потрібне показати своїм гостям усі пам'ятки та визначні місця рідного міста чи міста [59, с. 119].

Гендерні ролі в Україні дещо відрізняються від європейських і США як більш традиційні. Але це тільки перше враження. Наприклад, в Україні не прижились ідеї агресивного фемінізму. Тут чоловіки все ще можуть проявити такі традиційні прояви ввічливості, як зробити комплімент, відчинити двері для жінки або подати їй руку, коли вона вийшла з машини. Українські чоловіки можуть навіть образитися, якщо жінка не дає їм оплатити рахунок у ресторані. Більшість жінок зараз приділяють увагу своєму зовнішньому вигляду і прагнуть одягатися елегантно. Іноді це може бути неправильно пояснено як спроба досягти успіху, використовуючи свою жіночу чарівність, але це далеко не так. Навіть для соціологічних досліджень українські жінки роблять це для себе, а не для чоловіків [59, с. 213].

Зрозуміти неважко: за радянських часів навіть дуже гарне взуття купити в магазині було практично неможливо, а одяг шився за безвиразними шаблонами і був звичайно сірого чорного кольору. Хоча шити власний одяг майже в усіх куточках світу є скоріше хобі, для українських жінок це був, мабуть, єдиний шанс гарно одягнутися. Отже, швейна машинка була практично в кожному домі і практично кожна жінка вміла шити.

Щодо традиційної ролі жінки в суспільстві, то найкраще вона відображена у багатомістовому фольклорі: «Чоловік — голова, а жінка — шия», «Що б не казав тато, мати зробить по-своєму». Великий відсоток шлюбів реєструється в молодому віці; тому не пізніше 25 [76, с. 67].

Водночас сучасні українки не бояться бути самостійними та самостійно прийняти рішення. Тож не варто дивуватися, якщо в Україні ви бачите жінок, які до 35 років народили дитину чи двох, отримали освіту чи навіть більше однієї освіти. Схильні на це, вони мають власний бізнес або побудовану блискучу кар'єру. До речі, у них теж можна бути кілька робіт. Таких прикладів багато, особливо у великих містах.

Можливо, вони просто намагаються використати всі можливості, надані їм природою чи суспільством. Отже, українкам не важливі зовнішні атрибути рівності, а в Україні не рекомендується недооцінювати роль жінки в бізнесі чи міжособистісному спілкуванні.

Вони вибрали самостійно обирати життєві завдання, пріоритети та сферу самореалізації [74, с. 89].

Висновки до розділу 3

Мовленнєві поведінкові моделі нідерландців, бельгійців, українців були проаналізовані в ситуації привітання, прощання, запрошення в гості, їх подібності і відмінності з європейськими особливостями невербального етикету були ідентифіковані.

В українській мові існують універсальні формули мовленнєвого етикету які можна використовувати в різних комунікативних ситуаціях. Граматичні категорії мовленнєвих одиниць охоплюють синтаксичну модальність, синтаксичний час і синтаксичну особу (наприклад, вітання та прощання), але є формули мовленнєвого етикету, які цього не роблять, при цьому мають граматичні ознаки модальності, часу, їхні компоненти може проектувати семантичний спікер і адресат. В українській мові є еліптичні конструкції, які утворилися з формул побажань, які були скорочені, але зберегли свій семантичний центр. Синтаксична структура досліджуваних формул може бути виражена ствердним, питальним та окличним реченням; за синтаксичною структурою воно може бути простим (одно/двочленний), повним/неповним; еліптичним; складним реченням різних видів і еквівалентів.

В українській комунікативній культурі є значне спрощення десемантизації норм вітання та деяких формул прощання. Українці використовують фразеологічні одиниці до експрес адресу частіше.

Українська мова, в більшості випадків має довші формули і багатша на синонімічні форми (наприклад, вибачення). Національна специфіка мовленнєвих одиниць проявляється в їх загальнофразеологічному характері. Його багато у фразеологізмах, прислів'ях, і приказки. Комунікативні ситуації з привітанням характеризується найбільшою кількістю фразеологічних одиниць.

Українці схильні використовувати позитивні стратегії ввічливості, які реалізуються в використанні численних і різноманітних мовних етикетних

формул і стилістичних пристроїв, щоб передати інші емоційні відтінки і донесення більшої кількості інформації в стосунки між комунікантами.

Вербальні засоби можуть бути у супроводі з невербальними одиницями, які доповнюють заміни, повтори, усне повідомлення, суперечення іншим повідомленням і регулювання спілкування.

Вибір формул мовленнєвого етикету залежить від різних чинників, соціальний є одним з найважливіших, оскільки мовленнєвий етикет за своєю природою соціальний. Індивіди є носіями певних соціальних ознак і при спілкуванні вони реалізують соціальні відносини, що представляють собою єдність різних соціальних ролей, зумовлених їхніми соціальним позиціями, професійною діяльністю і специфічними ситуаціями.

Таким чином, аналіз використаних мовних етикетних формул в українських комунікативних ситуаціях показали, що їм властиві універсальні риси і національні, культурні особливості.

РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НОРМ

4.1 Аналіз дослідження якості використання комунікативних норм серед нідерландців

Залежно від території та віку жителі однієї країни можуть по різному вітатися або прощатися. Створивши опитування для людей різного віку, статі, соціального статусу та місця проживання, я спробувала дослідити типові комунікативні норми нідерландців. 10 людей з різних провінцій Нідерландів відповіли на декілька простих запитань про типові комунікативні ситуації.

The screenshot shows a survey interface with the following content:

Section 1 of 3

Speech behaviour (verbal and non-verbal)

The Netherlands

What province do you live in the Netherlands? Short answer

Short answer text

Required 30

How old are you?

18-23

25-35

36-50

50+

After section 1 Continue to next section

How do you start your e-mail when you do not know the other person? *

Short answer text

How do you greet some on the phone when you do not know them? *

Short answer text

How do you greet your friends/relatives? *

Short answer text

How many English words do you use during an informal conversation? *

Short answer text

You are in a store. You want to buy something with a discount of 10%. When you are at the checkout, they scanned your item, but forgot the discount. What would you do? *

You get (a little) irritated and demand a discount.

Ask politely if they forgot the discount.

Say nothing and accept it.

There is a problem within your company. It is not your own problem, but you know something * about the topic. What would you do?

Get in contact immediately, ask as many questions to get to the bottom of it and offer help.

Ask around if someone has more experience with the topic and want to help.

Wait to hear more about the problem.

How would you describe your work culture in your country? *
Focus your answer on verbal and non-verbal communication

Long-answer text

If you want to get to know someone (new), what would be the first topic to start your conversation? *

Short-answer text

When you give a presentation, how actively do you use gestures? *
Think of: using hands, feet, posture etc.

Never 1 2 3 4 5 Always

Can you name some stereotypes of communication within your country? *
Example: "Dutch people are really direct to everyone".

Long-answer text

В кінці дослідження я отримала Excel документ, де побачила активне використання типових комунікативних норм під час звертання до незнайомої людини через електронну пошту («Geachte» 40%, «Beste» 60%), а також під час привітання з незнайомою людиною. Однак у провінції Лімбург існує своєрідне привітання «Enne», що не є типовим для нідерландської мови. Так можна звертатися до друзів, але це слово не має перекладу та також може слугувати питанням «Як справи?».

	A	B	C	D	E	F
1	What province do you live in the Neth	How old are you?	How do you start your e-m	How do you greet some on t	How do you greet your friends/relatives?	How many English words do
2	Limburg	18-25	Geachte,	Goedendag	Enne	Weinig
3	Limburg	50+	Geachte	Hallo	Enne	Weinig
4	Limburg	18-25	Beste	Goedemiddag	Enne bink	Veel
5	Brabant	26-35	Beste	Hallo, bel ik gelegen?	Hey	Relatief veel (10)
6	Brabant	18-25	Beste	Hallo	Heyyy	Veel, 20 denk ik in een gespr
7	Brabant	36-50	Geachte	Goededag	Hallo	Relatief veel
8	Noord Holland	18-25	Beste	Hallo	Hallo hallo	Redelijk veel
9	Zuid-Holland	18-25	Beste meneer/mevrouw,	Hallo, dit is {mijn voornaam	Hey/yo/joe	Zo min mogelijk, tenzij ik niet
10	South Holland	18-25	Geachte	Hello	Hey	a lot
11	South Holland	26-35	Beste	Goedenmorgen/avond/dag	Hoi	Veel

G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
You are in a store. You want to buy something with a discount of 10%. When you are at the checkout, they scanned your item, but forgot the discount. What would you do?»	There is a problem within your company. It is not your own problem, but you know something about the topic. What would you do?»	How would you describe your work culture in your country?	If you want to get to know someone, how would you do it?	When you name some stereotypes of communication, can you name some that are not stereotypes?	Can you name some stereotypes of communication?				
Say nothing and accept it.	Ask around if someone has	Limburgs intern, nederlands extern, steunes elkaar	Opleiding		1	Zuinig, luid maar Limburg rustig, soms asociaal			
Ask politely if they forgot the discount.	Wait to hear more about	Zakelijk	Waar ze vandaan komen, baan		2	Luide mensen			
Ask politely if they forgot the discount.	Wait to hear more about	Limburgs dialect, maar voornamelijk Nederlands	Waar zijn vandaan komen		1	Zuinig en dit laten zij weten			
You get (a little) irritated and demand a discount.	Get in contact immediately,	informeel	Wat voor baan zij hebben		3	Zuinig en spreken dat altijd uit			
You get (a little) irritated and demand a discount.	Get in contact immediately,	Veel informele gesprekken, grappen etc.	Waar zij vandaan komen		5	Nederlanders zijn erg direct			
Ask politely if they forgot the discount.	Wait to hear more about	Duidelijke communicatie, zakelijk	Wat doen zij in hun vrije tijd		3	Nederlanders zijn luid en direct			
You get (a little) irritated and demand a discount.	Wait to hear more about	informeel intern, zakelijk extern	Opleiding		2	Direct en asociaal			
Ask politely if they forgot the discount.	Get in contact immediately,	Over het algemeen informeel als het om verbale communicatie gaat,	Studie en/of werk		4	Over het weer praten, vaak over veel dingen klagen			
You get (a little) irritated and demand a discount.	Get in contact immediately,	A lot of freedom	Weather		4	Direct and rude			
You get (a little) irritated and demand a discount.	Ask around if someone has	Direct and respectful	Their hobbies		4	Rude			

Комунікативні ситуації «You are in a store. You want to buy something with a discount of 10%. When you are at the checkout, they scanned your item, but forgot the discount. What would you do?» та «There is a problem within your company. It is not your own problem, but you know something about the topic. What would you do?» ще раз підтвердили, що нідерландці достатньо прямолінійні.

Більше того, цікаво було дослідити нідерландську офісну або робочу культуру. В більшості країн вона дуже формальна, але у Нідерландах навпаки.

4.2 Аналіз дослідження якості використання комунікативних норм серед бельгійців Фламандського регіону

В опитуванні для аналізу дослідження якості використання комунікативних норм серед бельгійців Фламандського регіону взяли участь лише 6 людей. Проаналізувавши їхні відповіді на ті ж самі питання, що були створені для нідерландців, важко помітити велику різницю у відповідях. Також можна зауважити, що відповіді на питання «You are in a store. You want to buy something with a discount of 10%. When you are at the checkout, they scanned your item, but forgot the discount. What would you do?» та «There is a problem within your company. It is not your own problem, but you know something about the topic. What would you do?» виглядають менш прямолінійними та дуже ввічливими. Так само робоча культура є більш формальною, на відмінно від Нідерландської.

A	B	C	D	E	F	G
What province	How old are you?	How do you start your e-mail when you are in a store?	How do you greet someone on the phone?	How do you greet someone in a store?	How many English words do you know?	You are in a store. You want to buy something with a discount of 10%. When you are at the checkout, they scanned your item, but forgot the discount. What would you do?»
Antwerpen	26-35	Geachte	Hello	Hallo	te veel	Ask politely if they forgot the discount.
West-Vlaanderen	18-25	Geachte mevrouw/minnr	Hallo	Hoooi		25% Say nothing and accept it.
Antwerpen	51+	Beste	Goeiemorgen, met Paul	Hallo		0 Ask politely if they forgot the discount.
Antwerpen	26-35	Beste	Dag	Hoi	Heel veel	Ask politely if they forgot the discount.
Limburg	18-25	Geachte mevrouw of meneer	Goiedag	Erne		3 You get (a little) irritated and demand a discount.
Antwerp	18-25	Beste	Dag	Hi		50% Ask politely if they forgot the discount.

	H	I	J	K	L	M	N
There is a problem within your company. It is not yo							
How would you describe your work cu							
If you want to get to know s							
When you give a pre							
Can you name some stereotypes of communication							
Ask around if someone has more experience with th							
niet strikt maar formeel							
for now - soccer							
2 we hate Walloons part							
Wait to hear more about the problem.							
Friendly, informal, respectful, polite							
Study							
4 Too serious							
Get in contact imidiately, ask as many questions to g							
Polite							
2 Belgians have no sense of humour							
Get in contact imidiately, ask as many questions to g							
Respectful and informal							
What are they doing here:							
4 Hate Wallons							
Ask around if someone has more experience with th							
Everything in limburgish							
weather							
5 That we are dutch							
Wait to hear more about the problem.							
Boring, strict							
Work							
4 -							

4.3 Аналіз дослідження якості використання комунікативних норм серед українців

В опитуванні для дослідження якості використання комунікативних норм серед українців узяли участь 11 людей. Варіантів привітання або звертання набагато більш ніж у нідерландській мові, також можна помітити, що рівень використання англіцизмів у під час неформальної розмови достатньо високий. Можна зауважити, що варіативність питань для першої зустрічі з незнайомою людиною дуже велика. Також українці відрізняються своєю ввічливістю.

What oblast' do you live i	How old are you?	How do you start your e-mail when you do not know the other person?	How do you greet some on the phone when you do not kr	How do you greet your friends/relatives?	How many English words do you use dur
Донецька !	18-25	Вітаю	Вітаю	Кукку	Вживаю французькі
Чернівець	18-25	Добрий день	Добрий день	Привіт	Не дуже багато, сленг і гільки
Kherson	18-25	Вітаю! Сподіваюсь, у Вас все добре!	"Ало", "Да", "Слухаю",	"Привет", "Хейло"	Tsh, a lot!
Ьано-Frankivsk/kyiv	18-25	Доброго дня (звертання на ви, коротка інформація про те хто в що и)	Тек саме що і в листі!	Привіт як ти і далі потреби якщо щось треба або ненав'язливий діалог	Багато и прямо сорю англіцизмами
Kyiv	18-25	Hello	no	Ней	123
Kyiv	18-25	Дво основну адресу	Алло?	Привіт!	Більше 500
Kyiv	18-25	Good afternoon/Greetings	Алло/Good day	Привіт	In ukrainian - not a lot (2-3)
Chernivtsi	18-25	Добрий день!	Добрий день!	Привіт!	Hi!, Hello!
Чернівецька	25-35	з привітання, Можливо вибачитися за те, що турбує	говорю на ви , завжди бажано гарного дня та дякую	дуже ціную, турбуюсь та переживаю	мінімальну кількість , тому що не велик
Чернівецька	25-35	Шановна,ра	Доброго дня, пані/пане...	По імені	Bunch of
Kherson	18-25	Good afternoon/evening/morning!	Hi!	Hi! What's up?	1000

How do you start your e-mail when you do not know the other person?	How do you greet some on the phone when you do not kr	How do you greet your friends/relatives?	How many English words do you use dur
Ask around if someone has more experience with th	for now - soccer	2 we hate Walloons part	
Wait to hear more about the problem.	Friendly, informal, respectful, polite	Study	4 Too serious
Get in contact imidiately, ask as many questions to g	Polite	Weather	2 Belgians have no sense of humour
Get in contact imidiately, ask as many questions to g	Respectful and informal	What are they doing here:	4 Hate Wallons
Ask around if someone has more experience with th	Everything in limburgish	weather	5 That we are dutch
Wait to hear more about the problem.	Boring, strict	Work	4 -

Висновки до розділу 4

Після проведення дослідження використання комунікативних норм серед нідерландці, бельгійців Фламандського регіону та українців було виявлено, що бельгійці та нідерландці використовують схожі форми звертання під час написання листа. Також нідерландці є дуже прямолінійними, на відмінно від українців та бельгійців. Використання слова «Ene» у бельгійському та нідерландському Лімбургах для привітання у компанії друзів та знайомих слугує гарним прикладом того, що зміни у використанні комунікативних норм однієї країни можуть змінюватися залежно від регіону. Варіантів привітання або звертання набагато більш ніж у нідерландській мові, також можна помітити, що рівень використання англіцизмів у під час неформальної розмови достатньо високий.

ВИСНОВОК

Спілкування - це складний багатовимірний процес встановлення і розвитку контактів між людьми, що супроводжується потребами спільної діяльності і включає обмін інформацією, розробку єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини.

Етикету належать ті явища культури, що визначає соціальні норми, ситуативно зумовлений характер і національні особливості. Використання готових формул і кліше взаємопов'язані з мовним етикетом, що супроводжує спілкування на кожному етапі. Вибір мовних етикетних формул, за допомогою яких співрозмовники прагнуть почати, продовжити й успішно завершити вербальну взаємодію, регулюють знання мовних норм спілкування. І це, в протидію, дає підстави стверджувати, що мовний етикет є важливим комунікативними і прагматичними характеристиками мови у будь-якій лінгвістичній культурі.

Мовленнєвий етикет – важлива складова спілкування, усталений суспільством порядок комунікативної поведінки в конкретній ситуації, манері міжособистісної взаємодії, прийнятої в певному середовищі. Внаслідок повторного вживання стійких етикетних висловів в суспільній мові вони нагадують кліше. Оскільки домінуюча роль у вираженні шанобливого ставлення до людей належить мовленню, невід'ємною частиною міжособистісної взаємодії є мовленнєвий етикет.

Мовленнєвий етикет - духовний, культурний і моральний зразок поведінки, як частина національної культури, вона має свої функції, є незмінною, але іноді змінюється прийнятним для членів спільноти способом, оскільки його не існує поза часом і простором.

Мовленнєвий етикет — явище стереотипне; це передбачає повторення тих самих структур в типовій ситуації. Стереотипна психічна модель лінгвістичного етикету існує на основі тріади «етнос – мова – культура». Оскільки кожна нація має свій менталітет і звідси різну культуру і цінності, мовленнєвий етикет кожного нації відрізняється.

Із ввічливістю тісно пов'язане поняття невербального етикету, яке впливає на конвенції комунікативної поведінки нідерландців, бельгійців та українців, чия інтерпретація ввічливості іноді різна. Українці вірять у ввічливість — це вияв уваги до почуттів і потреб усіх людей і бельгійці розуміють ввічливість як вияв уваги лише тим, кого вони знають і з ким спілкувалися.

Українці схильні використовувати позитивні стратегії ввічливості, оцінки бажань адресата та утвердження інтересів комунікантів.

Нідерландці прагнуть до використання негативної ввічливої стратегії, який реалізована в міжособистісних прагматичних пресупозиціях комунікантів щодо їх соціального статусу і соціальних ролей, рівня офіційності.

Загалом комунікативна ввічливість нідерландського, бельгійського та українського мовного етикету виражена як лексично, граматично так і невербально або за їх поєднанням. Нідерландці використовують більше граматичних засобів, таких як підрядний настрій, модальні фрази, теги-питання, які залучають співрозмовника в обговорення, прислівники, модальні слова, пряма адреса, тощо.

Бельгійські формули етикету здебільшого не несуть лексичного навантаження, але мають суто формального характеру, тоді як українські кліше включають більш ввічливі слова і вирази, серед них є такі, у смислового центрі яких міститься корінь «добр», «здоров», «ласк». Бельгійська мовна формула багата на часові форми, які допомагають виражатися різні відтінки значення. Мова чітко структурована і на вибір етикетних формул залежить повністю від комунікантів і комунікативної ситуації.

Невербальні засоби вираження заперечного значення є периферійними, вузькоспеціальними в системі засобів експлікації категорії заперечення, оскільки відрізняються від спеціалізованих мовних негаторів низкою принципівих ознак, а саме: функціональним обмеженням, негомогенністю й

дифузністю заперечного значення, ситуативною залежністю, емоційним маркуванням.

Українські немовні засоби негачії ґрунтуються передусім на загальнолюдських рефlekсах відмежування від небажаного й неприйнятнього, знищення або відганяння його. У невербальній комунікації українці широко використовують жести, міміку та рухи деяких частин тіла для вияву заснованих на негачивації актів незгоди, заборони, несхвалення, відмови та психологічних станів безнадії, неспроможності щось пояснити чи змінити. Невербальні засоби експікації заперечення тісно взаємодіють з вербальними, що виявляється передусім у взаємозаміні їх та одночасному використанні мовцями тих і тих засобів. Свідченням їхнього тісного взаємозв'язку є формуванням мовних засобів заперечення на базі немовних, і навпаки, поява заперечних жестів під впливом деяких мовних маркерів заперечення. Дослідження функціональних можливостей жестового заперечення відкриває перспективи для поглибленого вивчення інших способів невербальної комунікації.

РЕЗЮМЕ

Мірошниченко І.І. Етикетна мовленнєва поведінка нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях (вербальний та невербальний аспекти)

Науковий керівник: доктор філологічних наук, доцент Шутова М.О.

У роботі досліджується етикетна мовленнєва поведінка нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців у типових комунікативних ситуаціях. Мовленнєву поведінку було розглянуто на прикладі вербальних та невербальних аспектів.

Мета роботи полягає в уточненні та порівнянні норм мовленнєвого етикету нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців, виявленні спільних та відмінних ознак та закономірностей вербального та невербального аспектів, та формуванні етикетної компетентності у типових комунікативних ситуаціях. Також у роботі наведені фрагменти аналізу дослідження якості використання комунікативних норм серед нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців.

Таким чином, дослідження полягає у внутрішньосистемному зіставленні повсякденних етикетних ситуацій (у межах кола нідерландців, бельгійців Фламандського регіону та українців), а також міжкультурному порівнянні. Його результати можуть бути актуальними для спеціалістів масових комунікацій, когнітивних психологів і психолінгвістів; використані під час теоретичних та практичних занять зі стилістики та перекладознавства. З-поміж цих наукових аспектів, ця робота може стати у нагоді під час формування професійних та особистісних зв'язків, як детермінант міжкультурних соціальних комунікативних диспозицій.

Ключові слова: етикет, мовленнєва поведінка, Нідерланди, Фландрія, Україна, вербальний та невербальний аспекти.

SUMMARY

Miroshnychenko I.I. Etiquette speech behavior of the Dutch, Belgians of the Flemish region and Ukrainians in typical communicative situations (verbal and non-verbal aspects)

Scientific adviser: Doctor of Philological Sciences, Associate Professor Shutova M.O.

The work investigates the speech etiquette behavior of the Dutch, Belgians of the Flemish region, and Ukrainians in typical communicative situations. Verbal behavior was considered on the example of verbal and non-verbal aspects.

The purpose of the work is to clarify and compare the norms of speech etiquette of the Dutch, Belgians of the Flemish region and Ukrainians, identify common and distinctive features and regularities of verbal and non-verbal aspects, and the formation of etiquette competence in typical communicative situations. Fragments of the analysis of the quality of the use of communicative norms among the Dutch, Belgians of the Flemish region, and Ukrainians are also given in the work.

Thus, the research consists in an intra-systemic comparison of everyday etiquette situations (within the circle of the Dutch, Belgians of the Flemish region and Ukrainians), as well as a cross-cultural comparison. Its results may be relevant for mass communication specialists, cognitive psychologists and psycholinguists; used during theoretical and practical classes on stylistics and translation studies. Among these scientific aspects, this work can be useful during the formation of professional and personal ties, as a determinant of intercultural social communicative dispositions.

Key words: etiquette, speech behavior, The Netherlands, Flanders, Ukraine, verbal and non-verbal aspects.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Akindel, D. (2020). Linguistic etiquette: a review from a pragmatic perspective. *A new decade for social changes*. №14. p. 695–714.
2. Arblaster, P. (2012). *A History of the Low Countries*. New York. 344 p.
3. Beascakesny. «Speech etiquette: the subtleties of a culture of communication». (2022). [електронний ресурс]:
<https://ss.beascakesny.com/3620-speech-etiquette-the-subtleties-of-a-culture-of-comm.html>
4. Beauvillain C. (1994). Morphological structure in visual work recognition: Evidence from prefixed and suffixed words. *Language and Cognitive Processes*, 9(3), 317–339 p.
5. Bonvillain, N. (2019). *Language, culture, and communication: Theme aningofmessages*.
6. Brown, L. (1993). *Etiquette. The New Shorter Oxford English Dictionary*. 858 p.
7. Brown, P. and Levinson, S., (1978). С. 19. «Universals in language usage: Politeness phenomena». In *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*; Cambridge University Press: Cambridge, UK; 56 – 311 pp.
8. Firth, S. (1973). «Greetings from the Highlands of Belgium». *American Ethnologist*. 13, 290-308 p.
9. Liliya Duskaeva. *Speech Etiquette in Online Communities: Medialinguistics Analysis*. [електронний ресурс] :
<http://journals.rudn.ru/linguistics/article/view/23249/17984>.
10. Yilma A. (1992). *The Linguistic Etiquette of Yemsa Journal of Ethiopian Studies*. Vol. 25. 1-14 pp.
11. Аасама I. (1972). *Как себя вести*. - Таллин: Валгус. – 220 с.
12. Андрейчук Н. І. (2012). Мовний знак через призму філософської категорії відношення / Н. І. Андрейчук // *Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]*. Сер. : Філологічна. Вип. 26. 57 с.

13. Андрухович Ю. (2000). Московіада. Роман жахів. - Івано-Франківськ: Лілея-НВ. 140 с.
14. Аттарді Г., Сімі М. (1998) Комунікація через точки зору. журнал логіки, мову і інформація . том. 7. № 1. 95 с.
15. Бабич Н.Д. (1990). Основи культури мовлення. Львів: Світ. 226 с.
16. Бацевич Ф.С. (2004). Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. К. 312 с.
17. Безуглий В. В., Козинець С. В. (2003). Регіональна економічна та соціальна географія світу: Посібник. К.Академія. 688 с.
18. Бердник О. Вогнесміх. (2006). Текст: роман-феєрія. Київ.: Тріада-А. 557 с.
19. Бершеда Є. (2010). Українсько-бельгійські відносини: не підбиваючи підсумки... // Зовнішні справи. №11. 43–45 с.
20. Богдан С. (1998). Мовний етикет українців: традиції і сучасність. К.: Рідна мова. 475 с.
21. Вжещ Я. Л. (2001). Принцип ввічливості в теорії і практиці міжкультурної комунікації. Теорія збереження обличчя П. Брауна та С. Левінсона / Я.Л. Вжещ // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Ч. II. № 9. 314 с.
22. Вєтрова Е. С. (2007). Звертання панель, пані, добродію, добродійко в українському мовному етикеті . Лінгвістичні студії: Зб. наук. праць .Вип. 15 - Донецьк: ДонНУ. 514 с.
23. Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В., Ажажа М. А. (2009). Етика ділового спілкування: Навч. посібник для ВНЗ. Львів. 495 с.
24. Габелко О. М. (2012). Категорія ввічливості як складова мовного етикету в сучасній англійській мові / О. М. Габелко // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер. : Філологічна. Вип. 23. 39-41 с.

25. Гарин В. (1999) Страны и народы мира: Энциклопедический справочник / Гарин В. Б., Лисюченко В. В. та ін. - Ростов-на-Дону : Феникс. 608 с.
26. Гнатко Д. (2017). Душа окаянна. [електронний ресурс]: <https://www.litres.ru/darina-gnatko/dusha-okayanna/chitat-onlayn/>
27. Голюков А.П. (2009). Економіка України: навч. Посіб. / А.П. Голюков, Н.А. Казакова, О.А. Шуба. К.: Знання. 645 с.
28. Гринчишин Д., Капелюшний А., Сербенська О., Терлак З. (1996). Словник-довідник з культури української мови. Львів: Фенікс. 367 с.
29. Гриценко Т. Б., Т.Д. Іщенко, Т.Ф. Мельничук. (2007). Етика ділового спілкування : навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури. 344 с.
30. Грір А. Л. (2015). Ввічливість як комунікативний стратегія: Вітаю. Студія Universitatis BabeşBolyai. том. 4. 516 с.
31. Швейцер В. Я. (2009). Двухполовинная Бельгия. Государства Альпийского региона и страны Бенилюкс в меняющейся Европе. М. 498 с.
32. Делик І. С. (2016). Семантико-лексичні та граматичні особливості англійської мови мовленнєвого етикету. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. Хмельницький. Вип. № 10. 350 с.
33. Дмитрук Л. (2016). Особливості українського мовленнєвого етикету. Науковий вісник Миколаївського національного університету ім. В. О. Сухомлинського. Серія: Педагогічні науки. Вип. 1. 377 с.
34. Дорда С. В. (1994). Комунікативно-прагматичні особливості висловлювання, що передають каяття (на матеріалі англійської мови): дис. канд. філол. наук: 10.02.04 р. Київ. 164 с.
35. Драч І.Ф. (2010). Криниця для спраглих. Текст: кіносценарії, вірші, інтерв'ю та ст. на тему кіно: упорядкув., прим., комент., фільмогр. та післямова С. Тримбача. Київ: Мистецтво. 478 с.
36. Єрмоленко С.Я., Бибик С.П., Тодор О.Г. (2001). Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. К.: Либідь. 224 с.

37. Жанэ Д.К. (1986). Социальный подтекст языкового общения // Образные и экспрессивные средства языка (английского, немецкого, французского) - Ростов-на-Дону: РГПИ. 276 с.
38. Закон України Про зовнішньоекономічну діяльність // Відомості Верховної Ради (ВВР). 1991. №29. 377 с.
39. Засоби вираження ввічливості при звертанні. [електронний ресурс]: <http://uastudent.com/zasoby-vyrazhennja-vvichlyvosti-pry-zvertanni/>.
40. Зубкова Л., Чернікова Л. (2013). Мовний етикет – невід’ємний елемент культури мовлення. К. 344 с.
41. Іваничук Р. (2006). Журавлиний крик. [електронний ресурс]: <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=7156&page=31>.
42. Кацай О. (2017). Зона досяжності. [електронний ресурс]: <http://avidreaders.ru/read-book/zona-dosyazhnost.html>.
43. Киселюк Н. П. (2014). Особливості взаємодії вербальних і невербальних компонентів комунікації при маніфестації емоцій у художньому англomовному дискурсі / Н. П. Киселюк // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна. Вип. 46. 90-92 с.
44. Корольов І. Р. (2011). Відображення національно-ціннісних орієнтирів у комунікативній поведінці різномовних інтерактантів. *Studia Linguistica*: зб. наук. пр. Київ: ВПЦ «Київський університет». Вип. 5. Ч. 2. 350 с.
45. Кочерган М.П. (2003). Загальне мовознавство: підручник. Київ: Академія. 464 с.
46. Крейдлин Г. Е. (2002). Невербальна семіотика: мова тіла та природна мова. М.: Новое литературное обозрение. 592 с.
47. Кулішенко Л., Чечота Т. (2013). Мовленнєвий етикет та ментальність українців. Збірник наукових праць. Вип.4. 367 с.

48. Ларина Т. В. (2003). Категория вежливости в английской и русской коммуникативных культурах / Т.В. Ларина. М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов. 243 с.
49. Манакін В. М. (1995). Контрастивна лексикологія і національна – мовна картина світу. Матеріали Всеукр. конф. «Проблеми зіставної семантики». Київ: КДЛУ. 41 с.
50. Мейгеш Ю.В. (1996). Срібна земля. [електронний ресурс]: <https://books.google.com.ua/books?id=aBEYAQAIAAJ&q=Sribna+zemli>.
51. Миронюк О. М. (2006). Історія українського мовного етикету. Звертання: монографія. Ін-т укр. мови НАН України. Київ: Логос. 167 с.
52. Миронюк О.М. (1993)Історія граматичних засобів вираження ввічливості в українській мові. Мовознавство. № 2. 98 с.
53. Михальчук, Біхунова. (2019). Альманах теорії та історії історичної науки. Випуск 5. Київ. 460 с.
54. Мишляєв Т. Ю. (2015). Чинники трансформації політичної системи Бельгії: автореф. дис. канд. політ. наук. Чернівці. 20 с.
55. Натероп Б. Дж. (1997). Телефонування в англійська. 2-й вид. Кембридж: Кембридж університет преса. 135 с.
56. Наукові записки. (2011). Серія «Психологія і педагогіка ».257 с.
57. Нечуй-Левицький І. Над Чорним морем. [електронний ресурс]: http://ukrlit.org/nechui_levytskyi_ivan_semenovych/nad_chornym_morem/33
58. Овчарук. О.В. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / Під заг. ред. О.В. Овчарук. К.: “К.І.С.”, Київ. 112 с.
59. Олійник В. В. (2013). Спілкування як комунікативний феномен: соціально- психологічні аспекти. вісник Національного університету оборони України 2 . Вип. 2 (33). Київ. 415 с.
60. Оуен М. (1983). Вибачення і виправні розв'язки: дослідження використання мови у соціальній взаємодії. Нью-Йорк: Видавництво Mouton. 192 с.

61. Папирян Г. А. (2000). Международные экономические отношения. Маркетинг в туризме. М.: Финансы и статистика. 160 с.
62. Пастух Е., Демська Л. (1998). Путівник країнами Західної Європи // Австрія. Бельгія. Данія. Нідерланди. Німеччина. Швейцарія. Вип. 1. Львів : Курсор-Плюс. 222 с.
63. Пенроуз Р. (1989). Новий розум імператора. Щодо комп'ютерів, розуму та в Закони фізика. Нью-Йорк: Оксфордська університетська преса. 466с.
64. Пентилюк І. С. Мовний етикет та його роль у вихованні підлітків.
65. Пиррен А. (2001). Середньовічні міста Бельгії. 512 с.
66. Попенко Я. В. (2005). Діяльність дипломатичного представництва Директорії УНР у Бельгії та Нідерландах у 1919–1921 роках // Наукові праці історичного факультету Запорізького державного університету. Вип. ХІХ. 188–197 с.
67. Радевич-Винницький Я. (2001). Етикет і культура спілкування // Українська мова та література. №37. 1-2 с.
68. Романов А. А., Саакянц Р. Г. (2002). География туризма. 464 с.
69. Ростов Є. Ф. (1998). Економіка країн світу: Довідник. К.: Картографія. 382 с.
70. Сахарчук Л.І. (1992). Соціальний аспект мовної діяльності // Актуальні проблеми соціолінгвістики. Київ: НМК ВО. 76 с.
71. Сокол Т. Г. (2006). Основи туристичної діяльності: Підручник / За заг. ред. Орлова В. Ф. К.: Грамота. 264 с.
72. Соколець І.І. (2006). Мовленнєвий етикет як складова підготовки вчителя іноземної мови: навч. посібник. Київ: Вид. центр КНЛУ. 134 с.
73. Стахів, М. (2008). Український комунікативний етикет: Навч.-метод. посіб. К: Знання.
74. Стельмахович М. Г. (1996). Теорія і практика українського національного виховання: посібник для вчителів початкових класів та студентів педагогічних факультетів. Івано-Франківськ: Лілея НВ. 180 с.

75. Стельмахович М. (1998). Український мовленнєвий етикет // Дивослово. № 3. 20-21 с.
76. Стівенс А., Галлахер. (2015). Справедливість. [електронний ресурс]: https://books.google.com.ua/books/about/Gallagher_Justice.html
77. Сухий О. М. (2005). Історія Бельгії: навчальний посібник. Львів. 260 с.
78. Тавшунський О. М. (2010). Бельгія та колоніальний поділ Африки (1876–1918 рр.): автореф. дис. канд. іст. наук. Х. 16 с.
79. Теля В. (1981). Типи мовних значень. Пов'язане значення слова у мові. 269 с.
80. Терешко І. (2019). Фольклорно-етнографічна експедиція як засіб формування професійної компетентності майбутніх учителів хореографії / І. Терешко // Проблеми підготовки сучасного вчителя. Вип. 2. 163 с.
81. Фабіан М. (1998). Етикетна семантика в лексичних системах української мови, англійської та угорської мов: дис. доктора філол. наук: 10.02.15. Ужгород. 378с.
82. Фокіна, І. (2006). Етикетні форми в епістолярії Пантелеймона Куліша// Урок української. №8-9.
83. Формановская Н.И. (1989). Речевой этикет и культура общения. - М.: Высшая школа. 156с.
84. Халлідей М. А. К. (1970). Структура мови та функція мови . J.Lyons вид. новий горизонти в лінгвістика. Хармондсворт: Пінгвін. 211 с.
85. Хвильовий М. (1989). Сині етюди. Текст: новели, оповідання, етюди: упоряд. і передм. І.Ф.Драча. Київ: Радянський письменник. 424 с.
86. Чайковський А. Олюнька. (1957). Текст: оповідання з життя Ходачкової шляхти. 4. вид. новий Йорк: Ховерла. 319с.
87. Чайковський А. Сагайдачний. 2017. [електронний ресурс]: <http://www.ukrcenter.com/>.
88. Чак Є.Д. (1998). Будемо знайомі! // Дивослово. № 6. 45 с.
89. Шаповал Г. Ф. (1999). Історія туризму. 458 с.

90. Шатохина-Мордвинцева Г. А. (2004). Нидерланды с древнейших времён до конца XVI в. 251 с.
91. Шевченко Н. Подвійні міражі . Текст: роман. Харків.: Книжковий Клуб.
92. Шутова М. О. (2013). Мовленнєвий етикет як система координат у міжособистісний і міжкультурний комунікації. вісник Київського національного лінгвістичного університету . Серія : «Філологія » . Київ: Вид- во КНЛУ. Т. 16. № 1. 176 с.
93. Ювілейний альманах. 1945–2005: в 60-ліття Українського Допомогового Комітету й організованого українського громадського життя в Бельгії / Товариство Українців у Бельгії. – Л.; К.; Брюссель. (2009). 607 с.
94. Юрківський В. М. (1999). Країни світу: Довідник. К.: Либідь. 364 с.
95. Якобсон Р. (1980). Каркас з мови. схід Лансінг: університет з Michigan Press. 132 с.