

Лада Прокопович

КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ  
В УКРАЇНСЬКИХ  
НАРОДНИХ ПРИСЛІВ'ЯХ



Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний політехнічний університет  
Гуманітарний факультет  
Кафедра культурології, мистецтвознавства  
та філософії культури

Лада Прокопович

# **КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ ПРИСЛІВ'ЯХ**

Навчальний посібник

Одеса

«Екологія»

2018

УДК 84.161.2-2(075.8)

П804

Рекомендовано вченою радою Одеського національного політехнічного університету (*протокол № 5 від 17.01.2018 р.*)

Рецензенти:

**О. В. Шевченко**, д-р наук з соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри інформаційної діяльності та медіа-комунікацій Одеського національного політехнічного університету;

**Т. В. Розова**, д-р наук з філософії, професор, професор кафедри культурології, мистецтвознавства та філософії культури Одеського національного політехнічного університету

**Прокопович, Л. В.**

П804      Культура спілкування в українських народних прислів'ях : навчальний посібник / Лада Прокопович. — Одеса : Екологія, 2018. — 21 с.

ISBN 978-617-7046-44-7

Навчальний посібник призначений для використання в рамках курсу «Культура ділового спілкування» для різних форматів самостійної роботи студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Основна мета – при формуванні загальних компетенцій студентів: отримання уявлень про спілкування як важливий засіб професійної співпраці, налагодження міжособистісних та міжкультурних взаємовідносин, а також навичок з актуалізації культурної спадщини країни в сучасних умовах соціальної діяльності.

УДК 84.161.2-2(075.8)

ISBN 978-617-7046-44-7

© Прокопович Л.В., 2018

## ЗМІСТ

Вступ .....	4
Культура спілкування в українських народних прислів'ях	
1. Прислів'я як жанр фольклору .....	6
2. Українські народні прислів'я як джерело сентенцій зі спілкування.....	7
Завдання .....	14
Рекомендації щодо оформлення роботи .....	16
Література .....	18
Додаток А.....	21

## ВСТУП

Соціально-економічне середовище сучасної України формується на базі нових принципів взаємодії людей в суспільній діяльності. Тому підготовка майбутніх фахівців має передбачати низку компетенцій, спрямованих на максимально ефективну діяльність в цих умовах. Важливу частину таких компетенцій формує курс «Культура ділового спілкування».

Культура ділового спілкування містить сукупність вимог до норм поведінки в професійній діяльності, які необхідні для співпраці в різних соціокультурних контекстах.

Даний курс вводиться в навчальні плани різних спеціальностей з *метою* формування у студентів теоретичних знань і практичних навиків з раціоналізації та оптимізації процесів ділового спілкування.

**Задачі** курсу:

- вивчення теоретичних основ культури спілкування (міжособистісного, професійного, міжкультурного);
- визначення ролі і значення спілкування в ділових взаємовідносинах, засвоєння знань і уявлень про

культуру ділового спілкування в контексті професійної поведінки в сучасному підприємницькому середовищі;

– формування професійних навиків застосування ефективних засобів спілкування і побудови ділових відносин, а також усунення потенційних і наявних бар'єрів у діловому спілкуванні;

– напрацювання студентами навиків самостійного аналізу механізмів ділових відносин в професійній діяльності та визначення шляхів їх вдосконалення;

– сприяння формуванню культури спілкування у студентів не лише як майбутніх фахівців, а й як активних членів суспільства, які володіють сучасними комунікативними компетенціями.

Самостійна робота, яка передбачається в цьому курсі, має на меті розширення меж лекцій та практичних занять за рахунок залучення додаткових джерел інформації про культуру спілкування.

Одним з таких джерел є українські народні прислів'я, серед яких можна знайти багато сентенцій про спілкування.

Опрацювання цього матеріалу дозволяє сформувати у студентів додаткову загальну компетенцію: вміння актуалізувати культурну спадщину країни в сучасних умовах соціально-економічної діяльності.

## КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ В УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ ПРИСЛІВ'ЯХ

### 1. Прислів'я як жанр фольклору

Термін «фольклор», який в 1846 р. ввів в науку англійській вчений У. Дж. Томс, в перекладі означає «народна мудрість». Тому в широкому сенсі фольклор – це не лише мистецтво слова, а й складова частина народного життя та світогляду.

Фольклор, як культурна спадщина, є актуальним й досі: і як джерело фактичного матеріалу для культурологічних досліджень [1, 2, 3], і як соціокультурні практики [4, 5, 6], і як специфічна форма осмислення дійсності [7, 8].

Первісна людина все своє життя витратила на працю або підготовку до неї. По мірі того, як у людини накопичувався значний досвід, який необхідно було передати наступним поколінням, збільшувалась роль мовної інформації. Адже саме слово могло найбільш успішно

повідомити не лише про те, що відбувається *тут і зараз*, а й про те, що трапилось або трапиться *десь, колись*.

В найбільш концентрованому вигляді ця інформація оформилася у прислів'я.

Вони є відображенням народної мудрості, що накопичувалася століттями, досвіду десятків поколінь.

Їм притаманна афористична стислість і точність суджень про різні сторони людського буття. Недарма вони стали цінним матеріалом для досліджень не лише в галузі філології, а й в етнографії, культурології, соціальній філософії.

Частіш за все, прислів'я має двоякий смисл: прямий і переносний. В. Даль відмічав, що «прислів'я – це коротка притча». Конкретне явище набуває в ньому узагальнюючий смисл, а окремий факт застосовується до загального явища. «Що посієш, те й пожнеш», – кажуть здавна, маючи на увазі не лише якість посіву, а й результат будь-якої справи, вчинку.

Синтаксично прислів'я частіш за все складається з двох частин: «Добре ім'я – найкраще багатство». Друга частина завжди містить висновок, мораль, іноді повчальний смисл.

## 2. Українські народні прислів'я як джерело сентенцій зі спілкування

Наші предки завжди розуміли важливу роль спілкування у налагодженні колективних дій, співпраці, добросусідських відносин. Ці знання вони зафіксували у прислів'ях.



Сьогодні, володіючи сучасними уявленнями про психологію та соціальну практику спілкування (міжособистісного, професійного, міжкультурного), ми можемо поділити ці прислів'я за основними аспектами спілкування: перцептивним, комунікативним, інтерактивним, міжкультурним.

**Перцептивний аспект** спілкування (від лат. *perceptio* – сприйняття, відчуття) – це те, як учасники спілкування сприймають та розуміють один одного. Тому цьому аспекту приділяється особлива увага. Адже перцепція починає впливати на процес спілкування вже на першому етапі – знайомстві.

Це зафіксовано в прислів'ї:

– по одягу зустрічають, по розуму проводжають.

В практиці ділового спілкування часто первинна перцепція ґрунтується на попередньому зборі інформації про співрозмовника (рекомендації, відгуки, плітки). Тому люди, які прагнуть серйозної, довгострокової праці, цінують репутацію. Бо саме вона сприяє формуванню феномену «ореолу», котрий полягає у тому, що на сприйняття людини впливає авторитет партнера або, навпаки, компрометуючі плітки про нього. Причому тут немає «строку давнини»: навіть якщо плітки про людину (або компанію) склалися давно, і на момент зустрічі вона кардинально змінилася, «ореол» (позитивний чи негативний) витає над нею ще дуже довго.

Тому про формування і збереження позитивної репутації необхідно думати на самому початку, про що попереджують й прислів'я:

– добре ім'я – краще багатство;

– яка трава, таке й сіно;

– з брудної води ще ніхто чистим не виходив.

Зрозуміло, що негативний «ореол», упереджене відношення, суттєво заважають спілкуванню, не дозволяючи співрозмовникам скласти об'єктивне уявлення один про одного. Подолання цього бар'єру потребує від них додаткових зусиль, щоб, нарешті, з'ясувалося, що

– не такий страшний чорт, як його малюють.

**Комунікативний аспект** спілкування передбачає не лише передачу інформації, а й іноді зміну ситуації, поведінки партнера/підлеглого (керування). Певною мірою це відображається у прислів'ї :

– коня керують уздами, а людину – словами.

Тут, до речі, важливі не лише самі слова, а й те, як вони говоряться: з яким емоційним забарвленням, з якими інтонаціями, на що робляться акценти і таке подібне.

Тобто в процесі комунікації важливим є і такий чинник, як артистизм.

Взагалі, театралізація комунікації суттєво підвищує її ефективність.

В українському фольклорі це яскраво демонструє такий казковий персонаж, як Коза-Дереза.

Коза-Дереза – мабуть, один з найбільш артистичних трикстерів не лише українського, а й світового фольклору [9].

Є всі підстави вважати, що у давнині коза була тотемною твариною [4]. Але з трансформацією тотемних уявлень трансформувався й образ Кози. В казці Коза-Дереза виступає вже в якості трикстера – хитра, підступна і неймовірно артистична.

То вона діду голову морочить [10]:

Ні, дідусю, я й не пила,  
я й не їла:  
тільки бігла через місточок  
та вхопила кленовий листочок,  
тільки бігла через гребельку  
та вхопила водиці крапельку.

То вона на лісних мешканців страху наводить:

Ніжками затопчу,  
хвостиком замету –  
тут тобі й смерть!

Талант перевтілення, лицедійства потрібен Козі-Дерезі, як «професійній» аферистці, для впливу на оточуючих. Тобто саме артистизм, театральна поведінка необхідні їй для ефективної комунікації.

Цей механізм часто застосовується і в реальному житті: не обов'язково для маніпулювання, але для більш ефективного донесення до співрозмовника певної інформації.

***Інтерактивний аспект*** – це взаємодія як результат спілкування.

Існує багато наукових теорій щодо соціальних дій та стратегій взаємодії (за К. Томасом, М. Вебером, Е. Берном та ін.) [11–15].

К. Томас, наприклад, виділяє такі поведінкові стратегії: – *суперництво* – протистояння, зіткнення інтересів, соціальних систем, принципів. Суперництво за своїм спрямуванням орієнтовано на те, щоб, діючи активно і самостійно, досягати здійснення власних інтересів без врахування інтересів іншої сторони;

– *уникання* (ухиляння) характеризується низьким рівнем спрямованості як на чужі, так і на власні інтереси. Суб'єкт спілкування демонструє явне небажання співпрацювати. Він старанно ухиляється від загострення відносин, від усіляких спорів, не піддається на провокації;

– *притосування* (поступлення) як пасивна стратегія характеризується прихильністю сторін до пом'ягчення, згладжування протиріч, збереження (або відновлення) гармонії у взаємовідносинах шляхом поступок, довіри;

– *співпраця* характеризується високим рівнем спрямованості як на власні інтереси, так і на інтереси іншої сторони. Але, на відміну від суперництва, ця стратегія передбачає не індивідуальний, а спільний пошук такого рішення, яке б відповідало цілям та задачам всіх сторін;

– *компроміс* займає проміжне місце серед всіх стратегій, характеризується балансом інтересів суб'єктів. Компроміс в рівній мірі передбачає активні та пасивні дії, індивідуальні та колективні зусилля. Він не псує міжособистісних відносин, а, навпаки, сприяє їх позитивному розвитку. Але не завжди компроміс можна розглядати, як засіб вирішення конфлікту.

На практиці, частіш за все, застосовуються комбінації з декількох стратегій.

Народна мудрість це зафіксувала так:

- де дружніші, там і сильніші;
- краще погана дорога, ніж поганий супутник;
- добре там живеться, де гуртом сіється і жнеться;
- одна квітка не робить вінка;

- одна бджола меду не робить;
- один розум добре, а два ще краще.

**Міжкультурний (міжнародний) аспект** проявляється в спілкуванні представників різних етнічних груп, народів, культур.

В практиці ділового спілкування іноді виникають етнокультурні бар'єри.

*Етнокультурні бар'єри* – це ускладнення, які виникають на основі відмінностей у звичаях, традиціях, релігії. Оскільки в різних етнічних групах маються ментальні стереотипи, що не співпадають, то вони можуть призвести до ускладнень відносин з діловими партнерами – іноді навіть до світоглядних суперечок і протистояння різних способів сприйняття світу.

Подолати ці ускладнення допомагає діловий етикет, як засіб формалізації, уніфікації деяких аспектів взаємовідносин. Багато моментів можна прописати й в протоколах зустрічей, переговорів [16]. Але не слід забувати про загальнолюдські та національні правила етикету.

*Національні етикети* дуже різноманітні. Але для ефективності ділової співпраці треба знати всі тонкощі етикету країни, з представниками якої цю співпрацю планується налагоджувати.

Загальнолюдські правила етикету такі:

- поважати національні традиції, релігію;
- не порівнювати зі своєю країною і не критикувати чужу країну;
- знати титули, використовувати їх в бесіді;
- пам'ятати імена і правильно їх виговорювати;
- завжди пам'ятати про пунктуальність;
- заздалегідь підготувати візитівки;
- обов'язково вставати, коли лунає національний гімн.

Головне ж у міжнаціональному, міжкультурному спілкуванні – взаємоповага, прагнення до добросусідських взаємовідносин [17, 18].

Пам'ятаючи про те, що прислів'я мають подвійний смисл (прямий та переносний), можна українські прислів'я, що присвячені добросусідським відносинам, розглядати під кутом міжкультурного (міжнаціонального, міжнародного) спілкування. Наприклад, такі:

- всі одним миром мазані;
- обгороджуй себе не огорожею, а приятелями;
- добрий сусід – найближча родина.

Отже, всі ці приклади (і багато інших) свідчать про те, що українські народні прислів'я є справжньою культурною спадщиною, яка формувала і формує досі культуру спілкування в різних аспектах цієї соціальної практики.

## ЗАВДАННЯ

1. Згідно зі своїм номером в списку академічної групи, оберіть варіант українського прислів'я.

2. Проаналізуйте це прислів'я з точки зору сучасних наукових знань про психологію та соціальну практику спілкування. Наприклад:

- в якому аспекті спілкування його можна розглядати;
- якого смислу воно набуває в цьому аспекті;
- чи є це прислів'я доречним, актуальним сьогодні (навести аргументацію);
- як воно має втілюватися на практиці;
- ваші власні роздуми на цю тему.

Варіанти [19]:

1. Одна бджола меду не робить.
2. По одягу зустрічають, по розуму проводжають.
3. Добре ім'я – найкраще багатство.
4. Яка трава, таке й сіно.

5. З брудної води ще ніхто чистим не виходив.
6. Коня керують уздами, а людину – словами.
7. Лагідні слова роблять приятелів, а гострі слова – ворогів.
8. Де дружніші, там і сильніші.
9. Краще погана дорога, ніж поганий супутник.
10. Добре там живеться, де гуртом сіється і жнеться.
11. Один в полі не воїн.
12. Одна квітка не робить вінка.
13. Не такий страшний чорт, як його малюють.
14. Один розум добре, а два ще краще.
15. Без брата проживеш, а без сусіда – ні.
16. Добрий сусід – найближча родина.
17. Не одежа красить людину, а добрі діла.
18. Один дуб в полі – не ліс.
19. Який сусіда, така й бесіда.
20. Слово старше ніж гроші.
21. Добрим словом мур проб'єш, а лихим і в двері не ввійдеш.
22. Біда, коли один в бороні, а десять в стороні.
23. Всі одним миром мазані.
24. Дружній череді і вовк не страшний.
25. В гурті і комар сила.
26. Гуртом і чорта поборем.
27. Не бажай другому того, чого сам не хочеш.
28. Згода буде, а незгода руйнує.
29. З добрими людьми завжди згоди можна знайти.
30. Обгороджуй себе не огорожею, а приятелями.



## РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОФОРМЛЕННЯ РОБОТИ

Робота подається у друкованому вигляді на аркушах формату А4.

Параметри друку:

- шрифт – Times New Roman,
- кегль – 14 пт,
- інтервал – 1,5,
- поля – всі по 2 мм.

Титульний лист оформлюється за зразком (див. Додаток А).

Варіант завдання треба обирати згідно з номером студента у списку академічної групи. У випадку зміни номеру (або варіанту) необхідно попередити викладача.

Аналіз прислів'я бажано вести у відповідності до запропонованої схеми. Втім, слід зауважити, що останній етап аналізу (власні розмірковування над темою) передба-

чає вільний стиль і форму викладення матеріалу (есе). В даному форматі самостійної роботи це цілком прийнятно.

Якщо в роботі використані додаткові літературні джерела або електронні ресурси, не запропоновані в цьому посібнику, треба їх вказати.

## Література

1. Прокопович, Л.В. Народная сказка как культурный текст с мифопоэтической кодировкой смыслов (на примере сказки «Колобок») / Л.В. Прокопович // Первый независимый научный вестник. – 2016. – № 7. – С. 23–28.

2. Прокопович, Л. Сверчок как мифопоэтический образ славянской культуры / Л. Прокопович, А. Павленко // Аркадія. – 2015. – № 1(42). – С. 64–67.

3. Надель-Червинская, М. Фольклор славян и его семиотическая система / М. Надель-Червинская. – Тернополь: Крок, 2012. – 304 с.

4. Прокопович, Л. Календарь славянской ритуальной куклы: январь / Л. Прокопович // Аркадія. – 2015. – № 3(44). – С. 15–18.

5. Прокопович, Л. Календарь славянской ритуальной куклы: февраль / Л. Прокопович // Аркадія. – 2015. – № 4(45). – С. 13–17.

6. Хрома, Г. Фольклорні фестивалі України і проблеми сценічного втілення фольклору / Г. Хрома // Вісник КНУКіМі. – 2003. – Вип. 6. – С. 109-120.

7. Прокопович, Л.В. Українські народні казки як культурний феномен: Методичні вказівки для самостійної роботи студентів в дисципліні «Історія української культури» / Лада Прокопович. – Одеса: ОНПУ, 2015. – 23 с.

8. Прокопович, Л.В. Эксплуатация архетипа Древа жизни в политических PR-технологиях / Л.В. Прокопович // Аркадія. – 2010. – № 3(29). – С. 21–24.

9. Прокопович, Л.В. Исследование театральности как черты коммуникативных функций литературных трикстеров / Л.В. Прокопович // ScienceRise. – 2017. – № 10(39). – С. 24–27.

10. Українські народні казки. – К.: Ірпінь, 1996. – 656 с.

11. Асадов, А.Н. Культура делового общения: Учебное пособие / А.Н. Асадов. Н.Н. Покровская, О.А. Косалимова. – Спб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 156 с.

12. Вебер, М. Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990.

13. Пентилюк, М.І. Ділове спілкування та культура мовлення: Навч. посібник / М.І. Пентилюк, І.І. Маруніч, І.В. Гайдаєнко. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 224 с.

14. Чайка, Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посібник / Г.Л. Чайка. – К.: Знання, 2005. – 442 с. – Режим доступу – <http://www.info-library.com.ua/books-book-145.html>.

15. Етика ділового спілкування [Електронний ресурс] // Режим доступу – <http://subject.com.ua/psychology/ethics/5>.

16. Головань, В.О. Інституційні ознаки парламентської комунікації Європейського парламенту / В.О. Головань // Вісник ХНУ. – 2013. – № 1052. – С. 43–48.

17. Прокопович, Л.В. Куклы мартенички в дискурсе діалога и синтеза культур / Л.В. Прокопович // Діалог культур як засіб пізнання світу, шлях до взаєморозуміння: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 2017 р.). – Харків: ХНУБА, 2016. – С. 69–71.

18. Кдирова, І.О. Процес національно-культурного відродження етнічних спільнот в Україні на шляху до національної єдності / І.О. Кдирова // Економіка та держава. – 2011. – № 4. – С. 104–106.

19. Українські традиції [Електронний ресурс] // Режим доступу – <http://traditions.in.ua/usna-narodna-tvorchist/>.

Додаток А

Міністерство освіти і науки України  
Одеський національний політехнічний університет  
Гуманітарний факультет  
Кафедра культурології, мистецтвознавства  
та філософії культури

**САМОСТІЙНА РОБОТА**  
з дисципліни  
**«Культура ділового спілкування»**  
за темою  
**«Культура спілкування**  
**в українських народних прислів'ях»**

Варіант № \_\_\_\_

Виконав:  
студент гр. АС-161  
Коцький К.К.

Перевірила:  
канд. техн. наук,  
доцент  
Прокопович Л.В.

Одеса, 2018

---







*Навчальне видання*

**ПРОКОПОВИЧ** Лада Валеріївна

**КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ  
В УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ ПРИСЛІВ'ЯХ**

**НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**

*Надруковано в авторській редакції*

Комп'ютерна верстка та дизайн  
*Ігор Прокопович*

Формат 60х84/16.

Ум. друк. арк. 1,22. Тираж 300 прим. Зам. № 0902/1

---

ТОВ «Видавництво «Екологія»  
65091. м. Одеса, вул. Разумовська, 23/1  
Тел.: (048) 33-07-18, 33-07-95, 37-15-27  
[www.astroprint.ua](http://www.astroprint.ua), [www.stranichka.in.ua](http://www.stranichka.in.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 1873 від 20.07.2004 р.

Надруковано с готового оригінал-макета  
в редакції укладача «ФОП Побута М. І.»,  
65044. М. Одеса, пр-т Шевченка, 1-а,  
Тел.: (048) 770-24-74