

A decorative graphic of a scroll with a vertical strip on the left and a horizontal strip on the right, both with rounded ends. The title is centered within the horizontal strip.

Курс лекцій з української мови (за професійним спрямуванням)

Навчальний посібник

для самостійної роботи студентів нефілологічних спеціальностей
університетів очної та дистанційної форм освіти

Житомир 2011

Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка від 29.06.2011 р. (протокол № 11).

Окремі частини написали:

Змістовий модуль I: тема 1 — К.Я. Климова, тема 2 — І.В. Голубовська, тема 3 — О. А. Левківська; змістовий модуль II: тема 1 — І.В. Голубовська, тема 2 — І.В. Голубовська, тема 3 — К.Я. Климова, тема 4 — Н.Д. Охріменко, тема 5 — І.В. Голубовська, О.А. Левківська, Н.Д. Охріменко; змістовий модуль III: тема 1 — Н.Д. Охріменко, К.Я. Климова, тема 2 — К.Я. Климова, тема 3 — К.Я. Климова.

Рецензенти:

Чернецька Т.І. — кандидат педагогічних наук, вчений секретар Національного центру «Мала академія наук України»; *Халін В.В.* — кандидат педагогічних наук, завідувач кафедри дидактичної лінгвістики та літературознавства Житомирського державного університету імені Івана Франка; *Талько О.Б.* — кандидат філологічних наук, доцент кафедри психології та культурології Житомирського національного агроекологічного університету.

К 49 Курс лекцій з української мови (за професійним спрямуванням) :

Навчальний посібник для самостійної роботи студентів нефілологічних спеціальностей університетів очної та дистанційної форм освіти / К. Я. Климова, І. В. Голубовська, Н. Д. Охріменко, О. А. Левківська; За ред. К. Я. Климової. — Житомир: ПП «Рута», 2011. — 115 с.

У навчальному посібнику висвітлено всі змістові модулі, передбачені навчальною програмою з української мови (за професійним спрямуванням) для ВНЗ, які здійснюють підготовку фахівців за освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавра.

©К. Я. Климова, наук. редакція, 2011
©ПП «Рута», 2011

ПЕРЕДМОВА

Формування мовних знань, умінь і навичок фахівця є невід'ємною частиною освіти "протягом усього життя", яка розпочинається ще в ранньому дитинстві. Важливим підґрунтям індивідуально-самостійної навчальної роботи студентів з української мови є навчально-методичне забезпечення дисципліни. У викладанні курсу "Українська мова (за професійним спрямуванням)" на нефілологічних факультетах університетів належне місце посідають підручники і навчальні посібники. Викладач університету, лектор, як координатор процесу формування мовнокомунікативної компетентності майбутніх фахівців-професіоналів, повинен мати надійного помічника — книгу, яку Сократ назвав "німим учителем". Навчальні посібники з української мови, призначені для студентів нефілологічних спеціальностей університетів, — універсальне джерело знань для майбутніх фахівців, що здобувають освіту за очною та дистанційною формами навчання.

Зміст і обсяг навчального матеріалу, вміщеного у цій книзі, є основою систематизованих знань майбутніх фахівців-нефілологів про мову як найвище надбання цивілізації, про правила мовного спілкування у суспільстві і норми сучасної української літературної мови. Навчальний посібник відповідає вимогам, що окреслені чинною навчальною програмою з української мови (за професійним спрямуванням), затвердженою Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України, а також повною мірою відображає структуру і змістові модулі курсу.

Теоретичний матеріал до кожного зі змістових модулів, викладений у книзі, є результатом аналізу великої джерельної бази з українського мовознавства, а також узагальненням багаторічних наукових досліджень самих авторів.

Сподіваємося, що курс лекцій з української мови (за професійним спрямуванням) стане надійним помічником як для студентів, так і для викладачів ВНЗ, а також зацікавить шкільних учителів-словесників та кожного, хто не залишається байдужим до проблем розвитку української мови і формування культури мовлення у суспільстві.

Із повагою, Катерина Климова, Ірина Голубовська, Неля Охріменко, Олена Левківська.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Законодавчі та нормативно-стильові основи професійного спілкування

Тема 1. Державна мова — мова професійного спілкування.

План

1. Предмет і завдання курсу, його наукові основи.
2. Мовне законодавство та мовна політика в Україні. Професійна мовнокомунікативна компетентність.
3. Функції мови. Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови. Мовні норми. Типологія мовних норм.
4. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови.

1. Курс "Українська мова (за професійним спрямуванням)" є гуманітарною, обов'язковою навчальною дисципліною, що входить до базового навчального плану підготовки бакалаврів в усіх ВНЗ України (згідно з наказом МОНУ від 21 грудня 2009 року, № 1150). Обсяг курсу — 108 годин (з них : 18 годин лекцій, 54 години практичних занять, а також 36 годин, відведених на самостійну роботу). Протягом третього — п'ятого семестрів студенти вивчають три змістові модулі, складають два заліки та іспит. Отже, **предметом** цієї дисципліни є сучасна українська літературна мова, яка реалізується у процесі професійного спілкування. Студенти і викладачі під час навчальної взаємодії вирішують ряд **завдань**, з-поміж яких слід виділити формування: 1) систематизованих знань про мову як найвище надбання цивілізації; 2) знань про правила мовного спілкування; 3) знань про норми сучасної української літературної мови, умінь і навичок оптимального використання цих знань у професійному спілкуванні, спроможності до рефлексії, розвинутого "чуття мови"; 4) умінь і навичок правильної побудови зв'язних текстів, зумовлених потребами професійної комунікації; 5) умінь користуватися інформаційно-довідковими джерелами для українськомовного самонавчання і самовдосконалення. Успішне вирішення окреслених завдань забезпечує досягнення поставленої **мети** курсу — сформувати мовнокомунікативну професійну компетентність сучасного фахівця як креативної особистості, представника національної культурної еліти суспільства.

Наукові основи курсу закладено у працях із філософії, психології, мовознавства, лінгводидактики. Фундаментальним підґрунтям формування мовнокомунікативної професійної компетентності майбутніх фахівців є нова філософія освіти як "наука про людину" (В. Андрущенко, В. Бех, І. Зязюн, В. Кремень, О. Савченко та ін.); дослідження компетентнісного підходу в освіті (Н. Хомський, А. Хуторський та ін.); праці українських і зарубіжних педагогів, психологів, мовознавців та лінгводидактів із проблем компетентностей (Д. Хаймз, А. Андреев, О. Горошкіна, К. Климова, Л. Мацько, Н. Остапенко,

Е. Палихата, О. Селіванова, О. Семеног, Т. Симоненко та ін.). Лінгвістичні засади курсу становлять праці із різних галузей сучасного мовознавства: загального і конкретного мовознавства (С. Єрмоленко, К. Городенська, М. Кочерган, Л. Масенко, Л. Мацько, О. Селіванова, М. Плющ та ін.), стилістики української мови (С. Єрмоленко, А. Коваль, Л. Мацько, М. Пентиліук, М. Пилинський, О. Пономарів, І. Чередниченко та ін.), сучасної риторики (Л. Мацько, Г. Сагач, Н. Голуб та ін.), соціолінгвістики та лінгвокультурології (Ф. Бацевич, В. Жайворонок, А. Загнітко, Л. Масенко, О. Мельничук, В. Радчук, В. Русанівський, Л. Ставицька та ін.).

2. Інтеграція у світовий освітній простір, поява інноваційних засобів масової комунікації, динамічний розвиток суспільних відносин, науки, культури, зміни в економічному житті зумовили підвищення вимог до якості та змісту вищої освіти в Україні. В умовах суспільно-політичних проблем, економічних криз, екологічних катаклізмів та інформаційного потоку, що впливає на свідомість молодого покоління, особливої актуальності набуває формування особистості фахівця, конкурентоспроможного на ринку праці, компетентного представника національної еліти суспільства, інтелектуала, здатного вплинути словом на розум і почуття, стати для інших мовленнєвим авторитетом.

Стратегія безперервної мовної освіти передбачає використання у навчально-виховному процесі ВНЗ оптимальних традиційних та інноваційних форм, методів і засобів навчання і самонавчання української мови, що в подальшому забезпечить успішну професійну мовнокомунікативну діяльність майбутніх фахівців. Окрім того, змінився сам погляд на взаємодію викладача і студентів у навчальному середовищі університету — йдеться про суб'єкт-суб'єктну взаємодію, співробітництво, спільну науково-дослідну діяльність, поєднання науки з освітою.

За "Словником термінів міжкультурної комунікації" Ф. Бацевича, **мовна політика** - "сукупність установок, теоретичних концепцій, законодавчих актів держави, призначених для активного впливу на процеси мовного життя суспільства". Мовна політика країни визначається такими *критеріями*:

- наявністю державних законодавчих актів, що закріплюють за мовою статус державної і гарантують іншим мовам право на вільне функціонування й розвиток;
- станом наукових досліджень з проблем функціонування мови у суспільстві (нормування і стандартизації літературної мови; білінгвізму; місця територіальних і соціальних діалектизмів, арготизмів, нецензурних слів, запозичень у національній мові; стилістичного використання мовних ресурсів та ін.) та рівнем державної підтримки відповідних проектів;
- рівнем мовнопросвітницької діяльності державних установ, політичних та громадських організацій, закладів освіти, ЗМІ, митців;
- ступенем розробленості та ефективністю запровадження науково обґрунтованої парадигми сучасної мовної освіти, спрямованої на формування мовнокомунікативної компетентності громадян, вірних рідній мові у бі- та полілінгвальному комунікативному просторі.

Беззаперечно, мовна політика і мовна ситуація в країні - поняття взаємопов'язані: як соціолінгвістичне поняття, мовна ситуація окреслена функціонуванням усіх мов, що

ними послуговується населення у процесі комунікації, а також відношеннями між функціональними стилями мови, її формами існування в суспільстві.

У законі "Про мови в Українській РСР" (1989 р.) йдеться про те, що "тільки вільний розвиток і рівноправність національних мов, висока мовна культура є основою духовного взаєморозуміння, культурного взаємозбагачення та зміцнення дружби народів. Українська мова є одним з вирішальних чинників національної самобутності українського народу". Стаття 2 Закону виголошує державною мовою — українську, а стаття 10 Конституції України підтверджує, що інші мови на терені України мають право на вільний розвиток.

Професійна мовнокомунікативна компетентність посідає одне із визначальних місць у системі універсальних і спеціальних компетентностей фахівця. У контексті реалізації компетентнісної парадигми сучасної мовної освіти важливе значення мають праці з проблеми українськомовного навчання (О. Біляєв, М. Вашуленко, Н. Голуб, О. Горошкіна, Т. Донченко, С. Єрмоленко, С. Караман, К. Климова, Г. Козачук, І. Кочан, Л. Кравець, Л. Мацько, В. Мельничайко, Н. Остапенко, Л. Паламар, М. Пентилюк, М. Плющ, О. Пономарів, Т. Симоненко, Л. Скурятівський, Л. Струганець, Г. Шелехова, І. Ющук та ін.).

Мовнокомунікативна професійна компетенція – це сукупність заданих норм, вимог до освітньої підготовки фахівця, що включає: 1) систематизовані знання про мову як найвище надбання цивілізації; 2) знання правил мовного спілкування; 3) знання норм сучасної української літературної мови, уміння і навички оптимального використання цих знань у професійному спілкуванні, спроможність до рефлексії, розвинуте "чуття мови"; 4) уміння і навички правильної побудови зв'язних текстів, зумовлених потребами професійної комунікації; 5) уміння користуватися інформаційно-довідковими джерелами для українськомовного самонавчання і самовдосконалення. **Мовнокомунікативна професійна компетентність майбутнього фахівця** є інтегрованою особистісною якістю, яка передбачає володіння мовнокомунікативною професійною компетенцією. Необхідним фактором формування мовнокомунікативної професійної компетентності є креативність.

3. Мова - багатогранний витвір людства, тому існує чимало її дефініцій, пропонованих філософами, психологами, педагогами, літераторами, лінгвістами. Іван Огієнко називав мову душею кожної національності, її святощами, національним скарбом, Олесь Гончар — історичною пам'яттю, мелодикою, барвами буття, Андрій Білецький визначав мову як сукупність правил, за якими будується мовлення, за допомогою яких спілкуються люди. На думку Павла Мовчана, тексти "випромінюють" свою "енергію", а мова є своєрідним енергопроводом від одного до іншого. Мова, як зазначає Віталій Жайворонок, може бути надійним шляхом до самопізнання не тільки для окремої особистості, але й для всього етносу. Такі різноманітні визначення свідчать про багатофункціональність мови у суспільстві. Традиційно виділяють такі функції мови (і, відповідно, функції мовлення, оскільки конкретні мовленнєві акти є способом реалізації мови), як:

- **Комунікативна** (головна). Виникнувши як засіб спілкування між представниками соціуму, мова (у своїй усній та писемній формах існування) розвивається саме завдяки

комунікації, обслуговує її потреби. Виявами загальної комунікативної функції мови є функції міжнаціонального та міжнародного спілкування.

- *Мислеоформлювальна* (акт формування, окреслення думки, внутрішнє мовлення). Пов'язана з комунікативною: сформована у свідомості адресата думка формулюється у процесі спілкування, отримавши звукове або буквене втілення, зберігаючись у часі і просторі.

- *Пізнавальна* (пізнавально-відображальна, гносеологічна, акумулятивна). Мова як інструмент пізнання об'єктивної дійсності дає кожній особистості можливість набувати тих чи інших життєво необхідних компетенцій, використовувати нагромаджений людством досвід для подальшого саморозвитку й самовдосконалення, зробити свій внесок у сукупність матеріальних і духовних цінностей, накопичених багатьма поколіннями.

- *Емоційно-експресивна* (підпорядкована комунікативній) - вираження особистості мовця, "образу автора", його почуттів, емоційного ставлення до конкретного явища дійсності. При цьому адресант здійснює емоційний вплив на адресата (слухача, читача). Так, майстри красного письменства використовують виражальні (зокрема експресивні) мовні засоби для реалізації свого творчого задуму. В усному мовленні вербальний вплив органічно поєднується із мімікою, жестами, технічними засобами увиразнення (властивостями голосу, темпом мовлення, інтонацією).

- *Імпресивна* (апелятивна, конативна, прагматична) - підпорядкована комунікативній функції, спрямована на керівництво діями адресата з метою отримати від нього бажаний результат (накази, військові команди, звертання).

- *Інформаційна* (репрезентативна, референтна, денотативна, номінативна, когнітивна) - підпорядкована комунікативній функції мови, полягає у точному доборі мовних засобів для передання адресатові певної інформації.

- *Естетична* функція мови покликана забезпечити потребу в красі, задовольнити естетичні смаки людей. Слід вказати на зв'язок мови з різними видами мистецтва, генетично зумовлений синкретичним дійством первісного суспільства.

- *Факультативні (періодично виявлені в актах спілкування):* контактовстановна (фатична) - форма комунікативної функції мови, "пустослів'я, розмова заради розмови"; метамовна (металінгвістична) - форма інформаційної функції мови, завуальований у звичайних мовних формулах дійсний зміст висловлювання; магічна — форма імпресивної функції мови, виявляється у текстах, що супроводжують магічні обрядові дійства (лікування словом, наведення причини тощо).

- *Виховна* функція мови сприяє формуванню гармонійно розвиненої особистості. Слово як засіб виховання особистісних якостей є предметом педагогічних досліджень. Так, зпоміж багатьох висловлювань видатних педагогів про мову увагу привертають міркування В. Сухомлинського: "Закохана у красу слова, людина стає чутливішою і вимогливішою до естетичного й морального буття навколо себе".

Історично українська мова входить до індоєвропейської мовної сім'ї, слов'янської групи, східнослов'янської підгрупи мов. Проблема походження та періодизації розвитку української мови досліджувалася у багатьох працях з історії мовознавства (П. Житецький, М. Максимович, О. Потебня та ін. (XIXст.); І. Огієнко, М. Грушевський, Ю. Шевельов, В. Німчук, О. Горбач, Ю.Карпенко, Г. Півторак, О. Царук, Л.Масенко та ін. (XX-XXI ст.)). На сьогодні виділяють, слідом за Ю. Шевельовим, періоди

протоукраїнської мови (VII-XI ст.), староукраїнської мови (XI — кінець XIV ст.), середньоукраїнської мови (кінець XIV — початок XIX ст.) і нової української мови (з початку XIX ст. до наших днів).

Першим друкованим фактом сформованості нової української літературної мови на загальнонародній живій основі вважається поява у 1798 році поеми "Енеїда" І. Котляревського. У "Кобзарі" Т. Шевченка (1840 р.) літературно-писемна мова українців підтвердила своє право на повноправне існування серед мов світу.

Найповнішою дефініцією поняття "**літературна мова**" є пропонування В. Німчуком: "засіб спілкування, що охоплює весь етнічний терен або більшу частину його та є чинником, який консолідує етнос в одне ціле, виступає знаряддям творення єдиної духовної культури".

Слово "мова" у складі термінів українського мовознавства

Термін	Визначення
Державна мова	Мова, яка має законодавчий статус обов'язкової в державних установах та громадських організаціях, у закладах культури й освіти.
Національна мова	Характерна ознака нації як соціально-історичної спільноти людей (поряд зі спільною територією, культурою, економікою); існує в усній і писемній формах.
Загально-народна мова	Мова повсякденного спілкування широких верств населення.
Літературна мова	Унормована форма національної мови, протиставлена діалектам, жаргонам, просторіччю, що обслуговує культурно-освітні потреби національної лінгвокультурної спільноти, виконує консолідуючу функцію шляхом використання у державному управлінні, ЗМІ, науці, культурі, літературі.
Рідна мова	Найважливіша ознака національної приналежності людини; мова предків; материнська мова; функціонально перша мова. Питання рідної мови вирішується кожним особисто.

Істотними *ознаками літературної мови* є "наддіалектна загальнонаціональна форма існування, поліфункціональність, наявність загальноприйнятих і кодифікованих норм, стилістична диференціація" (Сучасна українська літературна мова: Підручник / А. П. Грищенко, Л.І.Мацько, М. Я. Плющ та ін.; За ред. А. П. Грищенка. — К. : Вища шк., 1993. — 366 с.).

На необхідності вивчення літературної української мови наголошував І.Огієнко у книзі "Історія української літературної мови" (1949 р.): "Сьогодні треба навчатися літературної мови, бо одної народної домової не вистачає для повного знання, і треба собі добре засвоїти, що мова народна і мова літературна — це різні речі, хоч літературна і базується на народній".

Типологія літературних норм сучасної української мови у площині формування мовнокомунікативної компетентності фахівців

Мовні рівні мовної системи	Типи літературної норми	Складові мовнокомунікативної компетентності
Фонологічний	Орфоепічні норми усної форми спілкування (правильна вимова звуків і звукосполучень), акцентологічні норми (правильне наголошення слів).	Фонологічна та орфоепічна
Лексико-семантичний	Лексичні і фразеологічні норми (правильне розуміння семантики слова чи фразеологізма).	Лексична і фразеологічна
Морфологічний	Морфологічні норми (правильна словозміна повнозначних частин мови).	Граматична
Синтаксичний Текстовий	Синтаксичні норми (правильна побудова синтаксичних одиниць).	
Усі мовні рівні.	Стилістичні норми (правильне використання мовних засобів усіх рівнів відповідно до сфери і ситуації спілкування).	Стилістична та дискурсивна
Задіяні всі мовні рівні	Правописні норми писемної форми спілкування - орфографічні і пунктуаційні (правильне написання слів і постановка розділових знаків).	Орфографічна і пунктуаційна

Мовні норми вивчаються багатьма лінгвістичними галузями. Знання літературних норм сучасної української мови є ґрунтом, на якому формуються уміння і навички професійного вербального спілкування майбутніх фахівців. Становлення літературних норм сучасної української мови відбувалося на ґрунті досліджень вітчизняного й зарубіжного мовознавства. Вагомим внеском у розвиток теорії мовної норми є праці українських учених: М. Сулими, М. Гладкого, О. Синявського, М. Пилинського, А. Москаленка, М. Жовтобрюха, С. Єрмоленко та ін.; чеських і словацьких лінгвістів (Б. Гавранек та ін.); датського вченого Л. Єльмслева; німецького мовознавця Е. Косеріу; російських — Л. Щерби, В. Виноградова, С. Ожегова, Л. Скворцова, Ю. Бельчикова, В. Кодухова та ін. Процес становлення норм сучасної української літературної мови — тривалий і безперервний, чутливий до змін у розвитку суспільства, до тих глобальних динамічних зрушень, які відбуваються останнім часом у світі. З огляду на це, тим більше уваги слід приділити вивченню мовних норм як системної основи літературної мови, що забезпечує її існування за будь-яких зовнішніх та внутрішніх негативних впливів. Поняття **норма літературної мови** визначаються у лінгвістичній літературі як "сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, які закріплюються у

процесі суспільної комунікації" (С. Шевчук). Отже, йдеться про відшліфовану літературну мову державного урядування, преси, ЗМІ, ділової сфери спілкування, науки, освіти, культури.

4. Значення *стилістики* у підготовці фахівця-професіонала важко переоцінити. "На зразках доцільного використання мовних засобів у різних стилях і формах мови практична стилістика навчає мовної майстерності, свідомого й критичного ставлення до власного мовлення і до мови оточення", - зазначає А. Коваль. Практична стилістика вивчає використання стилістичних ресурсів мови залежно від сфери спілкування, мети, завдань, умов в усній і писемній формах мовлення. Слово *стиль* — багатозначне: 1). Лат. *stilus* - "загострена паличка для писання". 2). Відповідний спосіб соціального самовираження (стиль одягу, виховання, керівництва тощо). 3). Лінгвістичний термін: *стиль мови* - сукупність відповідних мовних засобів для певної сфери спілкування; *стиль мовлення* - конкретна форма реалізації мовних засобів у певній сфері спілкування (науковий, публіцистичний, офіційно-діловий, художній, розмовний, конфесійний, стиль листування (епістолярний)).

Професійна комунікація здійснюється насамперед за допомогою мовних засобів *розмовно-офіційного підстилю розмовного стилю*. Це спілкування передбачає вживання нормативної літературної лексики, відсутність інвективних слів (брутальних, лайливих). Мовлення характеризується правильністю, чистотою, багатством, виразністю, точністю, логічністю, впливовістю, доречністю, доступністю — сформованими комунікативними якостями. Під час розмовно-офіційної комунікації вживають професіоналізми — слова, як правило, зрозумілі лише певному колу людей, об'єднаних спільним видом діяльності. Про доброзичливі, толерантні стосунки у колективі свідчать ввічливі слова, емоційні приязні висловлювання співробітників.

Професійне спілкування послуговується засобами *офіційно-ділового стилю* (мовними штампами діловодства, канцеляризмами тощо). Йдеться, зокрема, про укладання особистих та офіційних документів, підготовку ділових доповідей, виступів на зборах трудового колективу, нарадах, про ознайомлення із законами, постановами, наказами, статутами. Під час фахового спілкування важливо досягти поставленої мети — реалізувати свій комунікативний задум (обмін інформацією, вираження почуттів, переконання у правильності власної думки тощо). Не слід забувати про мовний етикет, який є частиною загального етикету (правил поведінки у суспільстві), — особливо коли йдеться про дистанційне спілкування (службове листування поштою, факсом, Інтернет-повідомлення, 8Ш8-повідомлення).

Науковий стиль мови використовує найбільшу кількість запозичень, зокрема термінів. "Наукова термінологія - вище породження людської думки, національної за своїми витоками, міжнародної за своїм поширенням серед різних народів світу. Саме в термінології закодована історія і культура народу", - зазначають Т.І. Панько, І.М. Качан, Г.П. Мацюк (Українське термінознавство: Підручник. - Львів: Світ, 1994). Знання фахової термінології, володіння мовними засобами наукового стилю, уміння оформити результати своєї науково-дослідної роботи у професійній площині є необхідною вимогою до українськомовної підготовки студента.

Список використаних джерел

1. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови: Навчальний посібник / Надія Денисівна Бабич. — Л. : Світ, 2003.
2. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Флорій Сергійович Бацевич // К. : Довіра, 2007.
3. Білецький А. О. Про мову і мовознавство : навч. посібник [для студентів філолог. спец. вищ. навч. закладів] / Андрій Олександрович Білецький. — К. : "АртЕк", 1996.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. — К.; Ірпінь : ВТФ "Перун", 2004. Голуб Н. Б. Риторика у вищій школі : монографія / Ніна Борисівна Голуб. — Черкаси : Брама-Україна, 2008.
5. Климова К. Я. Основи культури і техніки мовлення : навч. посібник. — [2-е вид., випр. і доп.] / Катерина Яківна Климова. — К. : Ліра - К., — 2007.
6. Культура української мови : довідник / С. Я. Єрмоленко, Н.Я.Дзюбишина-Мельник, К. В. Ленець та ін.; за ред. В.М. Русанівського. — К. : Либідь, 1990.
7. Мацько Л. І. та ін. Стилiстика української мови : підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. - К. : Вища шк., 2003. — 462 с.
8. Мацько Л. І. Українська мова в освітньому просторі : навчальний посібник [для студентів-філологів освітньо-кваліфікаційного рівня "магістр"]. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. Мацько Л.І., Кравець Л.В. Культура української фахової мови: Навч. посіб. — К.: ВЦ "Академія", 2007.
9. Огієнко І. І. (Митрополит Іларіон). Історія української літературної мови / [упряд., авт. іст.-біогр. нарису та приміт. М. С. Тимошик]. — К. : Либідь, 1995.
10. Пилинський М. М. Мовна норма і стиль / Микола Миколайович Пилинський. — К., 1976.
11. Пономарів О. Д. Культура слова : мовностилістичні поради : навч. посібник. [2-ге вид., стереотип.] / Олександр Данилович Пономарів. - К. : Либідь, 2001.
12. Семеног О.М. Культура наукової української мови: Навч. посібник / Олена Миколаївна Семеног. — К.: ВЦ "Академія", 2010.
13. Сербенська О., Редько Ю., Федик О. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / За заг. ред. О. Сербенської. — Львів : Світ, 1994.
14. Симоненко Т.В. Українська мова за професійним спрямуванням. Практикум: Навч. посібник / Тетяна Володимирівна Симоненко — К.: ВЦ "Академія", 2009.
15. Ставицька Л. Короткий словник жаргонної лексики української мови / Леся Олексіївна Ставицька. — К. : Критика, 2003.
16. Струганець Л. В. Культура мови. Словник термінів / Любов Василівна Струганець. — Тернопіль : Навчальна книга — Богдан, 2000.
17. Струганець Л.В. Практикум з культури мови : Методичні рекомендації для студентів філологічних факультетів і факультетів іноземних мов вишів України. — Тернопіль : Вид- во ТНПУ імені Володимира Гнатюка, 2010.
18. Сучасний тлумачний словник української мови: 50 000 слів/ За заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Дубічинського. — Х.: ВД "ШКОЛА", 2006.
19. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: Русановський В.М.(співголова), Тараненко О.О. (співголова), М. П. Зяблюк та ін. — [3-е изд., випр. і доп. — К. : Вид-во "Українська енциклопедія" ім. М. П. Бажана, 2004.
20. Феномен інновацій: освіта, суспільство, культура : монографія / за ред. В.Г. Кременя.
21. К. : Педагогічна думка. — 2008. — 472 с.
22. Шкурятяна Н. Г., Шевчук С. В. Сучасна українська літературна мова: Модульний курс : навч. посіб. / Н. Г. Шкурятяна, С. В. Шевчук. — К. : Вища шк., 2007.
23. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.rsf.gov.ua/ua/shap.81sh1
24. www.shap.81sh1.gov.ua/shap.81sh1
25. Портал «Нова мова». Статті про мову. Консультації. Словники.
26. Мова.іпго Лінгвістичний портал.

27. Сайт Meіaveek : Словник іншомовних слів.

28. ііІр:/М^^.81оупук.пеІ

Тема 2. Основи культури української мови.

План

1. Мова й культура мовлення в житті професійного комунікатора.
2. Комунікативні ознаки культури мови.
3. Комунікативна професіограма фахівця.
4. Словники у професійному мовленні. Типи словників.
5. Роль словників у підвищенні мовленнєвої культури.
6. Мовний, мовленнєвий, спілкувальний етикет.
7. Стандартні етикетні ситуації.
8. Парадигма мовних формул.

1. Комунікатор (від лат. сошшипісо - "роблю спільним, зв'язую, спілкуюсь") - це той, хто передає інформацію. Ключовими елементами комунікативного процесу є комунікатор і власне текст повідомлення. Кінцевий ефект повідомлення значною мірою залежить від так званої кредитності комунікатора, тобто від початкового рівня довіри адресата повідомлення до його джерела. Останнє залежить, головним чином, від двох факторів: сприйняття компетентності і сприйняття надійності комунікатора. Адресат із більшою увагою поставиться до повідомлення, що надійшло з авторитетного джерела.

Другим ефективним способом представити комунікатора як компетентну особу є впевнене й переконливе озвучування позиції, що відображає вихідні установки адресата. Цей прийом широко використовується політичними лідерами, що "заробляють бали" на популізмі й демагогії.

З точки зору ефективності мовленнєвого повідомлення значимою рисою комунікатора є його привабливість для адресата. Для високоінтелектуальних та освічених людей переконливо звучать ретельно вибудовані, логічні й обґрунтовані повідомлення. Крім того, вони ефективні, якщо адресат із самого початку виявляє великий інтерес до предмету повідомлення. Для слабо зацікавленої чи малоосвіченої аудиторії більш значимим є повідомлення, що апелюють до емоцій та ірраціональних спонукань [1].

Виділяють три позиції комунікатора під час комунікативного процесу:

- відкрити - комунікатор відкрито оголошує себе прибічником викладеної точки зору, оцінює різні факти для її підтвердження;
- відсторонену - комунікатор тримається підкреслено нейтрально, зіставляє суперечні точки зору, не виключаючи орієнтації на одну з них, проте не заявлену відкрито;
- закрити - комунікатор не розголошує своєї точки зору, інколи навіть звертається до спеціальних засобів, щоб її приховати [16].

Комунікатор - учасник спілкування, який виконує певну соціальну роль у конкретних соціально-комунікативних умовах. Поведінка комунікатора, зміст його висловлювання, характер його мовлення залежить від того, хто є носієм комунікативної функції - дитина чи дорослий, людина освічена чи ні, людина з міста чи села, робітник чи службовець тощо.

Професійним є той комунікатор, який усвідомлює власні процеси передачі або споживання інформації, керує ними, вдосконалює свої вміння й навички, майстерно організовує процес передачі або переробки інформації [19].

Спеціаліст повинен володіти системою таких професійних умінь, які формуються на основі знань про свій фах і являють собою складну систему інтелектуальних та фізичних дій, спрямованих на оволодіння виробничим процесом із метою отримання необхідного результату.

Професійні вміння й покладені в їх основу професійні навички називаються *професіограмою* [19].

До професійних комунікаторів належать професійні мовці та професійні співбесідники (аналітики мовлення). Професійні мовці формуються на основі:

- усвідомлення процесів породження висловлювання;
- механізмів виникнення повідомлення;
- усвідомлення тих факторів (чинників), які впливають на мовця під час виникнення повідомлення.

На механізм породження висловлювання впливають такі фактори:

1. Мотив - опредмечена потреба людини. Виступає стимулом, поштовхом до діяльності людини.
2. Соціальна ситуація, що включає в себе:
 - соціальний час - напр., проти ночі не згадують нечистого;
 - соціальний простір: у нас - за кордоном, тут - там, у місті - селі;
 - соціальні ролі - люди, які мають певний соціальний статус, певний вік, певний рівень розвитку, певну психологію, певний психофізіологічний стан у момент породження висловлювання або його сприймання.
3. Мета. Під впливом мотиву й соціальної ситуації формуються цілі дій або завдання (мета в конкретних умовах називається завданням). У системі означених факторів відбувається процес породження висловлювання.
4. Смысл мовлення (комунікативний смысл) - це відношення комунікативної мети до мотиву діяльності. Аналізуючи мовлення людини, важливо збагнути смысл сказаного чи написаного, тобто з'ясувати причину, стимул, мотив мовлення [19].

2. Комунікативні ознаки культури мовлення - прикметні риси мовлення, оволодіння якими дозволяє якнайкраще здійснювати найважливіші мовленнєві функції:

1. *Правильність мовлення* - відповідність прийнятим у певну епоху нормам літературної мови. Мовні норми регулюють правила вимови, наголошування, слововживання, словотворення, правопису тощо. Провідними мовними нормами є такі: орфоепічні (регулюють правила вимови); акцентологічні (регулюють розстановку наголосів у словах); словотворчі (керують процесом творення слів); правописні (впорядковують правильне написання слів та розстановку розділових знаків); лексичні (регулюють уживання слів відповідно до значень, зафіксованих у словниках); граматичні (упорядковують творення морфологічних форм, а також побудову словосполучень та речень); стилістичні (регулюють вибір слова чи синтаксичної конструкції відповідно до умов спілкування й стилю викладу) [6].

2. *Чистота мовлення* - усунення з нього позалітературних, діалектних, жаргонних, просторічних, брутальних елементів, а також іншомовних слів, що

вживаються без достатньої потреби. Чистота мовлення якнайтісніше пов'язана з правильністю та нормативністю, бо чистим вважають таке мовлення, яке відповідає нормам сучасної української літературної мови. Чистота мовлення реалізується передусім на таких рівнях:

- на орфоепічному рівні (правильна вимова, відсутність іншомовного акценту);
- у слововживанні (відсутність діалектизмів, жаргонізмів, канцеляризмів, тавтології й плеоназмів, мовних штампів, слів-паразитів, брутальних слів);
- на інтонаційному рівні (відповідність інтонації змісту, відсутність лицемірних, фальшивих, брутальних, лайливих відтінків у голосі).

3. *Точність мовлення* - це відповідність мовлення думкам мовця. Точним можна назвати таке мовлення, в якому слова вживаються в тих лексичних значеннях, що зафіксовані в словниках. Напр., "Великий тлумачний словник сучасної української мови" дає таке пояснення слова "*ліщина*": 1) Кущ родини березових з їстівними плодами - горіхами. II Тонка, гнучка гілка з цього куща. 2) Чагарник із кущів цієї рослини" [4].

4. *Стислість (лаконічність) мовлення* - відсутність у мовленні зайвих слів, непотрібних повторів, плутанини, слів-паразитів. Мовлення буде лаконічним, якщо мовець уникає тавтології, плеоназму, слів-паразитів, зловживання займенниками. Напр., у словосполученні *пам'ятний сувенір* зайвим є слово *пам'ятний*, оскільки *сувенір* - це подарунок на пам'ять.

5. *Доступність мовлення* - відбір фактів, аргументів, мовленнєвих засобів із максимальним урахуванням можливостей сприйняття мовлення в конкретній аудиторії, тобто з урахуванням життєвого досвіду, освіти, професії, віку, світогляду слухачів. Так, при спілкуванні з не підготовленими слухачами не варто використовувати малозрозумілу нефахівцям термінологію (*реципієнт, антиципація, когнітивний* тощо).

6. *Логічність мовлення* - характеристика структури тексту, його організації, взаємодія "трьох логік": логіки дійсності, логіки думки й логіки мовного вираження [18]. Розрізняють такі форми логічності:

- предметна - виражається у відповідності смислових зв'язків і відношень мовленнєвих одиниць зв'язкам і відношенням предметів та явищ реальної дійсності;
- понятійна - відображає структуру логічної думки й логічного її розвитку в семантичних зв'язках мовних елементів у мовленні.

7. *Доречність мовлення* - добір, організація мовних засобів, що роблять мову відповідною меті, умовам, ситуації спілкування. Розрізняють доречність стильову, контекстуальну, ситуативну, особистісно-психологічну [18]. Так, наприклад, в умовах офіційного спілкування доречним буде звертання на ім'я та по батькові й на "Ви".

8. *Впливовість мовлення* - здатність мовця пробуджувати в людях активне, творче ставлення до життя, спонукаючи їх до творчої діяльності. Впливовість мовлення тісно пов'язана з духовним світом мовця - його світоглядом, знаннями, культурою мислення й мовлення, спілкуванням, інтересами, етичними переконаннями.

9. *Виразність мовлення* оформлює усне мовлення відповідно до мети, а також відповідно до специфіки слухача; саме ця комунікативна ознака внаслідок своєї правильності й емоційно-естетичної завершеності передає думку та почуття мовця й викликає відповідну реакцію слухачів.

3. Професіограма (від лат. *profectio* - "офіційно вказане заняття, спеціальність" та грец. *γραμμά* - "буква, запис") - перелік та опис загальнотрудових і спеціальних знань, навичок, умінь, необхідних для успішного виконання певного виду професійної діяльності [18]. Практичною метою професіографування є забезпечення професіоналізації праці та профорієнтації особистості майбутнього фахівця, а формування та розвиток необхідних особистісних характеристик, творчих та професійних якостей майбутнього спеціаліста забезпечить ефективність результатів вирішення професійних завдань, які виникатимуть в ході виконання певного виду діяльності. Професіограма є своєрідним реєстром, що включає сукупність особисто-ділових рис, певний обсяг спеціальних знань, а також програму необхідних умінь й навичок, необхідних для виконання фахівцем його повсякденних професійних обов'язків [20].

Комунікативна професіограма фахівця - це професійний портрет спеціаліста з погляду опанування ним комунікативної техніки. Комунікативна професіограма показує, як фахівець:

1. Знає мовний і службовий етикет та вміло його використовує.
2. Формулює цілі й завдання ділового спілкування.
3. Організовує процес спілкування й управляє ним.
4. Аналізує предмет спілкування.
5. Ставить питання та конкретно відповідає на них.
6. Володіє навичками та прийомami ділового спілкування, його тактикою і стратегією.
7. Уміє вести бесіду, співбесіду, ділову розмову, полеміку, дискусію, діалог, дебати, диспут, "круглий стіл", ділову нараду, командну ділову гру, переговори.
8. Аналізує конфлікти, кризові ситуації, конфронтації та розв'язує їх.
9. Володіє технікою мови, прийомami, що допомагають переконувати, критикувати, досягати рішень, компромісів і конвенцій.
10. Створює довірливі відносини, не "заграючи" з партнером [15].

Таким чином, комунікативний потенціал особистості є важливою характеристикою її можливостей. До складу комунікативного потенціалу входить комунікативна ерудиція особистості - система знань з історії і культури людського спілкування.

4. Словник - це книга, в якій в алфавітному чи тематичному порядку подано слова певної мови (з тлумаченням, перекладом на іншу мову й т. ін.). Найпоширенішими є два типи словників: енциклопедичні й філологічні. **Енциклопедія** (лат. *encyclopaedia* від дав.-грец. - "круг наук" і дав.-грец. - "навчання, наука") - науковий довідник, що об'єднує найістотніші відомості з усіх галузей знань чи якої-небудь однієї галузі, розміщених в алфавітному або тематичному порядку (зазвичай багатотомне видання). Словники такого типу дають інформацію з різних сфер суспільного життя (освіти, науки, техніки, виробництва, мистецтва), а також повідомляють про важливі історичні події та про видатних діячів. Власне, енциклопедичні словники характеризують не слово як лінгвістичну одиницю, а назване ним саме поняття, явище, предмет тощо. Виділяють словники більш загального спрямування, що містять різнопланові відомості, які стосуються кількох або багатьох напрямків, і словники вузько спеціалізовані (напр., з філософії, психології, медицини, хімії тощо).

Так, наприклад, варто згадати відомі вітчизняні видання в галузі енциклопедистики: Українська Загальна Енциклопедія (у 3 тт., 1930 - 1935 pp.), Українська Мала

Енциклопедія (у 8-ми тт., 1957 - 1967 рр.), Український Радянський Енциклопедичний Словник (у 3 тт., 1966 - 1968), Українська Радянська Енциклопедія (у 12 тт., 1974 р.), Універсальний Словник- Енциклопедія (1999 р.) тощо. Нині Інститут енциклопедичних досліджень НАН України продовжує роботу над укладанням 25-томної Української Універсальної Енциклопедії. Уже опубліковано дев'ять томів.

Крім того, в Україні розвивається спеціалізована лексикографія, що стосується окремих галузей науки, техніки, освіти, мистецтва. Наведемо приклади кількох спеціалізованих енциклопедій: "Енциклопедія українознавства" (у 10 тт., 1954 - 1989 рр.), "Тлумачний словник із фізики" (2008 р.), "Юридична енциклопедія" (1999 р.), "Літературознавча енциклопедія" (у 2 тт., 2007 р.), "Лікарські рослини: Енциклопедичний довідник" (1990 р.) та ін.

Над відміну від енциклопедій, *філологічні* (а точніше - лінгвістичні) словники пояснюють слово. Залежно від предмету дослідження, філологічні словники поділяють на такі різновиди:

1. *Тлумачні* словники, в яких пояснюється значення слів, дається правильне написання, вказується стилістична характеристика, наголос, граматичні ознаки, наводяться приклади сполучуваності даних лексем з іншими.
2. *Перекладні* словники подають переклад слів з однієї мови на іншу. Бувають двомовними, чотиримовними тощо.
3. *Етимологічні* (від грец. ετο^ου - "справжнє значення" та грец. Хоуο[^] - "слово, вчення") словники, що пояснюють походження, первинне значення та історичний розвиток слова.
4. *Термінологічні* (від лат. ієгшіпш - "межа, кордон" та грец. Хоуο[^] - "слово, вчення") словники подають тлумачення термінів, що стосуються різних галузей. Термінологічні словники бувають одно- і двомовні.
5. *Орфоепічні* (від грец. ορθο<; - "правильний" та грец. ελο[^] - "мова, мовлення") словники дають одночасно і властиву слову правильну вимову, і наголос.
6. *Акцентологічні* (лат. асепіі8 - "наголос" та грец. Хоуο[^] - "слово, вчення") словники подають правильні наголоси в словах.
7. *Орфографічні* (від грец. ογίβοδгарβία, от ογίβο8 - "правильний" і грец. дгарβб - "пишу") словники подають правильне написання слова, наголос, а також, за потреби, нормативні граматичні форми.
8. *Словники іношомовних* слів пояснюють слова, що прийшли в українську мову з інших мов.
9. *Словники діалектної* (від грец. біаХекто[^] - "наріччя, говір") *лексики* пояснюють слова, вживання яких обмежене певною територією.
10. *Фразеологічні* (від грец. ρβγα8і8 - "спосіб вираження" і грец. Хоуο[^] - "слово, вчення") словники пояснюють значень стійких словосполучень, а також подають їх переклад з однієї мови на іншу. Бувають одно- і двомовними.

Звичайно, це далеко не повний перелік можливих філологічних словників. Також є словники синонімів, омонімів, антонімів, труднощів української мови, власних імен, мов окремих письменників, морфемні, частотні, історичні словники, обернені (зворотні), топонімічні словники тощо.

5. На думку Л. Струганець, термінологічне словосполучення "культура мови" вживається в таких значеннях:

- 1) сукупність комунікативних якостей літературної мови, що виявляються за різних умов спілкування відповідно до мети і змісту висловлювання;
- 2) культивування (удосконалення) літературної мови й індивідуального мовлення, виявлення тенденцій мовного розвитку, реальне втілення в мовній практиці норм літературної мови, відповідна мовна політика в державі;
- 3) самостійна лінгвістична дисципліна, яка вивчає стан і статус норм сучасної української літературної мови в певну епоху, а також рівень лінгвістичної компетенції мовних особистостей [18].

В. Русанівський наголошує: "Культура мови покликана оцінювати доречність, доцільність або недоречність, недоцільність використання різних засобів мовного вираження. Вона виступає тим чутливим інструментом, що першим помічає нові явища в лексиці, фразеології граматиці, підказує мовцям стилістичне забарвлення мовних форм, попереджає про втрату словом його інформативного й емоційного заряду" [11].

Не є тотожними поняття культура мови й культура мовлення. К. Климова вважає, що "розрізнення культури мови і культури мовлення зумовлено різницею між мовою і мовленням - вербальними засобами спілкування і способами їх використання конкретними мовцями для реалізації тих чи інших комунікативних намірів" [9].

Важливим засобом підвищення мовленнєвої культури сучасних українців є спеціалізовані словники й довідники. Актуальним питанням із культури мовлення присвячені, зокрема, такі видання: "Культура української мови" А. Коваль (1966 р.), "Складні випадки вживання слів" Є. Чак (1984 р.), "Словник труднощів української мови" (за ред. С. Єрмоленко, 1989 р.), "Культура української мови: Довідник" (за ред. В. Русанівського, 1990 р.), "Як ми говоримо" Б. Антоненка-Давидовича (1991 р.), "Антисуржик" (за ред. О. Сербенської, 1994 р.), "Українське літературне слововживання: Словник- довідник" С. Головащука (1995 р.), "Культура мови. Словник термінів" Л. Струганець (2000 р.) тощо.

У словниках і довідниках такого типу особлива увага приділяється:

- тлумаченню слів, які часто вживають у невластивих їм значеннях (*рахувати - лічити* (а не вважати), *купувати на виплат* (а не в розстрочку), а то й ненормативних кальок з інших мов (*міроприємство, добро пожалувати, віддавати собі звіт* і т. ін.);
- розрізненню паронімів (абонент - абонент, комунікативний - комунікаційний - комунікабельний, дипломат - дипломант - дипломник);
- семантико-стилістичним відмінностям у використанні синонімів (алігатор - крокодил, абориген - автохтон, болільник - уболівальник, башта - вежа);
- сполучуваності слів, напр.: мати нагоду - стати у пригоді, брати участь (*а не приймати*), відкрити коробку - розгорнути книжку - відчинити двері;
- творенню унормованих граматичних форм (напр., у сучасній українській літературній мові іменники *собака, біль, шампунь, кір, похорон* належать до чоловічого роду).

Для прикладу наведемо словникову статтю зі словника-довідника "Українське літературне слововживання" (автор - С. Головащук): "ГЕНЕРАЛЬНИЙ - ГЕНЕРАЛЬСЬКИЙ

Генеральний. Найважливіший, головний, вирішальний, остаточний. Вж. зі сл.: директор, конструктор, бій, наступ, план, заняття, реконструкція, реорганізація, репетиція, огляд, проба.

Генеральський. Який стосується генерала, належний, властивий йому. Вж. зі сл.: син, одяг, погони, форма, автомобіль, вдача, звання" [5].

6. Мовний етикет - складна система мовних знаків, що спирається на моральні правила й вимоги, вказуючи на ставлення як до інших людей, так і до себе [10, 125]. Ці формули обов'язкові для всіх членів суспільства, стійкі, але одночасно історично змінні, позначені рисами національної специфіки.

Мовленнєвий етикет як система правил, що регулює мовленнєву поведінку, є обов'язковою складовою професійної етики фахівця, засобом установлення контакту зі співбесідниками та підтримання спілкування в певній тональності. Професійний мовленнєвий етикет фахівця складається з великої кількості етикетних формул, а його структуру зумовлюють такі основні елементи комунікативних ситуацій: привітання, знайомство, прощання, побажання, прохання, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова тощо. Складовими професійного мовленнєвого етикету є умовні стереотипи спілкування, в основу яких покладено бажання досягти порозуміння [20].

На думку М. Стельмаховича, український мовленнєвий етикет - це національний кодекс словесної добропристойності, правила ввічливості. Він сформувався історично в культурних верствах нашого народу й передається від покоління до покоління як еталон порядної мовленнєвої поведінки українця, виразник людської гідності та честі, української шляхетності й аристократизму духу. Український мовленнєвий етикет - явище прогресивне й суто національне, бо належить рідній (материнській) мові та відображає національний характер українця, його ментальність - склад розуму, самобутній спосіб мислення і світосприймання. Це категорія в основному стала. Однак прогрес суспільства вносить у нього, відповідно до конкретних практичних потреб, певні корективи, спрямовані на подальше вдосконалення й розвиток. Скажімо, поява радіо, телевізора й телефону зумовила потребу у відповідному для них етикеті спілкування. І все ж основа мовленнєвого етикету незмінна - утвердження коректності й доброзичливих стосунків між людьми.

Український мовленнєвий етикет передбачає властиві українцям національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, втілені в системі стійких формул і виразів для прийнятих і запропонованих суспільством ситуацій чемного контакту зі співбесідником [17].

Подібне традиційне розуміння мовленнєвого етикету встановилося в лінгвістичній, соціо- і психолінгвістичній літературі. Проте мовленнєвий етикет можна розуміти й значно ширше - як форму нормативної мовленнєвої поведінки в суспільстві. Так, дослідники англійського мовленнєвого етикету стверджують, що коло етикетних засобів значно ширше: сюди входять і евфемізми (слова й вирази, які вживаються з метою уникнення слів із грубим чи непристойним змістом або з неприємним у певних умовах забарвленням, напр.: поважного віку замість старий, говорити неправду - брехати), і способи найменувань.

Вислови мовленнєвого етикету, закріплені за певними ситуаціями ввічливих взаємин між комунікантами, у результаті багаторазової повторюваності стали стійкими

формулами спілкування, стереотипами - типовими, стійко повторюваними конструкціями, що використовуються практично в усіх ситуаціях спілкування і являють собою готові формули не лише з точки зору їх морфолого-синтаксичної структури, а й з точки зору їх лексичної наповненості. Без таких стереотипних виразів, механічно відтворюваних у типових мовленнєвих ситуаціях ввічливості, обійтися, очевидно, неможливо. Вони вмотивовані стилістично, функціонально, оскільки забезпечують точність, однозначність і економність процесів спілкування [7].

Поняття *спілкування* значно ширше за етикет. Хоча етикет завжди реалізується у спілкуванні, проте не всяке спілкування - етикет. Власне, етикетна лише та ситуація, для котрої істотними є відмінності (статеві, вікові, соціальні тощо) між учасниками спілкування. Ситуації, за яких ці ознаки не впливають на стратегію спілкування чи не беруться до уваги при виборі тієї або іншої лінії поведінки, не можна класифікувати як етикетні. *Етикет* - це зразок, ідеал комунікативної поведінки, а культура спілкування - його реальність [3, 10, 11]. Отже, *спілкувальний етикет* - це етикетне застосування вербальних і невербальних засобів у конкретних умовах спілкування.

7. Етикет (від фр. *etiquette* - "ярлик, етикетка з написом, а у 18 ст. - церемоніал") - зведення норм поведінки, правила чемності [8]. Розрізняють мовний етикет національно-культурний та протокольно-дидактичний. Якщо перший тип - це "обличчя нації", то другий є виявом правил міжнародного офіційного та напівофіційного спілкування.

Комунікативний акт ввічливого спілкування - обов'язковий компонент повсякденного спілкування людей. Взаємини ввічливості під час комунікативного акту передають різноманітні етикетні дії: звертання, привітання, вибачення, побажання, запрошення, поздоровлення, віншування, благословення, прощання та ін. [13].

Будь-які ділові контакти починаються знайомством. Воно може здійснюватися безпосередньо й через посередника, котрий рекомендує майбутніх знайомців один одному. Той, хто знайомить двох людей між собою, повинен не лише назвати їх імена, по батькові, прізвища, а й посаду, звання та ще деякі потрібні в ситуації відомості. Після того, як знайомство відбулось, розмову починає старший за віком чи посадою. Посередник у знайомстві має користуватися таким реченням: "Я хочу представити Вам...", "Дозвольте познайомити Вас.", "Дозвольте відрекомендувати Вам." тощо.

Якщо знайомство без посередника, то слід звертатися до людини з такими словами: "Дозвольте з Вами познайомитись.", "Дозвольте Вам відрекомендуватись." та ін. Людина, якій представляються, має відповісти: "Дуже приємно", "Я радий із Вами познайомитись".

Установлення контакту починається привертанням уваги співрозмовника. При анонімних контактах звертаються "Скажіть, будь ласка.", "Пробачте, Ви не скажете.", "Вибачте, можна Вас запитати.". Слід уникати вступів на зразок "Якщо у Вас є час вислухати мене.", "Вибачте, що заважаю Вам." Доцільно спочатку поговорити про співбесідника, потім - про тему розмови й лише згодом - про себе. Тон бесіди має бути привітним, доброзичливим.

В українській мові, щоб надати звертанням ввічливої форми, до займенника "Ви" додають прізвище, ім'я, по батькові чи титул: "Маріє Петрівно, Вас просять до телефону".

Пам'ятаймо, що за етикетом на „Ви" слід звертатися:

- до незнайомих чи малознайомих людей;
- до осіб, старших за віком чи посадою;
- в офіційній обстановці.

У традиційних українських родинах так зверталися діти до батьків, онуки до бабусь і дідусів, похресники до хрещених та ін.

За своїми граматичними ознаками форма ввічливості Ви є займенником другої особи множини, тому в реченні вимагає після себе присудка, що стоїть у множині, а не в однині: правильно - *Ви підготувались* (а не Ви підготувався), *Ви вивчили* (а не Ви вивчив), *Ви зробили* (а не Ви зробила), *Ви виконали* (а не Ви виконала).

Звертання на "ти" є свідченням близькості стосунків, особливої довіри, симпатії до односторонця, а також меншої ввічливості. Таке звертання вживають:

- щодо доброго знайомого;
- у неофіційній обстановці спілкування;
- при дружніх, інтимних стосунках;
- до рівного й молодшого за віком [12].

Окрім того, будь-яке спілкування передбачає шанобливе звертання до співрозмовника. В офіційній обстановці найчастіше використовують звертання на ім'я та по батькові, часто з додаванням формул ввічливості "Шановна Ганно Петрівно", "Маріє Іванівно", "Дмитре Васильовичу", "Юрію Вікторовичу" тощо. Більш офіційною формою є звертання на прізвище з додаванням слів пане, пані: "Пане Борисюк", "Пані Мурашко". Звертаючись до колективу, оратор може застосувати формули "Вельмишановне панство", "Пані і панове", "Шановна громадо" тощо.

8. Український мовленнєвий етикет - це система спеціально призначених формул ввічливості, яка склалася у процесі історичного розвитку народу, відображає особливості мовної свідомості, основні риси ментальності, зокрема такі, як доброзичливість, толерантність, щирість, прихильність, люб'язність [13].

Термін "парадигма" (від грец. *παραδείγμα* - "приклад, модель, зразок") означає системний ряд форм відмінювання чи дієвідмінювання окремого слова або таблиця таких форм. Формули мовного етикету стосуються передусім вітання, прощання, прохання, вибачення й подяки. Спілкування розпочинається з вітання: "Добрий ранок!", "Добрий день!", "Добрий вечір!" Першим вітається молодший зі старшим, чоловік із жінкою, підлеглий із керівником, учень з учителем, дитина з дорослим. Чоловік має вітатися з жінкою першим навіть тоді, коли перебуває в товаристві інших жінок. Жінка вітається першою зі старшою за себе жінкою та з жінкою, якщо вона сама має своїм супутником чоловіка. Своє привітання чоловік може супроводити легким поклоном, жінка - плавним нахилом голови, а молодь має трохи нижче вклонитися старшим. На прощання: "До побачення!", "До зустрічі", "Усього найкращого!"

Свою доброзичливість людина може виявити у формулах прохання: "будь ласка", "будьте ласкаві", "будьте люб'язні", "прошу Вас", "чи не могли б Ви", "дозвольте Вас попросити", "якщо Ваша ласка". Для того, щоб попросити вибачення за помилку, використовують вирази "вибачте, будь ласка", "прошу вибачення", "мені дуже шкода", "прийміть мої вибачення", "перепрошую", "я не можу не вибачитись перед Вами".

Висловити подяку можна словами "дякую", "спасибі", "красно дякую", "я Вам дуже вдячний", "дозвольте висловити Вам подяку", "я не можу не подякувати Вам".

Також слід пам'ятати про форми звертання до незнайомих людей: *пане, пані, панно, вельмишановне панство, шановний добродію, добродійко, шановне товариство*. Слід уникати звертань на зразок "жінко", "чоловіче", "громадянку", "дамо" тощо.

Дослідники відзначають таку важливу ментальну рису українців як почуття власної гідності й повага до інших людей. М. Білоус наголошує: "На мовному рівні ці етнопсихологічні ознаки виявляються, зокрема, в тому, що семантичним центром багатьох висловів українського етикету є слова з коренем добр-, здоров, ласк- (*добрідень, добри вечір, доброго ранку, добридосвіток, на все добре, добродію; здоров був, здорові були, доброго здоров'я, дай Боже здоров'я, здрастуйте; будь ласка, ласкаво прошу, з вашої ласки та ін.*). Існує багато етикетних формул, які своєю первинною семантикою виражають доброзичливість (*будьте щасливі, Боже допоможи, дай Боже щастя* тощо)" [2]. Кожен мовець має дотримуватися певних правил:

1. У спілкуванні слід бути ввічливим і доброзичливим (відчувати душевний стан співрозмовника, не ображати й не принижувати його).
2. Не акцентувати на своєму "Я" (на ньому наголошують тоді, коли йдеться про захист власних інтересів: "Я був би вдячний Вам.", "Мені хотілось би.", "Я надав би перевагу.").
3. Бути уважним до партнера, тактовним, делікатним (стежити за його реакцією, уникати негативних оцінок щодо нього, епітетів, порівнянь, які можуть викликати образу, гнів).
4. Брати до уваги статусні та рольові ознаки свого партнера (вік, стать, професія, рівень освіти, віросповідання).
5. Уміти тримати дистанцію при різних статусах і ролях.
6. Брати до уваги можливість сприйняття інформації Вашим партнером (чи розуміє він вас; як реагує).
7. Не перетворювати діалог на монолог, друга сторона повинна мати можливість висловити свою думку.
8. Брати до уваги присутність третьої особи, а не відводити їй роль стороннього спостерігача.
9. Слід вживати грамотні фрази (пробачте мені, а не пробачте мене; вибачте, а не вибачаюсь).
10. Треба зважати на інтонацію мовлення (у звичайних, а особливо в конфліктних ситуаціях, багато важить не лише що сказано, а й як сказано) [12].

Список використаних джерел

1. Азбука психолога [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://moysagi.uaptech.gov.ua/> - книги/ Азбука психолога/Общение/.
2. Білоус М. "Заговори, щоб я тебе побачив" // Антисуржик: Посібник / За заг. ред. О. Сербенської. - Львів: Світ, 1994.
3. Богучарский Е. М. Мусульманский этикет. - М.: РИПОЛ классик, 2010.
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. П. Бусел. - К.; Ірпінь: ВФ "Перун", 2004.

5. Головащук С. Українське літературне слововживання: Словник-довідник. - К.: Вища шк., 1995.
6. Голубовська І. В. Українська ділова мова: Дистанційна форма навчання: Навчально-методичний посібник для студентів нефілологічних спеціальностей. - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007.
7. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ііір: // rshgasiipiki.sot.ua/15600610/тепегігктепі/шоуієппуеуіу_eіkeI](http://rshgasiipiki.sot.ua/15600610/тепегігктепі/шоуієппуеуіу_eіkeI).
8. Зарицька І. М., Чикаліна І. О. Українське ділове мовлення. - Донецьк, 1974.
9. Климова К. Я. Теорія і практика формування мовнокомунікативної професійної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей педагогічних університетів: Монографія. - Житомир: ПП "Рута", 2010.
10. Коваль А. П. Культура ділового мовлення. - К.: Вища шк., 1982.
11. Культура української мови: Довідник / С. Я. Єрмоленко, Н. Я. Дзюбишина-Мельник, К. В. Ленець та ін.; За ред. В. М. Русанівського. - К.: Либідь, 1990.
12. Лавренко О. В., Лавренко А. А. Діловий етикет та імідж державного службовця: На допомогу слухачам системи підвищення кваліфікації державних службовців [Електронний ресурс]. - Режим доступу: kIr:/M^^.ktu.şou.ua/<3iuiпго.a8p?M=210907.
13. Мельничук О. М. Український мовленнєвий етикет: синтаксично-стилістичний аспект: Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 / Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. - Чернівці, 2005. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ійр://^^.1ib.ua-ги.пeI/іпоіе/p-2/6438.Иігі](http://^^.1ib.ua-ги.пeI/іпоіе/p-2/6438.Иігі).
14. Психологічна енциклопедія / О. М. Степанов. - К.: "АКАДЕМВИДАВ", 2006.
15. Сидоренко В. В. Шляхи удосконалення професійної компетентності педагога-психолога в умовах особистісно зорієнтованого навчання [Електронний ресурс]. - Режим доступу: ^^.o8YiIa.<opei8k.ua/8 aiI_тоу/p 8iBo1o §i/1ексіі/pгоIІ8/. ..Лексіуа.<ос.
16. Словарь-справочник по социальной психологии / В. Г. Крысько. - СПб: Питер, 2003.
17. Стельмахович М. Український мовленнєвий етикет [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ійр://пауі\\$аlog.гу.иа/іп<ex.pИр?орIіоп=сот_сопIепI&Ia8к=yіe^&i<=700&Йеті<=32](http://пауі$аlog.гу.иа/іп<ex.pИр?орIіоп=сот_сопIепI&Ia8к=yіe^&i<=700&Йеті<=32).
18. Струганець Л. В. Культура мови. Словник термінів. - Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2000.
19. Типи
комунікаторів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ііір: // og\\$.ia/ра\\$ei<-3108-1.Bit1](http://og$.ia/ра$ei<-3108-1.Bit1) геііпе.
20. Ярошук І. Д. Теоретичне обґрунтування професіограми економіста з позицій ділової комунікації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ііір: // іпIe11ec1-іпуе8i.og\\$.иа/ги8/ре<aşoş_e<iIіоп8_e-та\\$а2іпе_ре<aşoşica1_8сіепсе_agШу_рп_п1_2009_8i](http://іпIe11ec1-іпуе8i.og$.иа/ги8/ре<aşoş_e<iIіоп8_e-та$а2іпе_ре<aşoşica1_8сіепсе_agШу_рп_п1_2009_8i).

Тема 3. Стилi сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні.

План

1. Функціональні стилі української мови та сфера їх застосування. Основні ознаки функціональних стилів.
2. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів.
3. Текст як форма реалізації мовнопрофесійної діяльності.

1. Слово "стиль" широко вживається в сучасному мовленні: архітектурний стиль, музичний стиль, мовний стиль, стиль одягу, стиль керівництва тощо. Це слово означає характерний спосіб здійснення чогось, що відрізняється сукупністю своєрідних ознак. У мові поняття стилю пов'язане з його використанням у конкретній

ситуації, коли особа відповідно до потреб спілкування застосовує певний набір мовних засобів.

Стиль (від грец. зіуіоз - паличка для письма) - різновид літературної мови (її функціональна підсистема), що обслуговує певну сферу суспільної діяльності мовців і характеризується відповідними мовними засобами, вибір яких зумовлений змістом висловлювання й обставинами, у яких воно відбувається. *Літературна мова існує в усній і писемній формах, тому традиційно розрізняють розмовний і писемні (книжні) стилі. До книжних належать науковий, публіцистичний та офіційно-діловий. Питання про місце*

художнього стилю викликає суперечки серед мовознавців. Деякі з них відносять його до функціональних стилів, інші вважають, що він займає особливе місце в їх системі, оскільки має елементи всіх стилів, а також територіальні й соціальні діалекти. Інші вчені виділяють ще конфесійний та епістолярний стилі.

Кожний стиль має характерні для нього особливості:

- 1) свою сферу застосування (коло мовців);
- 2) функціональне призначення (регулювання стосунків, повідомлення, спілкування, вплив тощо);
- 3) систему мовних засобів і стилістичні норми;
- 4) підстили (різновиди стилю);
- 5) жанри реалізації.

Жанр (від фр. денге - рід, вид) - різновид текстів певного стилю, що різняться метою мовлення, сферою спілкування та іншими ознаками. Кожен функціональний стиль має свої особливості у фонетиці, лексиці, фразеології, морфології, синтаксисі, але у будь-якому з них переважають загальномовні, міжстильові засоби. Функціональні стилі не існують відокремлено один від одного, їх межі часто нечіткі. Так, виділяють офіційно-ораторський, художньо-публіцистичний, науково-публіцистичний, науково-популярний підстили, які мають ознаки різних стилів. Розглянемо характерні особливості кожного стилю.

Науковий стиль - функціональний різновид літературної мови, що використовується з пізнавально-інформативною метою в галузі науки, техніки, освіти. *Підстили:* 1) власне науковий (жанри: монографія, стаття, курсова й дипломна роботи, реферат, рецензія, наукова доповідь, повідомлення); 2) науково-популярний (жанри: науково-популярна література, статті в неспеціальних журналах); 3) науково-навчальний (жанри: підручники, лекції, бесіди). *Призначення* - повідомлення про результати наукових досліджень, доведення теорій, обґрунтування гіпотез, класифікацій, систематизація знань, узагальнення й висновки досліджень. *Основні ознаки* - абстрагованість, ясність і предметність тлумачень, об'єктивність, логічність, доказовість, узагальненість, однозначність, точність, аргументованість, переконливість, аналіз, синтез, висновки. *Мовні засоби* - абстрактна лексика, галузева й загальнонаукова термінологія, схеми, таблиці, графіки, діаграми, наукова фразеологія, часте вживання іншомовних слів, цитати, посилання, багато іменників і відносних прикметників, нанизування іменників, безособові, узагальнені чи неозначені дієслівні форми, складні синтаксичні конструкції, повні речення, часто ускладнені зворотами, поділ тексту на частини, пункти, підпункти, параграфи, відсутність вказівки на особу автора.

Офіційно-діловий стиль - функціональний різновид літературної мови, що обслуговує офіційно-ділові стосунки в державно-політичній, громадській і економічній сферах життя, законодавстві, адміністративно-господарській діяльності. *Підстилі*: 1) законодавчий (жанри: закони, укази, статuti, постанови); 2) дипломатичний (жанри: міжнародні угоди - конвенції, повідомлення - комюніке, звернення - ноти, протоколи); 3) юридичний (жанри: акт, позовна заява, запит, постанова, вирок); 4) адміністративно-канцелярський (жанри: контракт, заява, автобіографія, характеристика, доручення, розписка). *Призначення* - регулювання ділових відносин у міжнародній, державно-правовій і суспільно-виробничих сферах, обслуговування громадянських потреб людей у типових ситуаціях. *Основні ознаки* - документальність (кожний офіційний папір повинен бути оформлений як документ), точність, ясність, лаконічність, послідовність викладу, стабільність (довго зберігає традиційні форми), висока стандартизація вислову, наявність реквізитів, що розміщуються у певному порядку, суворе регламентація тексту, який поділяється на розділи, пункти, підпункти. *Мовні засоби* - стандартна канцелярська лексика, усталені мовні звороти, складноскорочені слова, аббревіатури, віддієслівні іменники, безособові й наказові форми дієслів, відіменні прийменники, складні сполучники для зв'язку частин складного речення, розщеплений присудок, дієприкметникові й дієприслівникові звороти, односкладні безособові, інфінітивні, узагальнено-особові речення, складнопідрядні речення, складні синтаксичні конструкції, відсутність авторської мовної індивідуальності та емоційно-експресивної лексики.

Публіцистичний (від лат. *publicus* - суспільний) стиль - функціональний різновид літературної мови, призначений для передавання масової інформації в громадсько-політичній, суспільно-виробничій, культурно-освітній сферах життя. *Підстилі*: 1) стиль засобів масової інформації (жанри: публіцистична стаття, замітка, репортаж, інтерв'ю, дискусія, брифінг, прес-конференція); 2) художньо-публіцистичний (жанри: памфлет, фейлетон, нарис, есе - короткий нарис вишуканої форми); 3) науково-публіцистичний (жанри: літературно-критичні статті, огляди, рецензії). *Призначення* - висвітлення суспільно-політичних процесів, активний вплив на слухача, спонукання його до діяльності, до необхідності зайняти певну громадянську позицію, пропаганда певних ідей, думок, переконань, активна агітація за втілення їх у життя, формування громадської думки. *Основні ознаки* - доступність мови і формулювань (орієнтація на широкий загаль), поєднання логічності, документальності, точності з емоційністю й образністю, використання художніх засобів - епітетів, порівнянь, метафор, гіпербол, полемічність викладу. *Мовні засоби* - поєднання елементів усіх стилів, суспільно-політична та соціально-економічна термінологія, багатозначна, емоційна, образна, оцінна лексика, здатна привернути увагу, активно вживаються мовні кліше, використовується іронія, сарказм, перифрази, вигуки, повтори, властива точна назва дат, подій, місцевості, учасників, велике значення мають влучні заголовки, у синтаксисі стилю вживаються питальні, окличні, спонукальні речення.

Художній стиль - функціональний різновид літературної мови, що використовується у сфері мистецтва слова і виконує естетичну функцію. Найпотужніший стиль української мови, поєднує ознаки всіх стилів для надання художнім творам більшої достовірності у відтворенні дійсності. *Підстилі*: 1) епічний (жанри: епопея, роман, повість, оповідання, нарис, казка); 2) ліричний (жанри: поема,

балада, пісня, поезія); 3) драматичний (жанри: драма, трагедія, комедія, мелодрама, водевіль); 4) комбінований (жанри: ліро-епічний твір, драма-феєрія, усмішка). *Призначення* - різнобічний вплив на розум і почуття людей засобами художнього слова через систему образів, формування ідейних переконань, моральних якостей та естетичних смаків. *Основні ознаки* - образність, поетичність, естетика мовлення, експресивність (урочистість, піднесеність, лагідність, жартівливість, іронічність, зневажливість та ін.), зображувальність (тропи: епітети, порівняння, метафори, алегорії тощо), суб'єктивізм автора в розумінні й відображенні дійсності, індивідуальне сприйняття художніх творів читачем через його світогляд та інтелект. *Мовні засоби* - емоційно-експресивна лексика, представлені всі тропи та стилістичні фігури (метафора, метонімія, синекдоха, порівняння, епітет, паронимазія, гіпербола, персоніфікація, асонанс, алітерація та ін.), синоніми, антоніми, омоніми, фразеологізми, авторські неологізми (оказіоналізми), історизми, архаїзми, просторічні слова, жаргонізми, діалектизми, широке вживання родових (минулий час, наказовий спосіб) і особових (теперішній та майбутній час) форм дієслова, всі типи речень і синтаксичних зв'язків (риторичні питання, періоди, неповні речення, звертання тощо), особливості інтонування та ритмомелодики. У художньому стилі найповніше реалізуються виражальні можливості української мови, тому що мова художніх творів відтворює загальнонародну мову.

Розмовний стиль - функціональний різновид літературної мови, який використовується в усному повсякденному спілкуванні у побуті, сім'ї, у професійному спілкуванні. *Підстилі*: 1) розмовно-офіційний, що ґрунтується на дотриманні норм сучасної української літературної мови; 2) розмовно-побутовий, який існує на наддіалектному і діалектному рівнях української мови, де спостерігається часте порушення цих норм. *Жанри* розмовного стилю виокремлюють за кількістю мовців і характером їх участі у спілкуванні - розповідь, діалог, полілог. *Призначення* - обмін інформацією, думками, враженнями, оцінками, з'ясування виробничих і побутових стосунків, засіб виховного впливу, невимушеного спілкування. *Основні ознаки* - усна форма спілкування, неофіційність стосунків між мовцями, невимушеність, непередбачуваність, емоційність, безпосередня участь у спілкуванні, використання жестів, міміки, логічних наголосів, пауз, інтонації. *Мовні засоби* - побутова лексика, фразеологізми, емоційно забарвлені та просторічні слова, діалектизми, жаргонізми, звертання, вигуки, вставні слова, суфікси суб'єктивної оцінки, часте використання займенників, різні типи простих односкладних речень, неповні, обірвані речення.

Конфесійний (від лат. *confessio* - віросповідний) стиль - функціональний різновид літературної мови, який використовується в релігійній сфері життя. Існує в культових установах - церквах, соборах, монастирях, теологічних навчальних закладах, а також релігійних громадах, родинних вірників. *Підстилі*: 1) біблійний (мова перекладів „Біблії"); 2) молитовний (*жанри*: відправи, молитви, тропарі, кондаки); 3) проповідницький (*жанри*: проповіді, духовні бесіди); 4) агіографічний (*жанри*: житія святих); 5) підстиль церковних послань. *Призначення* - обслуговування релігійних потреб людини й суспільства. *Основні ознаки* - особлива урочистість, піднесеність, благозвуччя, символізм, консерватизм стилістичних норм. *Мовні засоби* - церковна термінологія, старослов'янізми, слова-символи, непрямий порядок слів у реченні та словосполученні, метафори, алегорії, порівняння.

Епістолярний (від лат. *epistola* - послання, лист) стиль - функціональний різновид літературної мови, який обслуговує сферу приватного чи приватно- офіційного листування. Деякі мовознавці визначають галузю функціонування цього стилю тільки приватне листування (Зубков М.Г.), а інші відносять до нього ще й офіційне листування (Мацько Л.І., Кравець Л.В.). *Підстили*: 1) офіційне листування (між державними органами, установами, організаціями, між службовими особами; *жанри*: різні типи офіційних листів); 2) неофіційне листування (між особами, які перебувають в неофіційних стосунках; має переважно побутовий характер і тому його часто розглядають як підстиль розмовного стилю); *жанри*: приватні листи, щоденники, мемуари). Призначення - обслуговування у формі листів заочного спілкування людей в усіх сферах їхнього життя. *Основні ознаки* - наявність певної композиції тексту: початок, що містить шанобливе звертання, вітання, встановлення контакту з адресатом; основна частина, у якій розкривається зміст листа, включає інформацію, фактичний матеріал у вигляді розповіді, роздумів, пропозицій, завдань; кінцівка, де підсумовується написане, етикетні формули вибачень, прохань, прощань, та іноді постскрипtum (Р.8.) - необхідність дописки до листа після підпису. *Мовні засоби* - поєднання елементів художнього, публіцистичного та розмовного стилів, індивідуальні ознаки стилю автора, в якому виражаються його культура, освіта, художньо-естетичні уподобання.

2. Інтеграція (від лат. *integritas* - відновлення, поповнення з *integritas* - цілий) - об'єднання в ціле окремих частин або елементів. У професійній сфері спілкування реалізуються офіційно-діловий, науковий та розмовний стилі. Ділове спілкування, яке користується офіційно-діловим стилем, є складовою частиною професійного спілкування. Офіційно-діловий стиль забезпечує фахове ділове спілкування в усіх галузях державно-політичного, економічного, громадського й культурного життя суспільства, у законодавстві та адміністративно-господарській діяльності. Тому він один із соціально значущих різновидів літературної мови. Засобом ділового спілкування є ділова мова, яка реалізується в офіційно-діловому стилі, що фіксується в документах. Він функціонує переважно в писемній формі, це пов'язано з необхідністю документувати інформацію, надаючи їй правового значення. Жодна професія не може обійтися без оформлення різних типів ділових паперів, які є жанрами цього стилю.

Фахова мова функціонує переважно в усній формі, тому важливе значення має також усна ділова мова, яка реалізується у формі ділового засідання, прийому відвідувачів, бесіди, телефонної розмови, переговорів тощо.

Професійна діяльність ґрунтується на наукових знаннях. У кожному виді фахової мови виділяють наукову мову, яку формує загальнонаукова, міжгалузева та вузькоспеціальна термінологія. Досконале володіння термінологічною системою, притаманною певній професії, свідчить про сформовану професійну мовнокомунікативну компетентність особи. Відповідно фахова мова пов'язана з науковим стилем, який використовується переважно у писемній формі, що пов'язано з точністю і складністю передачі

інформації. Писемна форма наукового стилю реалізується у жанрах монографії, статті, реферату, підручника, курсової та дипломної роботи тощо. Усна наукова мова використовується у лекції, бесіді, повідомленні, доповіді та ін. Переважне застосування професійної мови в усній формі передбачає реалізацію в ній розмовного стилю, а саме

його розмовно-офіційного підстилю, що ґрунтується на дотриманні норм сучасної української літературної мови. Професійна діяльність вимагає обговорення певних проблем, обміну думками, прийняття рішень, тому використовується діалогічне і полілогічне мовлення, вербальні і невербальні (жести, міміка, інтонація) засоби спілкування.

Усі згадані вище стилі у професійній сфері існують не відокремлено один від одного, вони взаємодіють і взаємозбагачуються. Залежно від мети спілкування застосовуються мовні засоби потрібного саме в цій ситуації різновиду літературної мови. Досконале володіння професійною мовою, від якої залежить успішність професійної діяльності взагалі, неможливе без умілого використання функціональних стилів української мови в конкретній фаховій ситуації спілкування.

3. Професійна діяльність мовців реалізується у різних типах текстів.

Текст (від лат. іехіш - тканина, сплетіння, з'єднання) - це організована і цілісна послідовність висловлювань в усній чи писемній формі, об'єднаних однією темою, за допомогою спеціальних мовних засобів, що відповідають певному стилю. Основні ознаки тексту - інформативність, адресованість, цілісність, зв'язність, членованість, лінійність, завершеність і модальність. Інформативність тексту. Кожен текст містить інформацію, яка є його змістовим наповненням. Він служить каналом для передачі інформації. Якщо її немає, набір речень не можна вважати текстом.

Змістову інформацію поділяють на такі види, як:

- фактологічна (повідомлення про певні події, явища, предмети);
- концептуальна і гіпотетична (умовиводи, міркування, судження);
- методична (висвітлює способи і прийоми засвоєння інформації);
- естетична (морально-етичні, емоційно-оцінні компоненти);
- інструктивна (містить плани виконання певних дій).

Тексти наукового стилю містять переважно фактологічну, концептуальну і гіпотетичну інформацію, науково-навчального підстилю - методичну, офіційно- ділового - інструктивну, художнього - фактологічну і естетичну, публіцистичного - фактологічну і оцінно-емоційну тощо.

Адресованість тексту. Будь-який текст спрямований на адресата повідомлення, будується з огляду на того, кому він призначений. Текст підручника зорієнтований на рівень сприймання учнів певного класу. Художній твір автор пише для того, щоб його прочитали. Наукова література теж має свою цільову аудиторію. Відповідно до потреб, зацікавлень, мовленнєвого рівня адресата автор використовує в тексті певні мовні засоби, вибудовує найоптимальнішу структуру висловлювання. *Цілісність тексту.* Її визначає єдність теми, мети і форми висловлювання, організація тексту довкола певного питання, проблеми, предмета. Цілісність тексту являє собою єдність таких її видів:

- змістового (єдність ідеї, теми, змісту; забезпечується лексичним рівнем мови);
- комунікативного (єдність мети, намірів мовного спілкування);

Зв'язність тексту. Найважливіша ознака тексту, яка служить розвитку теми і реалізує цілісність тексту. Зв'язність забезпечує інформаційний обмін на основі взаємодії мовних і позамовних чинників, які пов'язані із свідомістю людини, її обізнаністю, а також ситуацією спілкування. Розрізняють *три шари показників зв'язності*:

- Сегментні: лексичні (повтор, синоніми, антоніми, однокореневі слова); морфологічні (сполучники, сполучні слова, вказівні займенники); стилістичні (синтаксичний паралелізм, градація, питальні речення).

- Суперсегментні (інтонація, паузи, наголоси).

- Ситуативні (ситуації, асоціації).

За різними ознаками виділяють також такі *типи зв'язності*:

- логічну (причиново-наслідкові відношення між елементами тексту, аналіз і синтез його частин, розгортання індукції (від часткового до загального) і дедукції (від загального до часткового) тексту;

- асоціативну (домінантні теми, ключові слова, метафоричні тропи);

- образну (система позитивних і негативних, головних і другорядних образів, наскрізні образи-символи, основні мовні засоби - тропи і фігури); композиційно-структурну (виявляється в будові тексту, розташуванні його частин, залежності композиційних елементів, спеціалізовані засоби її вираження

- сполучники, повторювані іменники, вказівні займенники, вставні конструкції, що показують, як розгортається зміст тексту, як пов'язані його частини);

- стилістичну (полягає в однорідності його стилістичної системи, її відповідності певному стилю, підстилю, жанру; досягається доцільним використанням стилістично нейтральних та стилістично маркованих мовних засобів);

- ритмоутворювальну (є у поетичних і прозових творах; базується на повторюваності образів, рівномірному чергуванні елементів, паралелізмі конструкцій, на вживанні речень з однаковими однорідними рядами тощо).

Між частинами тексту розрізняють *лінійний (ланцюговий) зв'язок*, коли частини тексту безпосередньо зв'язані одна з одною, залежать одна від одної; *паралельний зв'язок*, який виявляється у паралелізмі синтаксичних одиниць і єдності вищо-часових форм дієслів; *приєднувальний зв'язок* реалізується у вигляді додаткового висловлювання, що приєднується до основного повідомлення.

Членованість тексту. Поділ тексту здійснюється для полегшення сприйняття повідомлення адресатом. Залежно від мети й методу аналізу тексту виділяють різні види членування. Змістове і технічне членування виражається у поліграфічному оформленні заголовка, глави, розділу, параграфа, абзацу. Концептуальне членування відповідає певним ідеям, темам, судженням і поняттям. Методичне членування підпорядковується якійсь прикладній освітній меті. Глибинне членування відповідає задуму, ідеї сутності намірів, етапам досягнення мети. Поверхове членування зовнішнє відображення глибинного, але через якісь формально видимі ознаки, наприклад паузи. Об'єктивне і суб'єктивне членування найпомітніше в художніх текстах, де може діяти кілька текстових ліній і авторських задумів. Композиційне формально виражене членування залежить від стилю, підстилю, жанру тексту, його змісту, а також мети автора. Розмір частин тексту залежить від можливостей читача сприймати інформацію. Як правило, текст складається з таких *композиційних елементів*: вступу (зачину), основної частини (розробка, виклад теми), заключної частини (висновків). Основною одиницею тексту на змістовому рівні є *надфразна єдність* - складна структурна єдність, яка має смислову цілісність у контексті зв'язного мовлення і виступає як частина завершеної комунікації.

Членування тексту спричинило виникнення таких *категорій*:

- *ретроспекція* - композиційний прийом, що відсилає читача (слухача) до попередньої змістової інформації;
- *проспекція* - відсилає до змістової інформації, яка буде подаватися в наступних частинах тексту;
- *континуум* - просторово-часова протяжність тексту, послідовність фактів, подій, що розгортаються в часі і просторі.

Лінійність тексту. Організує мовні одиниці для послідовного мовного викладу і спрямовує їх у певному напрямку. Вона відображає живий мовний матеріал і його виголошення. Текст розвивається разом з культурою. Первісна безписемна культура (інформація передавалася усно) перетворилася на писемну (інформація передається через писемні тексти - лінійні тексти). Зараз текст долає лінійність і перетворюється на *гіпертекст* з нелінійною структурою. Це особлива форма збереження і представлення ієрархічно структурованої інформації, зафіксованої в писемному чи електронному вигляді. Гіпертекст завдяки використанню комп'ютерних технологій робить можливим перетворення численних текстів в єдине ціле, що характеризується нескінченністю інтерпретацій і є втіленням концепції Жог1 < Жі < е ЖеБ (ЖЖЖ).

Завершеність тексту. Вичерпне змістове і структурне вираження задуму автора. Сучасні вчені поєднують завершеність з формою тексту, його матеріальною оболонкою, яка завжди чітко окреслена, а не з його змістом. На шляху від автора до читача текст втрачає або набуває певних відтінків, підтекстів, значень через недосконалість графічної системи (немає знаків для позначення жестів, міміки, інтонації), відірваність від ситуації комунікації тощо. Тому авторський зміст тексту і читацький не завжди однаковий, але форма тексту залишається незмінною.

Модальність тексту. Виражає відношення змісту висловлювання до об'єктивної дійсності за допомогою лексичних і граматичних засобів (формами способу, модальними словами, інтонацією тощо). Залежно від того, яким способом і якими мовними засобами текст відображує дійсність, виділяють різні типи мовлення - опис, розповідь, роздум (міркування), в яких виявляється ознака модальності.

Процес творення тексту кожного виду складається з чотирьох етапів:

- 1) орієнтування в умовах спілкування;
- 2) планування ходу думки;
- 3) добір найбільш відповідних мовних засобів для її вираження;
- 4) забезпечення зворотного зв'язку.

Текст - основний засіб професійної комунікації. Здатність розуміти і правильно будувати різні типи текстів з урахуванням конкретної мовленнєвої ситуації є важливою умовою підвищення культури фахової мови особи.

Список використаних джерел

1. Волкотруб Галина. Практична стилістика української мови: Навчальний посібник. - Тернопіль: Підручники і посібники, 2004.
2. Волкотруб Г.Й. Стилiстика дiлової мови: Навч. посiб. - К.: МАУП, 2002. Глушич С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. Сучасні ділові папери: Навч. посіб. для вищ. та серед. спец. нав. закл. - 4-те вид., переробл. і допов. - К.: А.С.К., 2005.
3. Зубков М.Г. Мова ділових паперів: Комплексний довідник. - Харків:Фоліо; Майдан, 2002.

4. Кунь З.Й. Універсальний словник української мови. - Тернопіль: Навчальна книга - Богдан, 2005.
5. Мацько Л.І., Кравець Л.В. Культура української фахової мови: Навч. посіб. - К.: ВЦ «Академія», 2007.
6. Мова наша - українська: Навчально-методичний посібник для вчителя / Л.І. Мацько, О.М. Семенов, Н.Б. Голуб та ін. / За ред. Л.І. Мацько. - К.: Богданова А.М., 2011.
7. Підгурська В.Ю. Культура професійного мовлення: Навчальний посібник для самостійної роботи студентів нефілологічних спеціальностей ВНЗ з курсу «Українська мова професійного спрямування». - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2009.
8. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: Навч. посібник. - К.: Літера, 2000.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Професійна комунікація

Тема 1. Спілкування як інструмент професійної діяльності.

План

1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування.
2. Види, типи і форми професійного спілкування.
3. Основні закони спілкування.
4. Стратегії спілкування.
5. Невербальні компоненти спілкування.
6. Гендерні аспекти спілкування.
7. Поняття ділового спілкування.

1. Спілкування - міжособистісна та міжгрупа взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного й обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо). Поняття спілкування й комунікація не тотожні. **Комунікація** (від лат. соттипісо - "роблю спільним, зв'язую, спілкуюсь") - це процес створення й передачі значимих повідомлень у неформальній бесіді, груповій взаємодії чи публічних виступах [2]. Комунікація насамперед пов'язана з опосередкованим спілкуванням, передачею інформації за допомогою технічних засобів (телефон, телетайп тощо), а також через ЗМІ. Для комунікації характерні такі особливості:

1. Наявні стосунки двох індивідів, кожен з яких виступає активним суб'єктом. Специфіка людського обміну інформацією виявляється в особливій ролі для кожного учасника спілкування тієї чи іншої інформації, її значимості.
2. Можливість взаємовпливу партнерів один на одного через систему знаків.
3. Комунікативний вплив лише при наявності єдиної або подібної системи кодифікації та декодифікації в комунікатора (людини, яка направляє інформацію) і реципієнта (людини, яка приймає її).
4. Можливість виникнення комунікативних бар'єрів [7].

Спілкування - сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, умінням, навичками, результатами діяльності, взаємовпливами й корекцією поведінки тощо [1].

Функції спілкування:

1. Інформаційно-комунікативна функція спілкування виявляється в будь-якому виді обміну інформацією між взаємодіючими індивідами. Передача будь-якої інформації можлива через різні знакові системи. Звичайно розрізняють вербальну (в якості знакової системи використовується мовлення) і невербальну (різні немовленнєві знакові системи) комунікацію.
2. Регулятивно-комунікативна (інтерактивна) функція спілкування виявляється в регуляції поведінки й безпосередньої організації сумісної діяльності людей у процесі їх взаємодії. Поняття взаємодії використовується у двох планах: по-перше, для характеристики дійсних реальних контактів людей (дій, контрдій, сприяння) у процесі

спільної діяльності; по-друге, для опису взаємних впливів один на одного в ході сумісної діяльності, чи ширше - у процесі соціальної активності.

3. Афективно-комунікативна функція спілкування пов'язана з регуляцією емоційної сфери людини. Спілкування - важлива детермінанта емоційних станів людини. Весь спектр специфічно людських емоцій виникає й розвивається в умовах спілкування людей - відбувається або зближення емоційних станів, або їх поляризація, взаємне підсилення чи послаблення [6].

Спілкування не розглядається в одній системі координат. Це багатомірний процес. Види спілкування описують це явище з різних сторін:

- залежно від специфіки суб'єктів (особистість чи група) виділяють міжособистісне, міжгрупове, міжсоціумне спілкування, а також спілкування між особистістю і групою;
- за кількісними характеристиками суб'єктів спілкування можна розрізнити: самоспілкування, міжособистісне спілкування та масові комунікації;
- за характером спілкування може бути опосередкованим та безпосереднім, діалогічним та монологічним;
- за цільовою спрямованістю розрізняють: анонімне, рольове, неформальне спілкування [3].

2. *Спілкування (комунікація)* є психокогнітивною діяльністю — породженням і сприйманням тексту в конкретній ситуації. Комунікативна мета адресанта при цьому передбачає повідомлення, вплив на почуття адресата або переконання у правильності своєї думки. Спілкування є соціальною взаємодією групи як осередку суспільного життя. Виділяють декілька **типів спілкування**: маніпулятивне, ігрове, ділове, духовне; індивідуальне, групове, масове; безпосереднє, опосередковане; у формі бесіди, дискусії; вербальне, невербальне, усне, письмове, комбіноване. Формування мовнокомунікативної професійної компетентності студентів проходить в умовах спілкування різних типів.

Щодо ступеня включення суб'єкта в сферу предметної діяльності розрізняють *формальне й неформальне спілкування*. Формальне спілкування є частиною певної сумісної діяльності людей, служить засобом підвищення якості цієї діяльності і є способом її організації. Спрямоване воно здебільшого на те, чим зайняті в даний момент люди, а не на їх внутрішній світ, внутрішні проблеми. *Формальне спілкування* в свою чергу можна поділити на:

1. Формально-рольове спілкування - вид спілкування, при якому його зміст і засоби регламентовані соціальними ролями партнерів по спілкуванню: вчитель - учень, перукар - клієнт, водій - пасажери.
2. "Контакт масок" - спілкування, за якого відсутнє прагнення зрозуміти один одного. Через використання узвичаєних масок (ввічливості, суворості, байдужості), набору жестів, міміки, стандартних фраз приховується ставлення до іншої людини.
3. Світське спілкування - спілкування, позначене формальною ввічливістю. Люди виконують певний ритуал залежно від обставин.
4. Ділове спілкування - спілкування, метою якого є організація та оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників [10].

Основні види ділового спілкування: публічний виступ, ділова бесіда, службова нарада, переговори. Існує кілька *класифікацій видів спілкування*:

1. Залежно від специфіки суб'єктів (особистість чи група) - міжособистісне, міжгрупове, міжсоціумне спілкування, а також спілкування між особистістю та групою.
2. За кількісними характеристиками суб'єктів - само-спілкування, міжособистісне спілкування та масові комунікації.
3. За характером спілкування - опосередковане й безпосереднє, діалогічне й монологічне.
4. За цільовою спрямованістю - анонімне, рольове, неформальне, інтимно-сімейне.

Основні класифікації рівнів спілкування:

- маніпулювання - варіанти від грубого поводження з людиною до такої поведінки, де зовнішні прояви мають іноді навіть приємний характер;
- конкуренція, суперництво - варіанти від спілкування, коли "людина людині - вовк" до такого, коли чесне суперництво сприяє певному рухові його учасників уперед;
- співробітництво - це спілкування за принципом "людина людині — людина". Саме на цьому рівні виявляються гуманістичні установки спілкування, високий рівень його культури [16].

Ділові взаємини здійснюються у двох формах:

1. Контакт - це одиничний акт, в якому відсутня система узгодження дій партнерів стосовно один одного.
2. Взаємодія (інтеракція) - це та сторона спілкування, яка фіксує не тільки обмін інформацією, а й організацію сумісних дій, що дозволяють реалізувати деяку загальну для партнерів діяльність [15].

3. Закон спілкування - найзагальніша об'єктивна закономірність процесу комунікації, яка виявляється в межах неконфронтативного дискурсу й неконфронтативних стратегій комунікації [1]:

I. Закон "дзеркального розвитку" спілкування полягає в тому, що співбесідник у процесі комунікації імітує стиль спілкування свого співбесідника.

Це робиться людиною автоматично, практично без контролю свідомості.

II. Закон залежності результату спілкування від обсягу комунікативних зусиль. Чим більше комунікативних зусиль витрачено, тим вища ефективність спілкування.

III. Закон падіння інтелекту аудиторії із збільшенням її розміру. Чим більше людей вас слухає, тим нижче середній інтелект аудиторії. Іноді це явище називають ефектом натовпу: коли слухачів багато, вони починають гірше міркувати, хоча особистий інтелект кожної окремої людини при цьому зберігається.

IV. Закон первинного відторгнення нової ідеї. Нова, незвична ідея, повідомлена співрозмовнику, в перший момент ним відкидається.

V. Закон ритму спілкування відображає співвідношення між розмовою та мовчанням у людському спілкуванні. Кожній людині необхідно вдень певний час говорити й певний час мовчати.

VI. Закон мовної самодії: словесний вираз ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію в того, хто говорить. Якщо людина своїми словами б'яяснює що- небудь співбесідникові, то сама краще з'ясовує для себе суть пояснюваного.

VII. Закон відторгнення публічної критики. Людина не сприймає публічної критики на свою адресу.

VIII. Закон довіри до простих слів (закон комунікативної простоти). Чим простіші твої думки і слова, тим краще тебе розуміють і більше вірять.

IX. Закон тяжіння критики. Чим більше ви виділяєтесь серед оточуючих, тим більше про вас лихословлять і тим більше людей критикують ваші дії.

X. Закон комунікативних зауважень. При порушенні одним співбесідником комунікативних норм інший відчуває бажання зробити йому зауваження.

XI. Закон прискореного розповсюдження негативної інформації. Негативна інформація швидко розповсюджується у групах спілкування, бо позитивне сприймається як норма, і це не обговорюється.

XII. Закон спотворення інформації при її передачі - "закон зіпсованого телефону". Будь-яка передана інформація спотворюється у процесі передачі у ступені, прямо пропорційному числу осіб, що передають її.

XIII. Закон детального обговорення дрібниць. Люди більш охоче зосереджуються на обговоренні незначних питань, аніж важливих проблем.

XIV. Закон мовного посилення емоцій. Емоційні вигуки людини підсилюють її емоцію.

XV. Закон мовного поглинання емоції. При зв'язній розповіді про емоцію, що переживається, вона поглинається мовою і зникає [13].

4. Стратегія (від гр. *отратпуіа* - "мистецтво полководця") **ділового спілкування** передбачає постановку певної цілі, яка стимулює волю учасника спілкування, змушує його діяти усвідомлено, інтенсивно, мобілізувати свої здібності, знання, досвід, уміти підпорядковувати свої сили досягненню цієї мети.

Розрізняють такі стратегії спілкування:

- відкрите - закрите;
- монологічне - діалогічне;
- рольове (залежно від соціальної ролі) - особистісне (щире спілкування) [11].

Тактика (від грец. *тактіко* - "той, що стосується шикування військ") ділового спілкування передбачає вибір певної моделі поведінки, яка в конкретній ситуації буде найбільш сприятливою в досягненні поставленої мети. Ґрунтується тактика спілкування на певних *засадах*, найважливішими з яких є:

- наявність декількох варіантів поведінки в однотипній ситуації і вміння оперативно ними скористатись;
- недопущення конфронтації чи конфліктів з діловим партнером;
- уміле використання механізмів людської взаємодії (прихильності, симпатії, антипатії, довіри, поваги і т. п.);
- уважне ставлення до нових, хоч і незвичних на перший погляд, ідей, думок;
- освоєння тих моделей поведінки, які приносять успіх у ділових стосунках;
- вміння подати себе, правильно оцінювати реакцію партнерів, відчувати найменші зміни в ситуації [10].

У тактиці спілкування розрізняються сім можливих рівнів, знання яких дає змогу краще розібратись в ситуації, глибше її зрозуміти, зробити певні висновки, що стосуються як системи управління, так і встановлення підприємницьких контактів. Це рівні: примітивний, маніпулятивний, стандартизований, конвенціональний (погоджувальний), ігровий, діловий, духовний.

Кожен із названих рівнів може проявитися в різних ситуаціях, які диктують і відповідні людські відносини. Але слід пам'ятати про те, що діалог - це співпраця, направлена на пошук істини й на ухвалення оптимального рішення. Монологічне мовлення учасників бесіди неприпустиме. Тому, щоб діалог відбувся, необхідно вміти слухати іншу людину - уважно, не перебиваючи, намагаючись зрозуміти, що вона має на увазі. Проявляти увагу до її думок, інтересів, бажань і смаків, показуючи, що інтереси співбесідника для вас не менш важливі, ніж власні. Теми для бесіди повинні бути цікаві обом співрозмовникам. Кожен з учасників діалогу має право аналізувати різні позиції і приймати чи не приймати їх. Відтак вияв агресії, погроз, приниження й образ на адресу партнера абсолютно неприпустимі.

5. Вербальна комунікація - використання мовлення з його багатою фонетикою, лексикою, синтаксисом.

Невербальні засоби спілкування або супроводжують мовну частину повідомлення: з подихом відпові: „Як там добре!\", або сигналізують про протилежний зміст: по очах було видно, що це не так. Основним невербальним засобом спілкування є загальна моторика різних частин тіла, що включає в себе такі компоненти:

1. *Міміка* (від грец. тітікш - "наслідуваний, акторський") - рухи м'язів обличчя, які виражають внутрішній душевний стан людини: подив - підняті брови, широко розплющені очі, опущені вниз кінчики губ, відкритий рот; страх - підняті і зведені над переніссям брови, широко розплющені очі, куточки губ опущені і трохи відведені назад, губи розтягнуті в боки, рот може бути відкритим.
2. *Пантоміміка* (від грец. рап - "все" і грец. "наслідуваний, акторський") - рухи всього тіла. Так, коли співрозмовник хоче швидше закінчити бесіду, він непомітно (і часом неусвідомлено) пересувається або повертається вбік дверей, при цьому його ноги обернені до виходу. Поворот тіла й положення ніг указують на те, що йому дуже хочеться піти.
3. *Жест* (від лат. жевіш - "рух тіла") - рух голови, тіла, руки або ноги, який візуально виражає те, що в мові передається словами. Жести мають доповнювати наше мовлення й не виражати нічого іншого, крім того, про що говорить мовець. Жести повинні бути природними, а не штучними; узгоджуватися з мімікою й пантомімікою; жестикуляція має бути різноманітною; слід уникати недолатної міміки та незграбних рухів.

Невербальне спілкування найчастіше використовується з метою:

- установа емоційного контакту із співрозмовником і підтримки його в процесі бесіди;
- фіксації того, наскільки, добре людина володіє собою;
- отримання інформації про те, що люди в дійсності думають про інших або про певну ситуацію.

Тож рухи мовця не повинні заважати сприйманню висловлення, а мають наголошувати на головній думці, допомагати більш чіткому її вираженню. Майстерність мовця виявляється в умінні управляти власною поведінкою, що передбачає підпорядкування жестів, міміки та пантоміміки із задумом висловлення.

6. Утвердження в Україні конкурентних за своєю суттю засад демократії, ринкової економіки, культурного плюралізму з необхідністю передбачає рівномірний, без суттєвих диспропорцій, розподіл економічних, політичних та соціальних ресурсів між різними соціальними групами, окремими індивідами, і насамперед - між чоловіками та жінками. **Тендерний** (від англ. деп'їег - "рід, стать") - прикм. до гендер: 1. Відмінність між чоловіками і жінками за анатомічними ознаками. 2. Соціальний розподіл, який часто базується на статевих відмінностях, але не обов'язково збігається з ними.

У чоловіків домінує традиційне уявлення про соціальні ролі жінок у суспільстві ("слабка стать"), про своє переважання в сфері політики. Звідси випливають численні спроби професійної деградації жінок і в той же час заступницька підтримка. А в жінок переважає уявлення про те, що право бути "на рівних" у політичній сфері в чоловіків треба відвойовувати в жорсткій битві за встановленими нормами й правилами.

У мотиваційній сфері у чоловіків домінує мотив вийти переможцем за всяку ціну, дискваліфікуючи співрозмовника з одного боку й підкреслюючи власну неперевершеність і свої досягнення - з іншого. У той час у жінок у мотиваційній сфері превалює мотив уникнення відкритої конфронтації, прагнення до акцентувати на спільності, не помічаючи особистої ворожнечі. Жінки орієнтовані на міжособистісне спілкування більшою мірою, ніж чоловіки; вони легше адаптуються до нових соціальних умов, більш відкриті та відповідальні, цілеспрямовані, активні, врівноважені, уважні, дружелюбні, чуйні, соціально компетентні, мають мобільне мислення, здібність до аналізу та оцінки ситуації, готовність до прийняття рішень, уникають конфліктів.

Труднощі для взаєморозуміння створюють також і стилі комунікативної поведінки чоловіків і жінок. Чоловіча стратегія у спілкуванні напориста, активна, агресивна, вона орієнтована на монолог. Жіноча стратегія - гнучка, динамічна. У процесі спілкування жінка налаштована на отримання згоди.

Чоловіки почуваються комфортніше в ситуації публічного виступу, жінки - у приватній бесіді.

Чоловіки частіше починають бесіду, частіше перебивають співрозмовника, ствердження формують у формі безапеляційних суджень, запитують із метою отримання інформації, незгоду висловлюють відкритим протестом. Жінки ж часто формують ствердження у формі запитань, частіше ставлять запитання, причому - з метою продовження бесіди; незгоду частіше виражають мовчанням; у власних реакціях вони орієнтуються на репліку комунікативного партнера.

Гендерна нерівність - це така характеристика соціального устрою, згідно з якою різні соціальні групи (в даному випадку - чоловіки й жінки) мають стійкі відмінності, які і спричиняють для цих груп нерівні можливості в суспільстві. До гендерної нерівності призводить широке розповсюдження традиційного погляду на розподіл соціальних ролей між чоловіком і жінкою як у сфері зайнятості, так і в сім'ї. Тому гендерна нерівність на вітчизняному ринку праці є не тільки економічним, а й соціально сконструйованим феноменом; в її основі - соціальні стереотипи, засновані на прийнятих

в суспільстві уявленнях про існуюче становище чоловіків та жінок, норми їхньої поведінки, мотиви та потреби.

На думку О. Лободинської, одним з основних засобів подолання тендерних стереотипів суспільства має стати гендерна освіта, яка сприятиме формуванню знань і розуміння гендерних проблем сучасного суспільства та визначення основних напрямків утвердження справжнього партнерства між жінками й чоловіками, перебудові свідомості молоді в напрямі засвоєння егалітарних принципів взаємовідносин статей, звільненню світогляду від патріархальних уявлень щодо ролі та місця жінок і чоловіків в суспільстві, а це, в свою чергу, вплине на можливість ефективнішого використання трудового потенціалу [8].

7. Ділове спілкування визначається як специфічна форма контактів і взаємодії людей, які представляють не лише самих себе, а й свої організації. Воно включає:

- обмін інформацією, пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв'язання конкретних проблем як всередині організації, так і за її межами;
- укладення контрактів, договорів, угод чи встановлення інших відносин між підприємствами, фірмами, організаціями.

Специфіка ділового спілкування:

1. Наявність певного офіційного статусу об'єктів.
2. Спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій.
3. Відповідність певним загальновизнаним і загальноприйнятим правилам.
4. Передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки.
5. Конструктивність характеру взаємовідносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань.
6. Взаємоузгодженість рішень, домовленість та взаємодія партнерів.
7. Значущість кожного партнера як особистості.
8. Безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їх внутрішній світ.

Фази ділового спілкування:

1. Початкова фаза, протягом якої встановлюють вихідні контакти, налаштування на спілкування, відбувається орієнтація в ситуації. Головне завдання: спонукати ділового партнера до спілкування, зацікавити, створити максимальне поле можливостей для обговорення проблем. Тут також оцінюється емоційний стан партнера, визначаються стратегія і тактика спілкування, вибирається певний тон взаємин, виявляється самооцінка партнера і йде орієнтація в розподілі ролей.
2. Основна фаза, протягом якої реалізується певна послідовність дій: установлюється проміжна та кінцева мета спілкування, виконуються безпосередні мовні, немовні та документальні контакти, йде взаємний аналіз вихідних та проміжних пропозицій, пошук узгодження рішень, відбувається розподіл ролей за принципом „домінування - підпорядкування”, визначення перспектив спілкування.
3. Завершальна фаза, протягом якої формулюються підсумки ділової взаємодії, відбувається вихід із контакту, формуються основи для подальшої взаємодії [10].

Список використаних джерел

1. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Ієгшіпу-ші2Ики11-кошипікасії. 'шкШої.сот/г.
2. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. - СПб: праймЕВРОЗНАК, 2003.
3. Винославська О. В. Психологія: Навчальний посібник [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ієк.пе1.иа/Боок /р8уско1о\\$у /уіпо8ІаУ8ка_р8іИо1о\\$іуа/рагі5/5202.Иіт.](http://Ієк.пе1.иа/Боок /р8уско1о$у /уіпо8ІаУ8ка_р8іИо1о$іуа/рагі5/5202.Иіт.)
4. Горелов И.М., Житников В.Ф. Умеете ли вы общаться. - М., 1991.
5. Дороніна М.С. Культура спілкування ділових людей. - К., 1997.
6. Дружинин В. Психология [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [М^^.§итеглпго/ЫЫ1іо1:ек_Вик8/Р8ШоШга\\$іп/06.рїр.](http://М^^.§итеглпго/ЫЫ1іо1:ек_Вик8/Р8ШоШга$іп/06.рїр.)
7. Крысько В. Г. Социальная психология. Завтра экзамен. - СПб: Питер, 2005.
8. Лободинська О. М. Гендерна нерівність на вітчизняному ринку праці: уявлення випускників вищого навчального закладу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: сопг.У8Ии.ейи.иа/Иитей/2006/ІхІ/061отуп2.рИр.
9. Опалев А.В. Умеете ли вы общаться с людьми... Этикет делового человека. - М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1996.
10. Палеха Ю. І. Характеристики ділового спілкування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: ИИр://^^^.<ієге.сот.иа/Цьгагу/ра1еїа/8рі1киуаппуа.8ИІт1.
11. Платонов Ю. П. Социальная психология поведения: Учеб. пособие. - СПб: Питер, 2006.
12. Пчелінцева О.Е. Комунікативна поведінка людини: гендерний аспект // Гендер: реалії та перспективи. - К.: ПЦ "Фоліант", 2003.
13. Стернин И. А. Речевое воздействие как интегральная наука [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Иєгпіп.а<ерІі8.ги/агІіс1е8_ги8.Иіт1.
14. Сухарев В. А. Этика и психология делового человека. - М.: Агентство "ФАИР", 1997.
15. Філоненко М. М. Психологія спілкування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [рі<гисИпікі.сот.иа/16520205 /р8іко1о\\$іуа /8рі1киуаппуа_угауето<іуа.](http://рі<гисИпікі.сот.иа/16520205 /р8іко1о$іуа /8рі1киуаппуа_угауето<іуа.)
16. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера [Електронний ресурс]. - Режим доступу: рі<гисИпікі.сот.иа/10561127/ тепегігктепі /ропуаИуа_котипікаІ8іуа_8рі1киуаппуа_<і1оуе_8рі1киуаппуа.
17. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. - К.: Вікар, 2002.
18. Чухим Н. Д. Гендер та гендерні дослідження в ХХ столітті // Рівність жінок та чоловіків: Світові тенденції і українські реалії. - К., 2001.
19. Шейнов В.П. Психология и этика делового контакта. - Минск, 1996.
20. Щекин Г.В. Культура делового общения. - К., 1989.

Тема 2. Риторика і мистецтво презентації.

План

1. Поняття про ораторську (риторичну) компетенцію.
2. Публічний виступ як важливий засіб комунікації.
3. Мистецтво аргументації.
4. Техніка й тактика аргументування. Мовні засоби переконування.
5. Комунікативні вимоги до мовної поведінки під час публічного виступу.
6. Види публічного мовлення.
7. Презентація як різновид публічного мовлення.
8. Типи презентацій.
9. Мовленнєві, стилістичні й комунікативні принципи презентації.
10. Культура сприймання публічного виступу.

11. Уміння ставити запитання, уміння слухати.

1. Поняття ораторської (від лат. ого - "говорю") компетенції включає в себе такі **аспекти**:

- *Бездоганне володіння голосом.* Голос - звук, що утворюється в гортані ритмічним коливанням наближених одна до одної напружених голосових зв'язок під тиском виштовхуваного повітря. Виділяють такі властивості голосу:

1. *Тембр* (від фр. "ієґґ") - за цим прикметним забарвленням звуку розрізняють звукові тони тотожної висоти й завдяки йому звучання одного голосу відрізняється від іншого.

2. *Сила* - найвищий ступінь вияву голосу, його напруженість та інтенсивність.

3. *Темп* (тривалість) (іт. іетро від лат. ієтрш - "час") - спроможність людини довго, невтомно, говорити повними, чистими звуками.

4. *Звучність* - чітке, чисте, гучне й виразне звучання голосу.

5. *Діапазон* (від грец. 5іа лааоу (хорбюу) - "через усі струни"), або об'єм - кількість доступних для відтворення нот, залежить від наявних у голосі відносних нот і тонів.

6. *Рухливість* - здатність голосу змінювати висоту, силу, темп, залежно від змісту конкретного тексту, його настрою, а також від внутрішнього стану мовця.

7. *Злетність* (політ) - здатність голосу зберігати свою звучність у великому приміщенні, його спроможність виділятися на фоні інших звуків.

- *Досконале мовлення, якому притаманні такі риси:*

1. *Точність формулювань* - сувора відповідність між словом і поняттям, яке цим словом позначається.

2. *Стислість, небагатослівність мовлення*, в якому немає слів, не викликаних безпосередньою потребою. Багатослівність можлива лише тоді, коли є необхідність щось детально пояснити.

3. *Доречність мовлення* спрямовує всі мовленнєві засоби на досягнення поставленої мети. Для цього враховують як мету мовлення, так і умови спілкування: час, місце, склад слухачів, тема тощо.

4. *Зрозумілість, доступність мовлення* зводиться до відбору фактів, аргументів, мовленнєвих засобів із максимальним урахуванням можливостей сприйняття мовлення в конкретній аудиторії.

5. *Виразність* - передача думок та почуттів мовця, спрямована на відповідну реакцію слухачів. Виразність досягається правильною вимовою, вдалим поділом на фрази, інтонаційним багатством мовлення, хорошою дикцією, наявністю смислових пауз, умотивованістю смислових наголосів.

6. *Своєрідність, оригінальність* реалізується в умінні користуватися художніми образами, порівняннями, епітетами, метафорами, алегоріями тощо.

7. *Краса мови* - почуття естетичного задоволення, яке виникає в слухачів під впливом досконалої, бездоганної мови оратора.

- *Уміле використання парамовних* (парамова - це невербальне „звучання” повідомлень, тобто манера вираження слів у мовленні [2, 3]) і невербальних засобів.

2. Публічний виступ є випробовуванням рівня риторичної компетентності фахівця-професіонала. Розрізняють **три основні фази творчої діяльності промовця**: докомунікативна (підготовча), комунікативна (власне виступ перед аудиторією), посткомунікативна (аналіз проголошеного виступу).

I . Докомунікативна фаза - це підготовча фаза у творчій діяльності оратора, яка складається з таких елементів:

- визначення теми, виду й мети виступу;
- підбір матеріалів з урахуванням майбутньої аудиторії;
- композиційно-логічне оформлення виступу, підбір доказів, робота над мовою й стилем виступу, репетиція виступу.

У процесі підготовки до виступу особливого значення набувають такі допоміжні засоби, як складання конспекту, плану й тез.

Конспект (від лат. сошресіш - "огляд") - це короткий виклад твору, що містить найсуттєвіші факти, положення й висновки книги. Конспектування розвиває вміння точно мислити й говорити, вибирати лаконічну форму, обдумувати прочитаний матеріал.

План (від лат. ріапит - "площина") виступу ділить текст на співмірні частини, сприяє однотипності способу викладу, а також точності й чіткості формулювань.

Тези (від гр. 0εαц - "положення, твердження") - принципові положення, які ще мають бути роз'яснені й обґрунтовані під час проголошення доповіді; в них немає полеміки, фактів.

II. Комунікативна фаза включає в себе:

- сам виступ перед аудиторією;
- контакт із слухачами - стосунки між лектором та аудиторією, які складаються під час виступу під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів (темп лекції, час виступу, знань, методичної майстерності оратора, його ерудиції, авторитету тощо) і виражаються у ступені інтересу й уваги слухачів до живого слова.

Під час виступу промовець повинен дотримуватись таких *правил*:

1. Не варто зловживати занадто довгими реченнями.
2. Не слід перевантажувати мову іншомовними словами, професійними термінами, абстрактними поняттями.
3. Не треба переобтяжувати виступ зайвими подробицями.
4. Не варто захоплюватися безособовими конструкціями типу "було проведено.", "розроблено..." тощо.
5. Доречно дібрані приклади, порівняння й висновки урізноманітнюють виступ.

III. Посткомунікативна фаза передбачає обов'язковий аналіз проголошеного виступу й усунення можливих недоліків і помилок.

3. Аргументи (від лат. агдитепіит - "розповідь, доказ, тема") - це ті істинні судження, якими користуються при доведенні тези [1]. Аргументація як інтелектуальна діяльність із пошуку підстав і доказів, їх аналізу й відбору, цілеспрямованого розгляду альтернативних версій з їх перевіркою та оцінюванням логічних наслідків, із вибором найбільш ефективних рішень, а також виявом найбільш переконливих для адресата засобів обґрунтування, складає стрижень будь-якої інформаційної роботи й пронизує будь-які комунікативні процеси [13]. Аргументація - це найскладніша фаза переконання,

що вимагає знань, концентрації уваги, присутності духу, напористості й коректності висловлень, необхідності володіння матеріалом і чіткого визначення завдань.

Основні правила аргументування:

1. Використання простих, ясних, точних і переконливих понять, оскільки багато неясних і неточних аргументів утруднює сприймання.
2. Спосіб і темп аргументації повинні відповідати особливостям темпераменту виконавця:
 - доводи (певне міркування або факт, що наводиться як доказ чого-небудь) й докази (незаперечні доводи), роз'яснені окремо, набагато ефективніше досягають мети, чим якщо їх піднести все відразу;
 - 3 - 4 яскраві доводи досягають більшого ефекту, ніж безліч середніх аргументів;
 - аргументація не повинна бути декларативною;
 - точно розставлені паузи більшу дієві, ніж суцільний словесний потік;
 - активна побудова фрази.
3. Аргументування має проводитися коректно по відношенню до співбесідника:
 - відкрито визнання його правоти, коли той має рацію;
 - уникати порожніх фраз, вони свідчать про ослаблення уваги.
4. Треба пристосувати аргументи до особи виконавця:
 - будувати аргументацію з урахуванням цілей і мотивів співбесідника;
 - не забувати, що "зайва" переконливість викликає відсіч;
 - уникати неділових виразів і формулювань;
 - спробувати якомога наочніше викласти свої докази, ідеї і міркування.
5. Застосування наочних допоміжних засобів підвищує увагу й активність співбесідника, знижує абстрактність викладу, допомагає краще пов'язати аргументи й тим самим забезпечити краще розуміння. Крім того, наочність доводів додає аргументації переконливості й документальності.

4. В аргументації виділяють дві основні конструкції:

- *доказову аргументацію*, коли необхідне щось довести або обґрунтувати;
- *контраргументацію*, за допомогою якої необхідно спростувати тези й твердження виконавця.

Переконливості виступу сприяють такі *фактори*:

1. Професійна компетентність.
2. Висока об'єктивність, достовірність і глибина викладу.
3. Ясність викладу, поєднання фактів і деталей, уникнення двозначності, плутанини, недовомовленості.
4. Максимальне використання наочності, загальновідомих асоціацій, мінімум абстрактності при викладі думок.
5. Постійна спрямованість на певний, заздалегідь обраний курс, мету або завдання й ознайомлення з ними співбесідників.
6. Поступове підвищення інтенсивності ділової бесіди, особливо під час переходу до завершального етапу.
7. Акцентування на основних положеннях і думках.
8. Елемент раптовості, що виражається в продуманому, але несподіваному й незвичайному для співбесідника представленні деталей і фактів.

9. "Насиченість" міркування - емоційне акцентування, що вимагає від співбесідника максимальної концентрації уваги, а також уміння зменшувати емоційність для закріплення думок і асоціацій.
10. Уміння не виходити за межі обговорюваного питання, наявність почуття іронії і гумору.

Тактика аргументації

1. Застосування аргументів упевнено, без особливих вагань.
2. Вибір необхідної техніки залежно від психологічних особливостей співбесідників.
3. Уникнення конфронтації:
 - а) розгляд критичних питань або на початку, або в кінці фази аргументації;
 - б) розгляд делікатних питань із співрозмовником наодинці до початку колективного обговорення;
 - в) вчасне оголошення перерви при обговоренні особливо складних питань.
4. "Стимулювання апетиту" - спочатку потрібно описати поточний стан справ з акцентом на можливі негативні наслідки, а потім указати варіанти можливих виходів із докладним обґрунтуванням всіх переваг.
5. Двостороннє аргументування - у цьому випадку вказують як на переваги, так і на слабкі сторони пропонованого рішення.
6. Черговість переваг і недоліків. Вирішальний вплив на формування позиції співбесідника має такий підхід, при якому спочатку перераховуються переваги, а потім недоліки.
7. Персоніфікація аргументування - спочатку треба з'ясувати позицію співрозмовника, а потім постаратися використати її у вашому аргументуванні.
8. Прийоми контраргументації. Бездоганна, на перший погляд, аргументація співбесідника має стати приводом задуматися над тим, чи дійсно правильні всі викладені твердження; чи можна виявити які-небудь суперечності; чи не є висновки помилковими або частково неточними.
9. Підбиття підсумків - на завершення обговорення обов'язково слід зробити висновки й запропонувати їх співрозмовникам.

Техніка аргументування

1. Фраза повинна включати не більше 11 - 13 слів.
2. Швидкість проголошення повинна бути не більше 2 - 3 слів у секунду.
3. Фраза, вимовлена без паузи довше 5 - 6 секунд, не сприймається співрозмовником.
4. Людина висловлює 80 % з того, що хоче повідомити, а слухачі сприймають не більше 70 % із цього, розуміють - 60 %, у пам'яті ж залишається від 25 до 10 %.
5. При імпульсивному, емоційному реагуванні зазвичай сприймається не більше третини інформації, бо стрес у цей момент блокує роботу мозку. Переконливість аргументів залежить від іміджу та статусу переконуючого:
 - більший і високий статус сприймається і як більш ґрунтовний;
 - статус, що обвинувачує, сприймається як більше високий;
 - у питаннях моралі, родини, побуту більш переконливі жінки, а в питаннях політики, бізнесу, техніки - чоловіки;
 - молодь і літні люди менш переконливі, а люди середнього років - більше;
 - до аргументів приємного співрозмовника ми ставимось поблажливо, а до аргументів неприємного - з упередженням.

На думку І. Монахової, найбільш дієвими є такі техніки аргументації:

- пред'явлення аргументів;
- розгортання аргументації;
- метод позитивних відповідей [15].

5. Володіння технікою і тактикою аргументування — найважливіше завдання оратора. Слід переконати слухачів зробити конкретні дії, а головний засіб досягнення цієї мети - постійна підтримка уваги та зацікавленості серед слухачів. Для вираження думки використовуються всі рівні мовної системи. Отже, щоб правильно говорити, треба *знати*:

- як вимовити слово (фонетико-стилістичний рівень);
- в яку граматичну форму його поставити (граматико-стилістичний рівень);
- яке слово чи словосполучення вибрати (лексико-стилістичний рівень);
- як розташувати слова в реченні (синтаксично-стилістичний рівень);
- як сконструювати зв'язний текст із певного набору речень (стилістичний рівень надфразової єдності);
- як засобами голосу передати необхідну інтонацію (стилістичний рівень інтонаційного контуру) [8].

До мовної поведінки оратора під час проголошення ним публічного виступу ставляться такі *комунікативні вимоги*:

1. Успіх публічного виступу передусім визначається його багатством, глибиною та новизною.
2. Логіка викладу змісту залежить від провідного типу мовлення:
 - розповідь складається зі вступу, зав'язки, розвитку дії, кульмінації та розв'язки;
 - в описі спочатку дається загальне враження про предмет, потім - характеристика окремих його частин, у кінці - узагальнюючий описовий висновок;
 - роздум може будуватися двома способами: від загального до конкретного (дедукція) або від конкретного до загального (індукція).
3. Виклад змісту підпорядковується основній думці, тема розкривається повно й не містить зайвих елементів.
4. Багатство, глибину і стрункість викладу змісту забезпечується відповідним мовним оформленням. Мовлення оратора повинне бути точним, лаконічним, небагатослівним, доречним, зрозумілим, доступним, виразним, оригінальним.
5. Етична спрямованість виступу виявляється в умінні оратора відрізнити за словесною формою правду від облуди, а також у тому, щоб його власні слова й діла не розходилися із загальноприйнятими моральними нормами.
6. Урахування особливостей аудиторії - вік, стать, професія, рівень обізнаності з темою виступу та ін.
7. Бездоганне опанування техніки мовлення. До технічних показників мовлення належать:
 - дихання - фізіологічна основа мовлення;
 - голос - головний інструмент оратора;
 - дикція (від лат. *gīssio* - "вимова") - чітке вимовляння звуків, слів, виразів;
 - орфоепія - правильна літературна вимова;

- інтонація (від лат. іпіопо - "голосно вимовляю") - ритміко-мелодійні властивості усного мовлення;
 - пауза (від грец. лашц - "перерва") - зупинка в мовленні;
 - темп (іт. іетро від лат. іетрш - "час") - швидкість вимовляння складів, слів, речень;
 - жестикуляція - рухи рук, міміка (рухи м'язів обличчя).
8. Уважне ставлення до особистості мовця - зовнішності, одягу, поведінки, характеру, поглядів на життя, рівня володіння ним невербальних засобів.

6. Усне публічне мовлення - це мистецтво говорити перед широким загалом, засіб пропаганди політичних, економічних і спеціальних наукових знань. Крім того, усне публічне мовлення впливає на організацію стосунків між людьми в діловій сфері, виступаючи важливим чинником виховання.

Залежно від мети, всі публічні виступи поділяють на три основних види:

- виступи, що мають донести до аудиторії певну інформацію (доповіді, лекції); такі виступи звертаються до розуму слухачів;
- виступи, спрямовані на переконання аудиторії у справедливості слів оратора (агітаційні промови, бесіди, дискусії); вони звертаються й до розуму, і до почуттів слухачів;
- виступи, розраховані на створення певного настрою в аудиторії (ювілейні промови); вони звертаються до почуттів слухачів.

Кожен вид усного публічного мовлення має свої жанри. **Лекція** (від лат. lēctiō - "читання") є формою пропаганди наукових знань [6]. В основу цього жанру покладено ґрунтовну науково-теоретичну базу. Як правило, предметом обговорення в лекції є проблеми, уже з'ясовані сучасною наукою. Форма лекції - монолог оратора.

У вступній частині лектор пояснює, у чому саме виявляється актуальність обраних питань, а також чому з ними має ознайомитися дана аудиторія. Оратор повинен активізувати увагу слухачів, зацікавити їх лекційним матеріалом і налаштувати на плідну співпрацю. В основній частині чітко й послідовно викладаються основні положення лекції. Для кращого сприймання лектор може заохочувати слухачів до співпраці, даючи змогу всім бажаючим самостійно зробити важливі висновки. В основній частині не повинно міститися більше семи вузлових питань. Як правило, повний текст лекції пишеться, однак постійне читання погіршує враження від виступу.

Бесіда є найпоширенішою формою спілкування, що ставить на меті обмін думками, інформацією, почуттями. Відповідно до мети спілкування й змісту виділяють такі різновиди бесід:

- ритуальні - бесіди, характерні для обрядів, звичаїв різних людських спільнот;
- глибинно-особистісні - бесіди, що відбуваються між близькими людьми;
- ділові - бесіди, спрямовані на вирішення певних виробничих питань.

В усному публічному мовленні бесіда - це типово агітаційний виступ, який проводиться з обмеженою кількістю учасників і охоплює порівняно незначне коло питань. На початку бесіди агітатор стисло й доступно викладає провідні положення свого виступу, а потім вступає в діалог із слухачами: відповідає на запитання, заохочує присутніх до розмови [9].

Доповідь - жанр усного публічного мовлення, що порушує важливі проблеми сьогодення.

Розрізняють такі *види доповідей*: 1. *Політична доповідь* - це публічний виступ, який проголошується державними або політичними діячами на масових зібраннях, з'їздах, конференціях, сесіях, форумах тощо. Така доповідь, з одного боку, має характер гострої злободенності, а з іншого, - базується на ґрунтовній науково-теоретичній основі.

2. *Звітна доповідь* - це публічний виступ, в якому посадова особа повідомляє вповноваженому зібранню про проведену колективом роботу, аналізує й оцінює її результати. За своєю побудовою такий різновид доповіді подібний до письмового звіту. Звітна доповідь не лише обговорюється, а й схвалюється зібранням; до окремих її частин можуть вноситися зміни; по доповіді обов'язково приймається рішення - програма майбутніх дій.

3. *Ділова доповідь* - це документ, що містить виклад певних питань із висновками й пропозиціями. У такій доповіді ставляться й розв'язуються назрілі в певній галузі життя проблеми й часто визначається практична мета. Текст ділової доповіді може обговорюватися, критикуватися, доповнюватися новими положеннями [9].

Виступ по доповіді - публічний виступ, який є безпосередньою реакцією на проголошену доповідь; тут оратор висловлює власну позицію з приводу одного або кількох питань, що висвітлювалися в доповіді. Для цього типу усного публічного мовлення характерні спонтанність, непередбачуваність. За регламентом такі виступи, як правило, тривають п'ять - десять хвилин;

Промова - це агітаційний виступ на мітингах або масових зборах; він охоплює одну значну тему, яка хвилює слухачів.

Розрізняють такі *види промов*:

1. *Мітингова промова* (від англ. meeting - "збори") має гостро політичний характер і завжди присвячується злободенній, суспільно значимій та хвилюючій проблемі. Такий виступ звертається до почуттів слухачів. Тематика мітингової промови не нова для аудиторії, тому оратор має виявити нові аспекти проблеми, наповнити її маловідомими фактами й аргументами. До такого типу промов тяжіють промови судові, дипломатичні, виборчі тощо.

2. *Агітаційна промова* (від лат. adhortatio - "приведення в рух, спонування") ставить на меті роз'яснити щось, зорієнтувати в чомусь; вона звернена переважно до емоцій, почуттів і уяви слухачів. Використовуючи яскраві образні засоби, оратор має психологічно вплинути на аудиторію.

3. *Ювілейна промова* (від лат. iubilatio - "ювілейний рік") присвячується певній даті, ювілеєві підприємства, організації, установи, також може бути виголошена на честь окремої особи, яка має заслуги перед суспільством, трудовим колективом.

Дискусія (від лат. discussio - "розгляд, дослідження") - форма колективного обговорення, мета якої - виявити істину через зіставлення різних поглядів, а також знайти правильне розв'язання проблеми. Під час такого обговорення виявляються різні позиції, а емоційно-інтелектуальний поштовх пробуджує бажання активно мислити.

Етапи організації дискусії:

1. Підготовчий етап передбачає окреслення теми дискусії й основних питань, що будуть винесені на колективне обговорення, вибір відповідної літератури для підготовки, визначення місця й часу проведення дискусії.

2. Основний етап є власне дискусією, що проводиться відповідно до питань порядку денного. Процесом обговорення керує ведучий. Учасники дискусії мають заздалегідь

підготуватися до обміну думками, уважно слухати виступи інших ораторів. Крім того, всі присутні на обговоренні повинні дотримуватися загальноприйнятих етичних норм поведінки.

3. Заключний етап - підбиття підсумків. Ведучий має оцінити повноту й глибину розкриття теми, новизну інформації, відзначити різні погляди, наголосити на значущих результатах обговорення [17].

Спростування - логічна операція, що спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези. Тезою спростування називають судження, за допомогою яких спростовується теза. Існують три засоби спростування:

- спростування тези (пряме і непряме);
- критика аргументів;
- виявлення неспроможності демонстрації.

Спростування тези, у свою чергу, здійснюється:

- спростуванням фактами;
- установленням хибності (або суперечності) наслідків, що випливають із тези;
- спростуванням тези через доведення антитези [1].

7. Презентація (від лат. *praesentatio* - "представлення, пред'явлення") - це узагальнений термін, що включає в себе не тільки представлення нової продукції, послуг чи якогось проекту. Під презентацією також розуміють звіти й різноманітні навчальні програми [10]. Специфіка презентації полягає у тому, що сторона, яка проводить презентацію, прагне того, щоб її відвідала максимальна кількість зацікавлених осіб-фахівців. Презентації влаштовують з приводу появи нової книги, товарів, відкриття магазинів, фестивалів тощо. Залежно від мети проведення презентації її проводять або більш офіційно (як інформаційну ділову зустріч у формі наради) або урочисто, у вільній формі (презентація фільму, книги, спектаклю). Доповнює офіційну частину, як правило, невеликий фуршет. На презентацію можуть запрошувати представників ЗМІ, журналістів, телебачення. Використовуються у разі необхідності візуальні мультимедійні системи (комп'ютер, плазменні панелі, відеопроєктори). Вести презентацію повинен або сам автор, або компетентна особа з гарними ораторськими здібностями.

Монолог-презентація - підготовлене, професійно спрямоване монологічне висловлювання, яке базується на результатах аналітичного дослідження певної економічної проблеми, має чітке логіко-композиційне оформлення й націлене на ефективне інформування, мотивування або переконання певної аудиторії з урахуванням її основних культурологічних характеристик.

Монолог-презентація - продукт мовленнєвої взаємодії учасників типових комунікативних ситуацій, у яких відбувається подальша конкретизація якостей самого висловлювання і критеріїв для виділення його різновидів. Такими критеріями, закладеними в структурі ситуації спілкування, є:

- предмет або об'єкт спілкування (їхні соціально-комунікативні ролі);
- ставлення відправника до предмету спілкування;
- умови комунікації (форма комунікації, канал зв'язку, час, місце спілкування).

На цій основі виділяють два види усної презентації - презентацію- доповідь та презентацію-рекламу.

1. *Усна презентація-довідь* - підготовлена, публічна, професійно спрямована індивідуальна промова, яка базується на результатах узагальнення фактичної бізнесової інформації, містить висновок щодо її застосування, має чітке логіко- композиційне оформлення й націлена на інформування членів команди про професійну діяльність або її оцінювання.

2. *Усна презентація-реклама* - підготовлена, публічна, професійно спрямована промова, що базується на результатах дослідження якості певного бізнес- продукту й визначенні його потенційного споживача, має чітке логіко- композиційне оформлення й націлене на мотивування або переконання клієнтів щодо його корисності [7].

У кожному з видів презентації можна виокремити три етапи засвоєння мовленнєвого матеріалу:

I етап - ознайомлення із зразком презентації та особливостями реалізації його комунікативного наміру, логіко-композиційної побудови, тактики усного публічного мовлення в рамках презентації-довіді і презентації-реклами.

II етап - формування вмінь реалізації комунікативного наміру, логіко-композиційної побудови й тактики усного публічного мовлення в межах презентації-довіді і презентації-реклами.

III етап - розвиток умінь для самостійної підготовки презентації-довіді або презентації-реклами.

8. Основні типи презентацій:

1. Торговельні презентації використовуються торговими агентами під час укладання угоди. Вони дають змогу за короткий час подати всю інформацію про товар, значно заощадивши час. На таких презентаціях роз'яснюються основні положення й переваги, які здобуває покупець. У торговельних презентаціях можуть використовуватись всі види презентацій.

2. Маркетингові презентації (від англ. tagkei - "ринок") використовуються при підготовці умов для майбутніх торговельних презентацій. їх застосовують для широкої аудиторії (проводяться на виставках-ярмарках або в офісі покупця), для навчання агентів із продажу. У маркетингових презентаціях можуть використовуватись всі види презентацій.

3. Навчальні презентації призначені для допомоги викладачеві; їх використовують для забезпечення зручного й наочного подання навчального матеріалу. Навчальні презентації поділяються на такі види:

- презентації-семінари;
- презентації для самоосвіти;
- презентації-порадники;
- презентації для клієнтів корпорацій.

На навчальних презентаціях можуть використовуватись усі види презентацій.

4. Корпоративні презентації (від лат. согрогаііо - "об'єднання") призначені для доведення інформації до акціонерів корпорації. Поділяються на такі типи:

- для акціонерів;

- щорічні звіти;
- електронні журнали;
- для служб, зайнятих роботою з персоналом;
- з питань інвестицій і фінансування.

9. Мова презентації передбачає передусім дотримання норм, прийнятих у культурі мови, якою здійснюється презентація. Успіх презентації залежить від того, наскільки правильно та адекватно оратори вживають лексико-граматичні й синтаксичні одиниці, стилістичні засоби, а також форми мовного етикету, властиві усному діловому мовленню. Існують такі *правила щодо мови презентації*:

1. Дотримання норм усного мовлення, без застосування складних синтаксичних конструкцій, характерних для письмового спілкування.
2. Надання переваги активним дієслівним формам та особовим займенникам першої особи однини та множини.
3. Уживання нормативної та нейтрально забарвленої лексики.
4. Переважне використання конкретної, а не абстрактної лексики, обмежене вживання вузькогалузевих термінів та професіоналізмів.
5. Періодичне використання повторів - ефективного засобу ритмічного оформлення висловлення.
6. Обмежене використання образних засобів мови (метафор, порівнянь, прислів'їв, приказок тощо).

Розрізняють такі основні етапи проведення презентації:

1. Початковий етап:
 - установлення контакту за допомогою приємних фраз для привернення уваги присутніх;
 - розповідь про власний досвід, пов'язаний із предметом презентації;
 - з'ясування за допомогою запитань рівня підготовленості аудиторії до презентації;
 - пояснення, чому саме цих людей запрошено.
2. Основний етап:
 - окреслення ходу проведення презентації і чітке визначення часу, необхідного для цього;
 - визначення проблеми;
 - з'ясування за допомогою запитань того, як аудиторія зрозуміла сказане;
 - використання аудіовізуальних та інших допоміжних засобів (таблиць, схем, діаграм);
 - формулювання пропозиції присутнім;
 - показ того, що саме може втратити кожен із присутніх, якщо не підтримає запропоновану ідею.
3. Завершальний етап:
 - вручення запрошеним гостям підготовлених матеріалів (буклетів, проспектів, схем тощо) та маленьких сувенірів;
 - відповіді на запитання запрошених;
 - подяка присутнім за те, що вони надали можливість представити їм нову ідею, а також сподівання на подальше спілкування і взаємодію [5].

10. Культура сприймання публічного виступу залежить насамперед від промовця — оратора. Але успіх риторика залежить значною мірою і від слухачів. Для здобуття позитивних результатів спілкування лектора й аудиторії слід дотримуватися певних вимог:

1. Психологічне налаштування оратора на майбутній виступ.
2. Орієнтація лектора в умовах спілкування. Лектор має визначити цілі та мотиви аудиторії, з'ясувати для себе її специфіку, знати час і місце проведення зустрічі.
3. Визначення мотивації аудиторії. Психологи виокремлюють такі види мотивів:
 - пов'язані із соціальною діяльністю (виступи колег за професією або відомих учених);
 - пізнавальні (коли слухачі хочуть задовольнити свою потребу пізнати щось важливе, значуще для себе);
 - соціальні (зустрічі, на яких висуваються кандидати в народні депутати);
 - особистісні (коли промовець - улюблений актор, письменник, громадський діяч, який чимось викликав у даний момент особливий інтерес до себе).
4. Цілеспрямованість зумовлена темою лекції або виступу, характером аудиторії, умовами спілкування. Розрізняють кілька типів цілей, що визначають вплив на аудиторію:
 - пробудження інтересу до нових знань і пошукової діяльності, до творчої активності, до розвитку потреби в самоосвіті;
 - передавання повідомлень, що мають практичну цінність;
 - формування певної системи оціночних суджень або зміна оцінок, що були зроблені раніше.
5. Підтримання уваги та зацікавленості аудиторії за допомогою таких прийомів:
 - запитання - відповіді: оратор ставить запитання й сам на них відповідає, висуває можливі сумніви й заперечення, з'ясовує їх і доходить певних висновків;
 - перехід від монологу до діалогу дозволяє долучити до процесу обговорення окремих учасників, активізувавши тим самим їхній інтерес;
 - створення проблемної ситуації: слухачам пропонується ситуація, що стимулює їх пізнавальну активність;
 - прийом новизни інформації, гіпотез змушує аудиторію припускати, міркувати;
 - опора на особистий досвід, думки, що завжди цікаві слухачам;
 - показ практичної значимості інформації;
 - використання гумору дозволяє швидко завоювати прихильність аудиторії;
 - стислий відступ від теми дає можливість слухачам "відпочити".

Отже, публічне спілкування, що реалізується говорінням лектора, промовця та слуханням аудиторії, передбачає активну мислительно-мнемічну діяльність людей, концентрацію і спрямованість їхньої уваги, інтерес до процесу прийняття та обробки інформації.

11. Уміння слухати (особливо опонента), ставити доречні і коректні запитання характеризує людину, яка володіє мовним етикетом спілкування. Відомий вислів: *Говори мало, слухай багато, а думай ще більше*. У будь-якій розмові, як правило, беруть участь мінімум двоє або й більше учасників. Тому кожному з них, щоб досягти своєї

мети, потрібно брати до уваги мету, інтереси, рівень поінформованості, особливості характеру й інші якості учасників діалогу - тобто виробляти ситуаційне бачення процесу спілкування, яке складається з *таких умінь і навичок*:

1. Здатність прогнозувати й моделювати ситуації, що можуть виникнути в майбутньому.
2. Уміння поводити себе в ситуації спілкування, яке відбувається "тут і зараз".
3. Здатність аналізувати ситуації.

У процесі підготовки до зустрічі й під час бесіди слід створити сприятливий психологічний клімат. Потрібно узгодити час і місце зустрічі так, щоб це було зручно для співбесідника. Успіх усієї ділової бесіди значною мірою визначається її початком, першими словами, якими обмінюються співбесідники. Головне завдання початкового етапу - встановлення довірливих, рівноправних стосунків.

Не слід вибачатися й виявляти ознаки невпевненості: "Вибачте, якщо я заважатиму...", "Дозвольте вас потурбувати...", "Я б хотів ще раз почути..." тощо. Не можна виявляти неповагу до співбесідника й теми розмови в словах типу "Давайте з вами швидко розглянемо." або "Я якраз випадково проходив повз Ваш заклад і вирішив до вас заскочити."

Неправильною є зайва наступальність саме в початковій фазі розмови: запитання, які відразу змушують співбесідника шукати контраргументи, займаючи таким чином оборонну, психологічно не зручну позицію.

Слід частіше звертатися до партнерів у спілкуванні, називати їх на ім'я та по батькові, показувати свою повагу до рівня їхньої поінформованості. Розрізняють такі *види слухання*:

- критичне - критичне осмислення отримуваної інформації (інколи упереджене);
- емпатичне (від гр. *εμπάθεια* - "виразність") - вчування в психологічний стан мовця, слухання-співпереживання;
- нереклексивне - вміння слухати партнера, не перебиваючи його;
- рефлексивне (від лат. *reflexio* - "звертання назад, відображення") - використання словесних форм, що підтверджують розуміння партнера: перефразування, резюмування, підтвердження, розпитування [3].

З точки зору мети постановки запитань розрізняють такі *запитання*:

1. Результативні, які допомагають одержати необхідну інформацію.
2. Функціональні для впорядкування перебігу бесіди:
 - функціонально-психологічні знімають напругу під час спілкування, забезпечують плавний перехід від однієї теми до іншої (напр., "Як ви себе почуваєте?");
 - запитання-фільтри ставляться для з'ясування рівня компетентності співбесідника для відповіді на запитання (напр., якими є його функціональні обов'язки).
3. Контрольні слугують для перевірки інформації, одержаної під час бесіди. За змістом запитання поділяють на:
 - запитання про факти;
 - запитання про знання;
 - запитання про думки.

Важливим є і вміння слухати, що включає в себе вміння:

- бути уважним і терплячим;
- слухати об'єктивно й неупереджено;

- підтримувати діалог;
- вибирати з почутого найцінніше, запам'ятовувати основні моменти бесіди [12].

Список використаних джерел

1. Арутюнов В. Х., Кирлик Д. П., Мішин В. М. Логічні основи теорії аргументації // Логіка: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ийр://1es1op.coш.ia/1o§ik/пшр8УЙ/1o§icИпі-o8поуі-Ieogiyi- аг§ишенIaI8Iyi-1o§ika-паусИaIпо-шеIойісИпіу-ро8іЬпк-Луа-8ашо8Ііупо§o-УІУсИеппуа-йI8I8Ip1іпi](http://1es1op.coш.ia/1o§ik/пшр8УЙ/1o§icИпі-o8поуі-Ieogiyi- аг§ишенIaI8Iyi-1o§ika-паусИaIпо-шеIойісИпіу-ро8іЬпк-Луа-8ашо8Ііупо§o-УІУсИеппуа-йI8I8Ip1іпi).
2. Вердербер Р., Вердербер К. Психология общения. - СПб: праймЕВРОЗНАК, 2003.
3. Теория и практика аргументации / Отв. ред. И. А. Герасимова. - М.: Институт философии РАН, 2001.
4. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации: Учеб. пособие. - М.: КНОРУС, 2010.
5. Голубовська І.В. Українська ділова мова: Дистанційна форма навчання: Навч.-мет. посіб. - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007.
6. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [кИр://pi<гаскпкі.сот.ia/17160512 /тепегігітепi /риB1icИпі_yi8Iipі](http://pi<гаскпкі.сот.ia/17160512 /тепегігітепi /риB1icИпі_yi8Iipі).
7. Ділова українська мова / За ред. О. Горбула. - К.: Знання, 2000.
8. Драб Н. Л. Навчання майбутніх економістів іншомовного професійно спрямованого монологічного мовлення (монологу-презентації німецькою мовою): Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Київ. нац. лінгв. ун-т [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [Ийр://^^.1іЬ.ia-ги.пeI/іпо<e/4638.Иіт1](http://^^.1іЬ.ia-ги.пeI/іпо<e/4638.Иіт1).
9. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. - 4-е изд. - М.: Дело, 2002.
10. Коваль А. П. Культура ділового мовлення. - К.: Вища шк., 1982.
11. Кодлер И. Успешная презентация. - М.: ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003.
12. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика: Навч. посібник. - К.: Вища шк., 2003.
13. Радчик Р. В. Про вміння слухати, розмовляти і ставити запитання (Техніка ділового спілкування журналіста) [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [іИр: // _оигп1іЬ. ипіу. кіеу.ia /іпгіех.ркp ? acI=arIicle&arііcIe= 1549](http://_оигп1іЬ. ипіу. кіеу.ia /іпгіех.ркp ? acI=arIicle&arііcIe= 1549).
14. Теория и практика аргументации / Отв. ред. И. А. Герасимова. - М.: Институт философии РАН, 2001.
15. Томан І. Мистецтво говорити / Пер. з чеської. - К.: Україна, 1996.
16. Учебник гипноза. Как уметь внушать и противостоять внушению / Сост. И. А. Монахова. - М.: РИПОЛ классик, 2010.
17. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. - К.: Вікар, 2002.
18. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс. Підручник. - К.: Літера ЛТД, 2003.

Тема 3. Культура усного фахового спілкування.

План

1. Особливості усного спілкування. Вимоги до усного ділового мовлення.
2. Способи впливу на людей під час безпосереднього спілкування.
3. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування. Стратегії поведінки під час ділової бесіди. Співбесіда з роботодавцем.
4. Етикет телефонної розмови.

1. Фахове спілкування має дві форми існування — писемну й усну. Беззаперечно, здійснюється професійна комунікація за допомогою мовних засобів. Усному мовному спілкуванню у порівнянні з писемним притаманні такі особливості, як: наявність співрозмовника в момент мовлення, кількісно визначеність аудиторії, реалізація у тексті-одиниці усного мовлення, частини тексту відділяються одна від одної інтонаційно, можливість фіксації електронними записуючими пристроями, зберігатися у

просторі й часі, емоційність, використання міміки й жестів (невербальних засобів комунікації), монологічність, діалогічність і полілогічність, первинність по відношенню до писемного, нерідко спонтанність, речення прості, часто неповні, можливі повтори окремих фраз, наявність більшої кількості формул мовного етикету. Здійснюється усне спілкування за допомогою звуків — мінімальних одиниць мовлення.

Без мови неможливе існування будь-якого людського колективу, виробництва, трудової діяльності, творчої праці. Головна складність в оволодінні усним мовленням полягає у необхідності визначати на слух, інтуїтивно доцільність чи недоцільність того чи іншого слова, звороту, інтонації, манери мови у кожному конкретному випадку. За висловом французького письменника Ларошфуко, істинне красномовство полягає в тому, щоб сказати все, що треба, але не більше. Отже, багато говорити і багато сказати — поняття не тотожні.

До усного ділового мовлення ставляться такі *вимоги*:

- 1) точність у формулюванні думки, недвозначність;
- 2) логічність;
- 3) стислість;
- 4) відповідність між змістом і мовними засобами;
- 5) відповідність між мовними засобами та обставинами мовлення;
- 6) відповідність між мовними засобами та стилем викладу;
- 7) вживання сталих словосполучень;
- 8) різноманітність мовних засобів;
- 9) нешаблонність у побудові висловлювання;
- 10) доречність;
- 11) виразність дикції;
- 12) відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Необхідно, щоб ці вимоги спиралися на знання літературних мовних норм і чуття мови (здатність відчувати належність слів до певного стилю, доречність вживання слів у певній ситуації). Загальна мовна культура визначається знанням норм літературної мови, ерудицією, світоглядом людини, культурою мислення, технікою мовлення. Усне професійне мовлення — це розмовно-літературне мовлення, що наближається до мовлення писемного.

2. Спосіб у широкому розумінні — це система дій, які використовуються в діяльності або взаємодії для досягнення мети. Серед **способів спілкування** виокремлюють: 1) ті, що слугують обміну інформацією (повідомлення); 2) ті, що використовуються з метою впливу одного суб'єкта (особи або групи осіб) на інший — формування, закріплення або зміна установок, поглядів, взаємин, почуттів, дій тощо.

До *психологічних способів впливу на людей* належать: 1) *навіювання* (не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, що містить готовий висновок); 2) *наслідування* (вияв активності індивіда, яка може бути наслідком власної ініціативи або результатом впливу інших людей, які розраховують на це й стимулюють певну поведінку різними засобами. Наслідування може бути як несвідомим, так і свідомим, цілеспрямованим); 3) *психічне зараження* (процес передавання емоційного стану відбувається від одного індивіда до іншого на несвідомому рівні. Індивід швидко переймається психічним станом інших людей); 4) *переконання* (використовують тоді,

коли хочуть вплинути на свідомість людини). Якщо дія трьох перших механізмів пов'язана переважно з некритичним ставленням людей до інформації, поведінки, емоцій тих, хто діє на них, то переконання передбачає критичне ставлення людини до тих, хто на неї впливає, логічне мислення. Переконання впливає не тільки на розум, а й на почуття, якщо звернення до інших супроводжується емоціями. Отже, переконання — це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, що відповідають вимогам суспільства [За матеріалами: Освіта.іа]. Переконати словом — мистецтво, якого навчаються протягом життя. Про виховну роль слова писали видатні педагоги — Антон Макаренко, Василь Сухомлинський. Відомий філософський вислів — "Одного неточно дібраного слова іноді досить, щоб зіпсувати все враження".

3. Серед індивідуальних форм професійного спілкування найбільш уживаними є *ділова бесіда та розмова по телефону*. Більшість плідних ідей виникає під час контакту думок. Саме тому поширеною є така **колективна форма** пошуку рішень, як *нарада* [За матеріалами: rihigisbiki.cot.ua/00000000/p8iBo1o8iya/...]. У попередній темі докладно йшлося про вимоги до ділової бесіди та охарактеризовано наради.

Співбесіда з роботодавцем є випробуванням рівня сформованості комунікативної (зокрема мовнокомунікативної) професійної компетентності випускника вишу. Як правило, співбесіді передуює ознайомлення керівника із резюме претендента на посаду. У сучасних умовах йдеться про конкурентоспроможність молодого фахівця не тільки на українському, а й на світовому ринку праці. Комунікативна мета відвідувача — схилити керівника до позитивного рішення; вплинути на нього за допомогою вербальних і невербальних засобів спілкування. Слід пам'ятати, що враження про людину складається вже у перші 15 секунд спілкування: спочатку це зачіска, одяг, взуття, аксесуари (сумка, барсетка, окуляри, парасолька), посмішка, хода. Усе повинно вказувати Вашу охайність, скромність, стриманість, повагу до роботодавця, гідність. Визначальну роль відіграє культура мовлення претендента на посаду.

Співбесіда триває, як правило, 10 — 15 хвилин. Умовно можна виділити такі її *етапи*: 1) підготовчий (оформлення та подання резюме — факсом, Інтернет-поштою, поштовим відправленням, особисто); 2) основний етап: ввічливе привітання, знайомство з роботодавцем, відповіді на запитання роботодавця, формулювання запитань до роботодавця, ввічливе прощання; 3) заключний етап — очікування результатів співбесіди.

4. Неможливо уявити собі сучасні ділові стосунки без телефонного зв'язку, який забезпечує безперервний двосторонній обмін інформацією на відстані. Майстерність телефонної розмови полягає в тому, щоб за короткий проміжок часу повідомити все необхідне і дістати відповідь. Запорукою успішного проведення службової телефонної розмови є компетентність, намагання оперативно вирішити проблему. Невміння розмовляти по телефону, виділити головне в інформації, чітко, стисло, грамотно і ввічливо висловлюватися може бути серйозним недоліком у професійній підготовці, бо зумовлює втрату робочого часу. Окрім того, занадто довгі телефонні розмови послаблюють інтерес та увагу. Тривалість службової телефонної розмови - приблизно 3 хв. Спілкування за допомогою телефону може утруднюватися через навколишній шум,

дефекти мови, сильний голос, невідповідний тон співрозмовника. Тому слід говорити виразно, в мікрофон слухавки, спокійно.

За змістом інформації службові *телефонні розмови поділяються* на розмови: а) до прийняття рішення; б) після прийняття рішення.

У телефонній розмові беруть участь ініціатор розмови та його абонент. Репліки їхнього діалогу містять повідомлення, запитання, спонукання. Телефонна розмова складається з таких *елементів*: 1) момент встановлення зв'язку (взаємне відрекомендування); 2) виклад суті справи (введення в курс справи, постановка питання, обговорення ситуації, відповідь); 3) закінчення розмови.

Момент встановлення зв'язку. На початку і під час телефонної розмови не слід забувати про формули ввічливості. Перші фрази слугують засобом відрекомендування сторін. Особа, яка знімає слухавку, називає себе зразу: "Макаренко біля телефону", "Соціальний педагог Ніколаєва", "Деканат природничого факультету", "Факультет фізкультури і спорту". У відповідь теж називають себе й установу: "Доброго ранку! Вас турбує наукова частина", "Добрий день! Власенко, газета "Універсум", "Добри вечір! Це Андрій Сергійович Зінченко". На анонімний дзвінок можна не відповідати й покласти слухавку. Якщо необхідно говорити з іншою особою, а не з тією, яка біля телефону, то звертаються так: "Білошицьку Марію Петрівну", "Перепрошую, чи не можна запросити до телефону директора педагогічного ліцею?", "Вибачте за турботу, покличете, будь ласка, до телефону методиста заочного відділення". Варіанти відповіді можуть бути такі: "Одну хвилинку, зараз підійде", "На жаль, Олег Семенович вийшов. Чи можу я йому щось передати?", "Директора немає. Є його заступник. Будете говорити?"

Виклад справи. Вміння вести діалог по телефону полягає в тому, щоб стисло передати суть питання, ситуації, дати конкретні відповіді. Щоб розмова не перетворилася на монолог, потрібно вчасно зробити паузу і тим самим дати співрозмовникові можливість висловити свою думку. Це створює певний ритм діалогу, запобігає перебиванню.

Закінчувати розмову мусить той, хто телефонує, — ініціатор. Якщо співрозмовник старший за віком, посадою або жіночої статі, слід дати можливість йому закінчити розмову. За певних обставин викликаний до телефону може ввічливо сказати, що поспішає закінчити розмову через нагальні справи, присутність у кабінеті відвідувачів або службової особи.

У телефонному спілкуванні керівника важливу роль відіграє його секретар. У його обов'язки і повноваження входить встановлювати контакт з потрібним абонентом від імені керівника, вести розмову в разі відсутності або зайнятості керівника, за його дорученням відповідати на дзвінки з проблем, які входять до компетенції секретаря. Майстерність секретаря як службовця полягає в тому, щоб правильно визначити важливість та терміновість телефонного дзвінка, захистити інтереси керівника, не образити абонента, створити у нього гарне враження про установу, до якої він телефонує.

Телефонограма є особливим видом термінового повідомлення, переданим по телефону, це один із видів усного ділового листування. Текст диктується і записується секретарем, правильність перевіряється повторним читанням, вказуються прізвища осіб (секретарів), що передавали й приймали інформацію, дата і час. Активно використовують факс як засіб передання документів та іншої інформації на відстань.

Список використаних джерел

1. Шевчук С. Українське ділове мовлення / С. В. Шевчук. — К.: Літера, 2000.
2. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні. Модульний курс. Видання 3-є, перероблене та доповнене. Навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2008.

Тема 4. Форми колективного обговорення професійних проблем.

План

1. Наради і збори як форми прийняття колективного рішення. Дискусія.
2. Мистецтво перемовин.
3. «Мозковий штурм» як евристична форма колективного обговорення проблеми. Технологія проведення «Мозкового штурму».

1. Професійне ділове спілкування є найважливішим елементом взаєморозуміння фахівців, а також це певне відображення суспільних і професійних взаємостосунків. Якщо взаєморозуміння, контактність у колективі має високий рівень організованості та системності, це дозволяє уникати конфліктів. Природою і причинами виникнення та можливими шляхами уникнення конфліктів займається наукова дисципліна конфліктологія (від лат. *сопїїсіш* - зіткнення).

У кожному колективі можуть виникати конфлікти або проблеми (від грец. *проблєта* - задача, завдання) через порушення етичних, професійних та інших норм. Це може призвести до руйнації колективу. Етичні норми - це правила загальної культури поведінки: культура мовлення, особиста культура, культура робочого місця, культура доцільного і ефективного використання робочого часу тощо.

Професійна проблема виникає в колективі, де немає стабільності кадрового складу, якісного виконання посадових обов'язків, організованості та системності в роботі, відсутній безконфліктний соціально-психологічний клімат, грамотне розподілення функціональних обов'язків, культура управління тощо.

Формами колективного обговорення і вирішення професійних проблем є наради, збори, засідання, перемовини, дискусії. Таке використання колективного інтелекту вважається одним із найважливіших і найефективніших засобів вирішення питань будь-якого ступеня складності.

Нарада - це засідання, присвячене обговоренню певних питань, дій, заходів. Вони бувають запланованими, регулярними чи позаплановими.

З погляду мети розрізняють оперативні, навчальні, інформативні, роз'яснювальні, інструктивні, диспетчерські, проблемні, урочисті, звітно- виборні та ін.

Оперативна нарада - «п'ятихвилинка» призначена для передачі інформації «знизу» керівникові про стан справ. Головна думка - стислість повідомлення (23 хвилини) і проведення цих нарад у точно визначений час (за графіком). При цьому використовують телефон, селектор, радіо, комп'ютерну мережу.

Навчальні наради поширені в тих колективах, які «йдуть в ногу з життям» і хочуть бути на крок вперед від конкурентів. Вони надають учасникам нові знання, допомагають оптимізувати теоретико-практичну підготовку до виконання поставлених завдань, реалізувати свій потенціал у колективі.

Інформаційні наради знайомлять з певними даними, новими завданнями, планами тощо.

Роз'яснювальні наради мають за мету формування стратегічного і фактичного плану підрозділу, переконують учасників наради у доцільності певного рішення, готують підстави для прийняття важливого рішення.

Інструктивна нарада - це передача вказівок і розпоряджень, рішень адміністративних органів.

Проблемні наради призначені для вирішення складних питань, ситуацій, конфліктів і т.д., що виникають у колективі. Проведення таких нарад вимагає дисциплінарних і етикетних норм, коректності, тактовності, доброзичливості.

Диспетчерські (іноді їх об'єднують з оперативними) наради охоплюють такі етапи: збір потрібної інформації, її опрацювання та ухвалення без скликання учасників певного колективу. При цьому використовуються технічні засоби зв'язку. У закордонному менеджменті - дуже поширений вид нарад.

Урочиста нарада присвячена будь-якій визначній даті або події. Має свій порядок денний, куди включені виступи запрошених артистів тощо.

Звітно-виборні наради розподіляють обов'язки і посади між членами певного колективу. При проведенні використовується голосування, що слід передбачити при визначенні порядку денного.

За ходом проведення наради можуть бути адміністративними, автократичними, сегрегативними, дискусійними і довільними.

Адміністративна нарада вважається застарілим, неефективним видом, де зберігається ієрархія установи, головною є думка керівника, а його виступ має наказовий стиль. Виступи підлеглих обмежені та рецензовані керівниками підрозділів.

Сегрегативна (від лат. *segregatio* - відокремлення) нарада повністю залежить від керівника, який сам складає програму, порядок денний, визначає склад учасників і їх виступи. Зустрічається в колективах з «морським» типом управління, принцип якого: «Я - керівник, ти - дурень», «Ти - керівник, я - дурень».

Довільна нарада проводиться тоді, коли без порядку денного співробітники вирішують важливу проблему, загальний стан справ, питання нових напрямків. На такій нараді мають бути присутні особи, що компетентні з усіх питань порядку денного.

Автократична (абсолютна) нарада може бути поширена в колективі, де форма правління - «морський» тип, тому всі питання такої наради - в центрі уваги керівника, а їх розв'язання залежить від його волі та бажання.

Існують інші класифікації нарад, але основне, що потрібно пам'ятати, що це традиційний метод управління, який може бути високоефективним лише за умов активного обміну корисними думками підготовлених учасників.

Останнім часом важливою формою ділового спілкування вважається **ділова нарада**, тривалість якої не повинна перевищувати півтори - двох годин.

Рішення про проведення наради приймає *керівник, який повинен визначити:*

- хто буде проводити нараду;
- час проведення (день тижня, час);
- місце проведення;
- склад присутніх;
- тема і мета наради;
- перелік обговорюваних питань;
- склад доповідачів;

- підготовка необхідних документів тощо.

Після відпрацювання порядку денного, підготовки доповіді та проекту рішення учасникам заздалегідь розсилається письмовий документ - інформація про порядок денний, предмет обговорення. *Порядок денний* має стандартну схему:

1. Доповідь компетентної особи з головного питання порядку денного.
2. Коментар юриста (якщо це доцільно).
3. Виступи працівників, що мають високий рівень підготовки та професійних навичок.
4. Заключне слово голови наради.
5. Прийняття рішень.

Нарада починається процедурою обрання головуєчого, секретаря, комісії з вироблення тексту рішення.

Під час наради кожен учасник має свої функціональні обов'язки та права. Від головуєчого залежить успішне проведення наради. Він стежить за регламентом і порядком, відповідністю інформаційних виступів тощо. Кожен виступаючий повинен назвати себе, говорити коротко, по темі, доброзичливо. Секретар веде протокол, чітко відпрацьовує необхідні документи. Останнє слово на нараді - головуєчому, що узагальнює висновки, оголошує підсумки.

Дискусійна (полемічна) нарада - демократичний різновид нарад, де на першому місці - ефективний і конструктивний розв'язок важливих для колективу проблем. Тут кожен має право вільно викладати свою думку, щось пропонувати, стверджувати чи заперечувати. Такі наради, як і ряд інших, характерні для «континентального» типу управління, що побудований на ідеалі гідності кожної людини, яка вміє реалізувати себе і задоволена як матеріально, так і духовно в результатах своєї праці.

Дискусія (лат. *disputatio* - вивчення, розгляд) - широке обговорення якогось спірного питання. Під час дискусії необхідно уміти швидко визначити головні проблеми й зосередити зусилля на їх розв'язанні. Слід пам'ятати таке правило: «Поступись опонентів усім, чим можна поступитися, і не стверджуй нічого такого, чого не можеш довести».

Виступ під час дискусії - це роздум проблемного характеру, в якому виступаючий намагається знайти вирішення певної проблеми чи складного питання. Цей виступ будується так: у виступі мають бути **вступна частина** (вказівка на те, що говоритиме виступаючий і чому), **основна частина** (виклад власних поглядів на певну проблему чи питання, докази), **висновки** (пропозиції).

Під час такого виступу часто використовують ілюстративний матеріал для доведення основної думки (тези) висловлювання. Одним із видів доказу є посилання на авторитет. Обов'язково слід назвати ім'я та прізвище авторитетної людини, її твір тощо. Початок виступу - «ефект перших фраз» - має вирішальне значення, тому слід його добре обдумати.

Російський професор В.Т. Лісовський, який багато років займався методикою диспутів, склав «Пам'ятку учаснику дискусії», в якій сформулював *основні правила ведення полеміки*:

1. Перед тим як сперечатися, подумайте, про що ви будете говорити.
2. Сперечайтесь чесно і щиро, не перекручуйте думок і слів товаришів.

3. Починаючи дискусію, ясно і чітко сформулюйте положення, котрі будете відстоювати, доводити. Ці тези повинні залишатися незмінними протягом усієї дискусії.
4. Пам'ятайте, що найкращим доказом чи спростуванням є точні і незаперечні факти.
5. Доводячи і спростовуючи, говоріть ясно, просто, чітко, точно. Намагайтеся говорити своїми словами.
6. Якщо доведено хибність думки, майте мужність визнати правоту свого «противника».
7. Закінчуючи виступ підведіть підсумки, сформулюйте висновки.
8. Пам'ятайте, що головне в дискусії - аргументи, логіка, доведення. Міміка, жести, вигуки як аргументи не приймаються.

Не слід обирати предметом дискусії проблему, що є аксіомою і не потребує доведення; як говорив Арістотель, слід обирати теми, що «потребують роботи думки».

У таких жанрах, як дискусія, полеміка, диспут, дебати, суперечка важливого значення набуває **еристика** - риторика діалогічного мовлення. Існують *загальні правила, технологія і культура еристики*, про які потрібно знати кожній освіченій людині. Ось деякі з них:

1. До будь-якої дискусії потрібно ретельно готуватися і зважуватися на неї тільки тоді, коли ви відчуваєте себе впевнено.
2. Вступайте у суперечку з рівною собі людиною за фахом, інтересами або людиною, яка є для вас авторитетом.
3. Чітко визначте предмет суперечки, її мету.
4. Підготуйте себе морально як до перемоги, так і до поразки.
5. До свого опонента ставтеся з повагою, толерантністю, спокійно та згідно.
6. Використовуйте різні види питань: вступні, зустрічні, провокаційні, альтернативні тощо.
7. Користуйтеся золотими правилами етикету.

У школі практикують проведення уроків-дискусій. Сюди відносять: урок- діалог, урок-диспут, урок запитань і відповідей, урок - «круглий стіл», урок - «проблемний стіл», урок-семінар, урок-суд, урок-телеміст тощо.

Такі уроки плануються і проводяться після вивчення певної теми з метою поглиблення і систематизації знань школярів. Вони розширюють досвід спілкування, оскільки особлива увага під час їх проведення приділяється саме формуванню вмінь запитувати і відповідати, дискутувати, розв'язувати спірні питання.

Збори - це зустріч, зібрання членів певного колективу, організації з метою спільного осмислення актуального для установи питання.

Проведення зборів (громадських сходів) має давню традицію. Громадський побут наших предків був тісно пов'язаний з сільською територіальною общиною - громадою, що була органом місцевого самоуправління. На основі **звичаєвого** права, деякі з норм якого сформувалися ще в період Київської Русі, вирішувались питання, пов'язані з земельною власністю, успадкуванням майна, орендою тощо. Специфічною само управлінською рисою селянської громади був **загальний схід** - збори представників від усіх господарств. Як правило, це був глава сім'ї - батько, якого міг замінити повнолітній син або дружина. Право голосу мали і вдови, що самотійно вели господарство.

Найчастіше сільські сходи збиралися на майдані біля церкви чи управи. На Лівобережжі були навіть спеціальні приміщення для общинних зібрань - **зборні**.

У різних регіонах України загальний схід мав назви громадський сход, віче, копа, копні збори.

У наш час збори у колективі приурочені одному якомусь питанню події і наближені до схеми проведення нарад. Про збори повідомляють оголошення, що містять таку інформацію:

- тема зборів;
- мета;
- час початку і закінчення зборів;
- місце проведення;
- прізвища і посади доповідачів;
- перелік обговорюваних питань;
- час, відведений на кожне питання.
- Головуючий відповідає за організацію ходу зборів. Рішення (ухвала зборів) може готуватися двома шляхами:
 - спеціально обрана комісія готує проект, який заслуховують на засіданні, обговорюють, доповнюють, після чого рішення затверджується;
 - головуєчий прямо на засіданні підбиває підсумки обговорення та формулює рішення.

2. Перемовини (переговори) - це:

- 1) розмова, бесіда з метою обмінятися думками або домовитися про щось;
- 2) обговорення чого-небудь з метою з'ясування яких-небудь умов, обставин, укладання угоди.

Уміння успішно проводити ділові переговори сьогодні стало невід'ємною частиною професійної культури службовця, менеджера, референта, керівника всіх рівнів.

Ефект перемовин залежить від того, як учасники готуються до них, знають, якими принципами слід керуватися на окремих етапах, чи вміють контролювати свою поведінку під час бесіди, чи вміють перетворити розмову на результативний діалог, чи враховують особливості психології партнера.

Для *успішного проведення перемовин* слід врахувати таке: 1. Перед початком зустрічі з учасниками перемовин необхідно з'ясувати: Якої мети заплановано досягти? Що для цього потрібно (документи)? Хто братиме участь у перемовинах? Які основні питання слід обговорити? тощо.

2. Враховувати особливості партнера (партнерів) - вікові, національні, професійні, культурно-освітні тощо.
3. Спілкуватися бажано мовою партнера.
4. Досконале знання змісту, теми, мети перемовин допоможе у створенні спільного інформаційного поля.
5. Тактовна демонстрація професійної спорідненості.
6. Проявляти інтерес до проблем співрозмовника.
7. Уміти захищати свої інтереси, дотримуючись норм ділової критики, переконуючого мовлення.
8. Доступно і логічно викладати свої думки, стисло формулювати питання.

9. Уміти створити «ефект візуального іміджу» - доброзичливий погляд, стримування своїх емоцій.
10. Використовувати «ефект перших фраз» - вмілий початок перемовин.
11. Володіти технікою вирівнювання напруження (надати партнеру можливість виговоритися, підкреслення його значущості тощо).
12. Уміти дати відповідь опоненту. Тут ефективним буде прийом «так - але», який передбачає, що перші слова будуть стверджувальними незалежно від того, чи має партнер рацію, чи ні.

3. «Мозковий штурм» («мозкова атака») - вільне накопичення значної кількості ідей з певної теми спочатку без критичного осмислення, тобто принцип *першого* етапу: більше слухай, а менше говори. Принцип *другого* етапу: май розвинуте мовлення і миттєву мовленнєву реакцію, впевненість у собі. *Третій* етап: умій налагоджувати контакт зі співрозмовниками гідним способом. При цьому слід пам'ятати про комунікативний намір, тобто дії - проінформувати, переконати, навіяти, спонукати до дії.

«Мозковий (розумовий) штурм» - один із видів інноваційних методів, що використовується в школі.

Повідомивши тему уроку, назву тексту чи якесь слово, учитель пропонує учням протягом декількох хвилин самотійно записати все те, що вони знають чи думають з цієї теми чи проблеми. Спочатку школярі працюють індивідуально, потім - у парах, де вони обговорюють і розповідають один одному все, що їм відомо з цієї проблеми. Після чого вчитель пропонує учням поділитися своїми знаннями з класом, а сам слідкує, чи розуміють учні матеріал, як іде процес оволодіння мовленням тощо. Після завершення роботи відбувається дискусія, обговорення різних поглядів на певну проблему, де переважає **педагогічний діалог**, при якому учитель - комунікативний лідер. Під час обміну інформацією відбувається *процес комунікативного впливу*:

- монологічна комунікація - передача готових знань, аксіоматичних повідомлень (правила, норми, рекомендації). Така комунікація допомагає чітко визначити мету повідомлення, організувати текст, власну поведінку;
- діалогічна комунікація передбачає один просторовий рівень, де всі учасники бачать один одного і автора інформації. Діалогічна форма впливу допомагає транслювати складну за змістом інформацію. Сила діалогічної комунікації закладена у принципах діалогу.

Діалог (від гр. *διαλογος*) - розмова, суперечка, обмін думками двох або кількох осіб.

Основна властивість діалогу - чергування реплік, якими обмінюються мовці. Комунікативний лідер повинен досконало використовувати як репліки - стимули (започатковують розмову, дискусію), так і репліки - реакції (репліки - відповіді, підсумкові репліки).

Репліка (фр. *rep^lie*) - стисле висловлення, зауваження одного співбесідника на слова іншого.

Список використаних джерел

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. - К.: ВЦ «Академія», 2004.
2. Библик С.П., Сюта Г.М. Ділові документи та правові папери. - Харків: Фоліо, 2008.

3. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. - Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004.
4. Зубков М.Г. Сучасне ділове мовлення. - Харків: Книж. клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2007.
5. Кочан І.М., Захлюпана Н.М. Словник-довідник із методики викладання української мови. - [2-ге вид., випр. і допов.] - Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2005.
6. Методика навчання української мови в початковій школі: Навч.-метод. посібник для студентів вищих навчальних закладів / За наук. ред. М.С. Васьуленка. - К.: Літера ЛТД, 2010.
7. Москаленко В.В. Соціальна психологія: Підручник. - К.: Центр навч. літератури, 2005.
8. Охріменко Н.Д., Підгурська В.Ю. Культура ділової комунікації: Навч.-метод. посібник. - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2005.
9. Погиба Л.Г. та ін. Складання ділових паперів. Практикум: Навч. посіб. - 2-ге вид., стереотип. - К.: Либідь, 2004.
10. Сергійчук З.О., Цілина М.М. Українська мова за професійним спрямуванням: Навч. посіб. для дистанц. навч. - К.: Ун-т «Україна», 2004.
11. Шевчук С.В. Ділове мовлення. Модульний курс: Підручник. - К.: Літера ЛТД, 2005.

гті ^ Л ТТ* • * ^ •• 1 • *-»•• • ••

Тема 5.1. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації.

План

1. Класифікація документів.
2. Національний стандарт України.
3. Вимоги до змісту та розташування реквізитів.
4. Вимоги до бланків документів.
5. Оформлювання сторінки.
6. Вимоги до тексту документа.

1. Усі наявні в обігу **документи можуть бути згруповані** за такими ознаками:

1. За найменуванням - телеграми, довідки, листи, звіти тощо.
2. За особливістю організації обігу: внутрішні документи, що стосуються внутрішніх питань установи й не виходять за її межі; вхідні документи, що підлягають реєстрації та не підлягають реєстрації; вихідні документи;
3. За походженням - службові (створюються в установі, напр. телефонограма, довідка) та особисті (укладаються конкретними особами - заяви, пояснювальні записки тощо).
4. За призначенням - розпорядчі, статутні, виконавчі, інформаційні.
5. За структурними ознаками або за формою - регламентовані (стандартні) та нерегламентовані (нестандартні).
6. За кількістю порушуваних питань: односкладні документи - містять інформацію щодо одного певного питання; складні - містять інформацію щодо двох і більше питань.
7. За строками виконання: термінові документи, що виконуються у строки, встановлені законом, відповідним правовим актом, керівником, а також документи із позначкою "терміново"; дуже термінові документи; безстрокові документи, які виконуються в строки, визначені керівництвом підприємства (організації, установи, фірми).
8. За змістом інформації - документи з адміністративних питань, бухгалтерського обліку, підготовки й розстановки кадрів, фінансово-кредитних операцій та ін.
9. За стадіями створення - чорнові, оригінальні й копії.
10. За рівнем доступу: загальнодоступні документи; документи для службового користування, що містять конфіденційну інформацію; секретні документи, тобто такі, які містять таємну інформацію.

11. За строками зберігання - постійного й тимчасового збереження.
12. За юридичною силою: документи, що мають юридичну силу; документи, що не мають юридичної сили (ще не набули, не можуть мати, втратили юридичну чинність).
13. За послідовністю створення: оригінал - примірник службового документа, що перший і єдиний набуває чинності; копія - документ, що містить точне знакове відтворення змісту чи документної інформації іншого документа і в окремих випадках - деяких зовнішніх ознак; витяг із документа - засвідчена копія частини тексту службового документа; дублікат - повторно оформлений службовий документ, замість втраченого чи пошкодженого оригіналу, що має таку саму юридичну силу.
14. За строками зберігання: документи постійного зберігання; документи тимчасового зберігання (тривалого - понад 10 років і тимчасового - до 10 років); належністю до сфери приватного життя та інших сфер життя суспільства: документи особового походження; документи офіційного походження; рівнем узагальнення інформації: первинний документ; вторинний документ і т. д. [1].
15. За технікою відтворення - рукописні й відтворені механічним способом.
16. За носієм інформації - традиційні (з паперовою основою), аудіовізуальні, електронні документи; на диску, фотоплівці, на магнітній стрічці, перфострічці.

2. Національний стандарт поширюється на організаційно-розпорядчі документи - постанови, розпорядження, накази, положення, рішення, протоколи, акти, листи тощо, створювані в результаті діяльності:

- органів державної влади України, органів місцевого самоврядування;
- підприємств, установ, організацій та їх об'єднань усіх форм власності.

Стандарт установлює:

1. Склад реквізитів документів (зображення Державного герба України, герба Автономної Республіки Крим; зображення емблеми організації або товарного знака (знака обслуговування); зображення нагород; код організації; код форми документа; назва організації вищого рівня; назва організації; назва структурного підрозділу організації; довідкові дані про організацію; назва виду документа; дата документа; реєстраційний індекс документа; посилання на реєстраційний індекс і дату документа, на який дають відповідь; місце складення або видання документа; гриф обмеження доступу до документа; адресат; гриф затвердження документа; резолюція; заголовок до тексту документа; відмітка про контроль; текст документа; відмітка про наявність додатків; підпис; гриф погодження документа; візи документа; відбиток печатки; відмітка про засвідчення копії; прізвище виконавця й номер його телефону; відмітка про виконання документа й направлення його до справи; відмітка про наявність документа в електронній формі; відмітка про надходження документа до організації; запис про державну реєстрацію).
2. Вимоги до змісту й розташовування реквізитів документів.
3. Вимоги до бланків та оформлювання документів.
4. Вимоги до документів, що їх виготовляють за допомогою друкувальних засобів.

У змісті Національного стандарту містяться такі *компоненти*:

1. Сфера застосування.
2. Нормативні посилання.
3. Терміни та визначення понять.

4. Склад реквізитів документів.
5. Вимоги до змісту та розташовування реквізитів документів.
6. Вимоги до бланків документів та оформлювання документів.
7. Вимоги до документів, що їх виготовляють за допомогою друкувальних засобів.
8. Додаток А. Схеми розташованості реквізитів документів.
9. Додаток Б. Зразки бланків документів.
10. Додаток В. Приклади оформлювання документів.
11. Додаток Г. Бібліографія [13].

3. Реквізити (від лат. *ge^sh8iit* - "необхідне") - це структурні елементи, із яких складається документ. *Основні реквізити:*

1. Державний герб України зображується на бланках державних установ, друкованих органів державної влади й державного управління, на службових посвідченнях, на штампах з обов'язковим додержанням пропорцій зображення герба. Розміщується посередині бланка або в кутку над серединою рядка з назвою організації.
2. Емблема (від грец. *et^l^eta* - "вставка, випукла прикраса") організації чи підприємства - умовне символічне графічне зображення, що реєструється відповідним чином. Емблемою організації можуть бути діючий товарний знак, малюнок, аббревіатура, всілякі комбіновані зображення. При кутовому розміщенні реквізитів емблема розташовується у верхньому лівому куті аркуша, а при повздовжньому - посередині верхньої частини сторінки.
3. Зображення державних нагород відтворюється у верхньому лівому кутку або посередині документа.
4. Код підприємства, організації, установи пишеться у верхньому правому кутку.
5. Код форми документа вказується у верхньому правому кутку або посередині сторінки.
6. Назва міністерства або відомства пишеться у верхньому лівому кутку або посередині сторінки.
7. Повна назва підприємства, організації, установи - автора документа вказується у верхньому лівому кутку.
8. Назва структурного підрозділу пишеться у верхньому лівому кутку.
9. Індекс підприємства зв'язку, поштова й телеграфна адреса установи розташовується у верхньому лівому кутку й оформляється відповідно до поштових правил, напр.: вул. Велика Бердичівська, 40, м. Житомир, 10008, т. 3727-63
10. Назва виду документа пишеться зліва або посередині сторінки.
11. Дата підписання або затвердження пишеться зверху на бланку поруч з індексом. На документах, оформлених не на бланках, - під текстом зліва.
12. Індекс документа включає в себе три пари арабських цифр, де перша пара - індекс структурного підрозділу, друга - номер справи за номенклатурою для підрозділу, третя - порядковий номер за журналом обліку. Індекс пишеться у верхній частині зліва.
13. Посилання на індекс та дату вхідного документа пишеться у верхній частині зліва. Складається з дати та індексу, вказаних у документі організацією, яка видала документ.
14. Місце укладання чи видання вказується у верхній частині зліва. Містить назву населеного пункту, де оформлювався документ.

15. Гриф обмеження доступу до документа вживається праворуч під кодом форми. Записується із середини рядка "для службового користування", "таємно", "цілком таємно".
16. Інформація про адресата вказується у верхній частині сторінки. Складається з назви установи, підрозділу, посади, прізвища, ініціалів особи, поштової адреси.
17. Гриф затвердження вживається у верхній правій частині документа. Складається зі слова „ЗАТВЕРДЖУЮ", назви посади, особистого підпису, ініціалів та прізвища особи, що затвердила документ, і дати.
18. Резолюція пишеться в правому верхньому кутку. Складається із прізвища, ініціалів виконавця, якому відправлений документ; указівки щодо виконання документа; терміну виконання документа; особистого підпису керівника; дати.
19. Заголовок до тексту стисло відображає основний зміст документа, розміщується під назвою.
20. Відмітка про контроль ставиться з лівого боку у верхній частині поля першої сторінки документа. Її проставляють за формою "К" або "Контроль".
21. Текст документа складається зі вступу, доказів, закінчення. Розташовується на всю ширину сторінки.
22. Відмітка про наявність додатка пишеться ліворуч у верхній половині сторінки.
23. Підпис складається з таких елементів: зазначення посади (із лівого боку), власне підпису, ініціалів й прізвища особи, що підписала документ (праворуч).
24. Гриф узгодження розташовується нижче реквізиту "Підпис" або на окремій сторінці. Складається зі слова "УЗГОДЖЕНО", назви посади службової особи, із якою узгоджується документ, та назви установи, особистого підпису, його розшифрування, дати.
25. Віза складається з особистого підпису особи, котра візує, та дати. Ставиться на першому примірнику документа.
26. Печатка прикладається до документів, що вимагають особливого засвідчення. Гербова печатка прикладається до документів, які засвідчують юридичні або фізичні права осіб, а також до статутів, положень тощо. Прості печатки прикладають до документів, що виходять за межі організацій.
27. Відмітка про засвідчення копій. У правому верхньому кутку пишеться слово "копія", під реквізитом "підпис" слово "правильно", дата, посада виконавця, підпис і його розшифрування. За потреби підпис завіряється печаткою.
28. Прізвище виконавця, та номер його телефону ставиться в нижньому лівому кутку. Складається з прізвища виконавця й номеру його службового телефону.
29. Відмітка про виконання документа й направлення його до справи розміщується в лівій або центральній частині нижнього поля першої сторінки документа. Містить такі елементи: стислу довідку про виконання; слова "ДО СПРАВИ" та номер справи, до якої має бути підшитий документ; дату скерування документа до справи; підпис керівника структурного підрозділу або виконавця.
30. Відмітка про перенесення відомостей на машинний носій розміщується після тексту в нижній частині документа. Складається із запису "Інформація перенесена на машинний носій"; підпису особи, відповідальної за перенесення даних; дату перенесення.

31. Відмітка про надходження розташовується праворуч на нижньому полі лівої сторінки документа. Складається зі скороченої назви організації, що отримала документ та дати його надходження.

4. Згідно із законом України "Про інформацію" (стаття 27), документ - це передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання й поширення інформації шляхом фіксації її на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці або на іншому носіїві. Первинний документ - це документ, що містить в собі вихідну інформацію. Вторинний документ - це документ, що являє собою результат аналітико-синтетичної та іншої переробки одного або кількох документів [8].

Формуляр документа [11] - це сукупність розміщених у встановленій послідовності реквізитів документа. Формуляр ділового папера має містити всі необхідні для оперативної роботи відомості. Закріплення за реквізитами постійних місць робить документи зручними для сприймання, спрощує їх обробку, дає можливість застосовувати технічні засоби.

Документи з високим рівнем стандартизації створюють за затвердженою формою, тобто відповідно до формуляра-зразка. *Формуляр-зразок* - це єдина модель побудови комплексу документів, яка встановлює сукупність реквізитів, властивих документам цього комплексу, розміщених в усталеній послідовності [7]. Типові формуляри служать базою для проектування бланків окремих видів документів.

Бланк (від фр. *Blanc* - "білий") - це друкована стандартна форма документа з реквізитами, що містять постійну інформацію [17]. Найпоширенішими є бланки службових листів, довідок, актів, наказів. Усі основні документи повинні друкуватися на бланках, їх застосування підвищує культуру праці управління, надає інформації офіційного характеру, полегшує виконання й подальше використання документів. Особлива увага приділяється чіткості надрукованого тексту, грамотності й культурі спілкування.

На загальному бланку можна друкувати всі види документів, що дуже зручно, оскільки це робить бланк універсальним і дає змогу виготовляти його великим тиражем. Реквізити в документі розміщують з урахуванням послідовності операцій, його підготовки, оформлення й виконання. Кожному реквізиту, який містить постійну інформацію, відводиться суворо обмежений обсяг, достатній для розташування максимальної кількості друкованих знаків.

Бланки кожного виду документів повинні виготовлятися на основі кутового (прапорного) або повздовжнього (центрованого) розміщення заголовкової частини (заголовка). Друкуються бланки у друкарні на білому папері світлих тонів фарбами насиченого кольору [12].

5. Організаційно-розпорядчі документи оформляють на папері формату А 4 (297 x 210) та А 5 (148 x 210). Для зручності обробки документів з усіх боків залишаються вільні місця - т. зв. поля. Поле з лівого боку 35 мм; воно використовується для резолюцій та інших позначок, а також дає можливість вільно читати текст підшитого до справи документа. Праворуч залишається поле 8 мм (це зберігає текст від пошкоджень). Треба мати на увазі, що праворуч рядки тексту закінчуються на неоднаковій відстані від краю

аркуша, бо в ділових паперах, як правило, уникають переносу слів. Проте лінія правого поля не має бути аж надто ламаною.

Верхнє поле повинно мати 20 мм. Тут розміщуються позначки діловода. Нижнє поле не може бути меншим за 19 (для формату А 4) - 16 мм (для формату А 5).

Якщо текст документа займає більше, ніж один аркуш паперу, то на наступний аркуш не можна переносити лише підписи. Окрім підписів, там має бути не менше двох рядків тексту.

На сторінці документа також *не бажано*:

- відривати один рядок тексту чи слово від попереднього абзацу;
- починати один рядок нового абзацу на сторінці, що закінчується, краще почати новий абзац на наступній сторінці;
- переносити слово на межі сторінок, слід перенести це слово на нову сторінку.

Тексти документів постійного обертання друкують на одному боці аркуша. Документи зі строком зберігання до 5 років можна друкувати на лицьовому і зворотному боці аркуша.

Лише перша сторінка документа друкується на бланку, друга ж і наступні - на чистих аркушах паперу (аркуші повинні мати той самий розмір і папір тієї ж якості, що й папір, на якому надруковано бланк).

У документах, які оформляються на двох і більше аркушах паперу, другий і наступні за ним аркуші нумеруються. Як правило, номери проставляються посередині верхнього поля на відстані не менше 10 мм від верхнього краю без слова "сторінка" й пунктуаційних знаків.

Якщо текст друкується з обох боків аркуша, то непарні сторінки позначаються у правому верхньому кутку, парні - у лівому верхньому кутку аркуша.

6. Текст документа містить інформацію, заради зафіксування якої було створено документ. Організації здійснюють діловодство, ведуть документацію і листування українською мовою. У населених пунктах країни, де більшість населення становлять громадяни, які належать до національних меншин, тексти документів у внутрішньому діловодстві, поряд із державною мовою, можна складати мовою відповідної національної меншини в порядку, встановленому законодавством.

Документи, які надсилають зарубіжним адресатам, оформлюються українською або мовою країни адресата чи однією з мов міжнародного спілкування.

Текст документа повинен бути викладений стисло, грамотно, зрозуміло, без повторів та вживання слів і зворотів, які не несуть смислового навантаження.

Текст оформлюють у вигляді суцільного складного тексту, анкети, таблиці або поєднання цих форм.

Якщо частини тексту мають різні смислові аспекти, або текст документа містить декілька рішень, висновків тощо, його треба розбити на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, які нумерують арабськими цифрами і друкують з абзацу [13].

До мови документа ставляться такі вимоги:

1. Об'єктивність змісту документа виявляється у формах вираження в ньому громадянських інтересів. Особистий момент в оцінці фактів, подій, виробничих ситуацій повинен бути зведений до мінімуму. Отже, переважаюча форма оцінки ситуацій - це

констатація дій установи, вже здійснених чи здійснюваних. Напр.: "університет просить.", "комбінатові потрібні." тощо.

2. Логічна послідовність виражається в таких факторах:

- тісний логічний зв'язок між усіма компонентами;
- чітко виявлені причиново-наслідкові зв'язки між фактами;
- чітке членування тексту на окремі пункти;
- логічне підкреслення черговості;
- конкретизація якогось місця в документі.

3. Повнота інформації виражається в тому, що всі необхідні для правильного розуміння документа складники думки мають у тексті своє словесне вираження, нічого не треба домислювати. У документі не може бути недомовок і двозначностей.

4. Ясність викладу забезпечується насамперед точним добором потрібного слова, правильним користуванням термінами, униканням професіоналізмів тощо. Велике значення має чітке формулювання думки й позбавлення зайвих слів, які тільки ускладнюють розуміння тексту.

5. Точність опису тісно пов'язана з ясністю викладу, бо чим краще працівник розуміє суть справи, тим точніше він про неї висловлюється й тим яснішою справа буде для всіх, хто ознайомиться з документами.

6. Свобода від суперечностей виражається в таких факторах:

- аргументи в тексті не повинні суперечити один одному;
- зміст подається у відповідній синтаксичній формі (напр., прохання не може подаватися у формі наказу);
- не можна використовувати слів із різних стилів мовлення.

7. Переконливість забезпечується обґрунтуванням висловленої в документі думки, доказовістю матеріалу, точністю в доборі фактів і цифрових даних. Лаконічність виражається у відсутності зайвих слів, повторень, розтягнутої аргументації, плутанини в деталях.

Список використаних джерел

1. Бездрабко В. В. Класифікація документів: здобутки і нагальні завдання сьогодення [Електронний ресурс]. - Режим доступу: iiir.org.ua/pogla1/pashga1/Muui/I8I/2009_22/023.Mt.
2. Глущик С. В., Дияк О. В., Шевчук С. В. Сучасні ділові папери. - К.: А.С.К., 2000.
3. Голубовська І. В. Українська ділова мова: Дистанційна форма навчання: Навчально-методичний посібник для студентів нефілологічних спеціальностей. - Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2007.
4. Голубовська І. В., Левківська О. А. Українська мова професійного спрямування: Навчально-методичний посібник для самостійної роботи студентів нефілологічних спеціальностей (денної та заочної форм навчання). - Житомир: Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2007.
5. Гриценко Т. Б. Етика ділового спілкування [Електронний ресурс]. - Режим доступу: iiir.org.ua/pshgasiipiki.org.ua/17160512/tepegtketpi/riB1ieIpi_yI8Iiri.
6. Гутброт Г. Профессиональное деловое общение / Пер. с англ. И. В. Козырь. - М.: Волтерс Клувер, 2007.
7. Ділова українська мова / За ред. О. Горбула. - К.: Знання, 2000.
8. Закон України Про інформацію [Електронний ресурс]. - Режим доступу: iiir.org.ua/csi-Bip/1a^8/taip.csi?npges=2657-12.
9. Зарицька І. М., Чикаліна І. О. Українське ділове мовлення. - Донецьк, 1974.

10. Климова К. Я. Теорія і практика формування мовнокомунікативної професійної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей педагогічних університетів: Монографія. - Житомир ПП: "Рута", 2011.
11. Коваль А. П. Культура ділового мовлення. - К.: Вища шк., 1982.
12. Мас Н. І. Організація сучасного діловодства. Конспект лекцій для студентів спеціальностей 7.020101 - культурологія, 7.020105 - документознавство та інформаційна діяльність денної та заочної форм навчання. - Одеса; Наука і техніка, 2006.
13. Національний стандарт України. Державна уніфікована система документації. Вимоги до оформлення документів ДСТУ 4163-2003 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://гакоп.паи.иа> /<os/?iі<= 1041.6457.
14. Підгурська В. Ю. Культура професійного мовлення: Навч. посіб. - Житомир: Вид-во ЖДУ імені І. Франка, 2009.
15. Чмут Т. К., Чайка Г. Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. - К.: Вікар, 2002.
16. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс. Підручник. - К.: Літера ЛТД, 2003.
17. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення. - К.: Літера, 2000.

Тема 5.2. Документація з кадрово-контрактних питань.

План

1. Резюме. Автобіографія.
2. Характеристика. Рекомендаційний лист.
3. Заява. Види заяв.
4. Наказ щодо особового складу. Трудова книжка. Особовий листок з обліку кадрів.
5. Трудовий договір. Контракт. Трудова угода.

1. Резюме (від фр. *résumé*) вживається у двох значеннях: 1) стислий виклад суті написаного, сказаного чи прочитаного; стислий висновок, заключний висновок чого-небудь; 2) діловий документ, у якому стисло викладаються особисті, освітні та професійні відомості про особу.

Як документ, резюме подається до установи, що оголосила конкурс на заміщення вакантної посади. Це своєрідне представлення майбутнього працівника роботодавцю. Характерною особливістю документа є стислість: його обсяг, як правило, не виходить за межі однієї сторінки. При цьому резюме повинно бути детальним і точним. Кожне нове повідомлення пишеться з абзацу. У графі "Додаткові відомості" автор повідомляє будь-яку важливу для працевлаштування інформацію: володіння іноземними мовами і комп'ютером, уміння керувати автомобілем, участь у наукових конференціях, наявність друкованих праць, громадську діяльність, особисті якості. У документі може зазначатися мета його укладання (посада, на яку претендує автор) і бажана заробітна плата. Після ознайомлення з резюме керівництво установи запрошує на співбесіду найбільш перспективних кандидатів. Якщо претендент відповідає висунутим вимогам, він обіймає пропонувану посаду з наступним оформленням необхідних документів.

Реквізити резюме:

1. Назва виду документа.
2. Текст документа, що містить таку інформацію:
 - прізвище, ім'я, по батькові;
 - домашня адреса, телефон, електронна адреса;
 - мета написання документа;
 - особисті дані (дата народження, сімейний стан);
 - відомості про освіту (повне найменування всіх навчальних закладів);

- відомості про професійний досвід (повна назва посад і місця роботи);
 - додаткові відомості.
3. Дата.
 4. Підпис претендента на посаду.

Автобіографія (від гр. *αὐτός* — сам, *βίος* — життя, *γράφω* — пишу) — документ, у якому особа в хронологічній послідовності описує своє життя від народження до часу складання документа. Розрізняють такі її види: *автобіографія-розповідь* (має описову довільну форму); *автобіографія- документ* (точно викладаються основні факти життя); *автобіографія-документ спеціального призначення* (детально вказуються усі факти біографії укладача і

його родичів). Документ пишеться від руки в одному примірнику. Усі відомості викладаються від першої особи. Автобіографія повинна бути вичерпною і разом з тим лаконічною. Кожне нове повідомлення пишеться з абзацу. *Реквізити автобіографії:*

1. Назва виду документа.
2. Текст, у якому зазначаються:
 - прізвище, ім'я, по батькові особи;
 - дата народження: число, місяць (літерами), рік;
 - місце народження (пишуться як у свідоцтві про народження);
 - відомості про навчання (повна назва навчальних закладів, спеціальностей);
 - перебування на військовій службі;
 - відомості про трудову і громадську діяльність (повна назва місць роботи та посад);
 - стислі відомості про склад сім'ї: якщо неодружені, відомості про батька, матір, сестер, братів, якщо вони не мають своєї сім'ї (прізвище, ім'я, по батькові, рік народження, місце навчання чи роботи, посада); якщо одружені, дані про дружину, чоловіка, дітей.
 - домашня адреса, номер телефону.
3. Дата написання.
4. Підпис особи.

2. Характеристика (від гр. *σβασις* — той, що є відмінною рисою, особливий) — це документ, у якому в офіційній формі подається комплексна оцінка професійних та особистісних якостей працівника, службовця, студента та ін. як члена колективу. Видається на прохання особи або на письмовий запит іншої установи. Обов'язковий документ при проведенні атестації, висуванні на виборну посаду, переведенні на інше місце роботи тощо. Укладається у двох екземплярах: один видається працівникові, а другий зберігається в особовій справі. Розрізняють такі **типи характеристики:** *атестаційна* (відображає підсумки атестування); *функціональна* (оцінює професійні й особистісні якості, необхідні для виконання певної роботи); *виробнича* (відображає рівень підготовки працівника, який складає кваліфікаційний іспит, укладається за результатами проходження виробничої практики або навчання). *Реквізити характеристики:*

1. Назва виду документа.
2. Заголовок (прізвище, ім'я, по батькові, посада, звання, кваліфікація, рік народження особи у родовому відмінку), освіта. Цей реквізит розташовується у стовпчик біля правого берега документа.

3. Текст, який містить такі відомості:

- дані про трудову діяльність: посада, стаж роботи за спеціальністю, професійна компетентність, переміщення по службі;
- оцінка ділових якостей: ставлення до службових обов'язків та трудової дисципліни, підвищення професійного рівня, уміння ставити цілі та ухвалювати рішення щодо їх досягнення;
- оцінка моральних якостей: професійна етика, стиль спілкування, стосунки зі співробітниками, відомості про нагороди, заохочення (стягнення);
- висновки;
- призначення (у разі потреби).

4. Підписи керівних осіб.

5. Печатка.

6. Дата складання.

Рекомендаційний (від лат. *гесоттеп'їаііо* доручення) **лист** — письмовий відгук про роботу, діяльність якої- небудь особи. Досить поширений вид ділової кореспонденції. Рекомендаційні листи складаються з різних причин: клопотання про підвищення на посаді, працевлаштування, збирання інформації про ділових партнерів. Автором документа може бути особа, яка добре знає рекомендованого, його професійні та особисті якості, сам має авторитет і визнання у своїй галузі, а також репутацію моральної людини. Рекомендації використовуються і в комерційному листуванні, коли починається співробітництво з якоюсь компанією. Збирають інформацію про її стабільність, платоспроможність, репутацію керівництва тощо. Якщо виникають якісь сумніви щодо потенційного партнера, роблять запит на рекомендацію. У листі зазначають назву фірми, вартість замовлення, яке вона зробила, і просять поради. Обов'язкове запевнення, що отримана інформація не буде розголошена. Є два **типи рекомендаційних листів**: *відкриті* (автор наголошує на позитивних якостях особи і погоджується взяти на себе певну відповідальність за претендента); *закриті* (автор не може високо оцінити фахові здібності працівника і не готовий за нього поручитися). Відкритий рекомендаційний лист можна писати лише тоді, коли його укладач давно і добре знає претендента і вважає, що він заслуговує на підтримку. Якщо є сумніви у професійних і особистих якостях людини, не варто давати рекомендацію. Цей документ не обов'язково повинен мати тільки схвальний характер, краще вказати на недоліки особи і тим самим запобігти можливим непорозумінням. Можна порадити, на якій посаді виявляться найкращі риси працівника і не матимуть значення його певні вади.

Реквізити рекомендаційного листа:

1. Назва документа (необов'язковий реквізит).

2. Заголовок (необов'язковий реквізит).

3. Текст, який містить такі відомості:

- пошанна форма звертання до посадової особи в кличному відмінку;
- прізвище, ім'я, по батькові рекомендованої особи;
- вказівка на термін співпраці чи знайомства з нею;
- докладна характеристика претендента з точки зору його професійних і особистісних якостей;
- тактовні зауваження щодо недоліків;

- висновок (безумовна рекомендація, рекомендація з деякими застереженнями, відсутність рекомендації).

4. Підпис.

5. Дата.

6. Контактні дані: телефон, адреса електронної пошти тощо.

3. Заява — документ, який містить прохання особи чи установи щодо здійснення своїх прав або захисту інтересів. Розрізняють такі *типи заяв*:

1. За функціональними ознаками: заяви-зобов'язання (прохання про надання позики), заяви про відкриття рахунка, позовні заяви, заяви про зарахування на посаду, заяви до житлово-комунальних органів тощо.

2. За походженням: *особисті* (від окремих осіб) та *офіційні* (від організацій і установ чи службових осіб, що їх представляють).

3. За місцем виникнення: *внутрішні* (мають чинність всередині установ і організацій); *зовнішні* (надходять від інших організацій і установ чи осіб).

4. За змістом: *вмотивовані* (вказується причина написання, для цього вживаються прийменники в зв'язку з, через) і *невмотивовані* (відсутня причина укладання).

5. За наявністю додатків: *прості* (не мають інших документів) і *складні* (містять додатки).

Заява пишеться від руки в одному примірнику.

Реквізити заяви:

1. Адресат (назва посади, установи, прізвище та ініціали керівника у давальному відмінку).

2. Адресант (посада, назва установи, прізвище, ім'я, по батькові у родовому відмінку, якщо потрібно, адреса і паспортні дані особи, що звертається із заявою).

Реквізити (1,2) пишуться праворуч на останній третині рядка у стовпчик.

3. Назва виду документа.

4. Текст.

5. Підстава (додаток): перелік документів, що додаються до заяви на підтвердження її правомірності.

6. Дата.

7. Підпис.

4. Особовий листок з обліку кадрів — обов'язковий документ особової справи працівників установ, організацій, що узагальнює автобіографічні відомості за допомогою їх запису у таблиці цього ділового папера. Його заповнюють під час зарахування на посаду, навчання, для участі в конкурсі тощо. Цей документ оформлюють керівники установ, викладачі, працівники органів суду, прокуратури, журналісти, інженери, техніки, перспективні працівники на керівні посади та ін. Особовий листок з обліку кадрів являє собою бланк, який вимагає точного і акуратного заповнення. Документ заповнює сам працівник кульковою ручкою, розбірливо, без виправлень. У наш час не вносять відомостей про партійну належність, національність, соціальне походження особи. Працівник обов'язково повинен наклеїти свою фотокартку у визначеному на бланку місці. Правильність записаної інформації в особовому листку з обліку кадрів (дати, назви підприємств, установ, організацій, посад, кваліфікації,

населених пунктів) звіряють з даними паспорта, трудової книжки, документа про освіту, військового квитка тощо.

Реквізити особового листка з обліку кадрів:

Назва виду документа.

Прізвище, ім'я, по батькові.

Дата і місце народження.

Фотографія особи, що заповнює документ.

Відомості про освіту.

Відомості про наукові ступені, вчені звання.

Якими мовами володіє.

Трудова діяльність.

Державні нагороди.

Вітчизняні, зарубіжні та міжнародні наукові відзнаки.

Відомості про родину.

Паспортні дані.

Домашня адреса.

Особистий підпис.

Дата заповнення документа.

Наказ щодо особового складу — розпорядчий документ, що видається керівником установи, організації, підприємства на правах єдиначальності, в межах його компетенції і стосується кадрових питань. У заголовку такого наказу зазначають: *щодо особового складу*. Документ регламентує призначення на посаду, звільнення, переміщення, відрядження, відпустки, заохочення, стягнення працівників. Він видається на підставі їх заяв, доповідних записок керівників структурних підрозділів, протоколів колегіальних органів тощо. Наказ щодо особового складу, за винятком окремих випадків, має лише розпорядчу частину. Кожен пункт наказу починається з дієслова в наказовій формі, що друкується великими буквами (ПРИЗНАЧИТИ, ПЕРЕВЕСТИ, ЗВІЛЬНИТИ, ОГЛОСИТИ), потім вказується прізвище, ім'я, по батькові працівника, його посада (вчений ступінь, звання, спеціальність, розряд), назва структурного підрозділу, дія, що оголошується документом. У кінці кожного пункту зазначається підстава для його складання. Якщо під однією датою видається кілька наказів, їх розміщують у такій послідовності: про призначення на посаду, переведення на іншу роботу, звільнення з посади, надання відпусток, заохочення, стягнення. У кожній групі питань прізвища працівників рекомендується розміщувати в алфавітному порядку. Залежно від змісту накази щодо особового складу укладаються за певними вимогами:

1. У наказах про прийняття на роботу обов'язково зазначають: на яку посаду призначити, до якого структурного підрозділу, з якої дати, вид зарахування на роботу (на постійну, тимчасову, за сумісництвом, за контрактом, з випробувальним терміном), особливі умови роботи (з прийняттям матеріальної відповідальності, зі скороченим робочим днем чи тижнем), умови платні (відповідно до штатного розкладу).
2. У наказах про переведення на іншу роботу вказують: з якої посади на яку, вид, термін (постійно, тимчасово), мотивування (реорганізація, скорочення, ліквідація підрозділу тощо).
3. У наказах про надання відпустки зазначають: вид відпустки (основна, додаткова, навчальна, декретна, без збереження заробітної плати, за сімейними обставинами, за

власний рахунок тощо), загальна кількість робочих днів, дата виходу у відпустку і повернення, за який період надано відпустку.

4. У наказах про звільнення вказують: дату, мотивування (власне бажання, вихід на пенсію, порушення закону, статуту підприємства, ліквідування організації та ін.) із зазначенням Кодексу закону про працю чи інших законів, статутів тощо.

Проект наказу у разі потреби погоджується з відповідними посадовими особами, коло яких встановлює керівник установи, організації тощо. Завізований проект документа підписує керівник, після чого наказ реєструється у книзі реєстрації наказів. Відповідальна особа відділу кадрів зобов'язана ознайомити зі змістом наказу згаданих осіб, а вони повинні розписатися в оригіналі, зазначивши дату ознайомлення. Наказ набуває чинності з моменту його підписання керівником. *Реквізити наказу:*

1. Назва міністерства, якому підпорядковується установа, організація, підприємство.
2. Повна назва установи, що видає наказ.
3. Назва виду документа.
4. Номер наказу (посередині).
5. Дата укладання (ліворуч).
6. Назва місця видання (праворуч).
7. Заголовок.
8. Підстава для складання.
9. Підпис керівника установи.
10. Печатка.

Трудова книжка — головний документ, що підтверджує трудову діяльність працівника. Вона служить для встановлення загального, безперервного й спеціального трудового стажу. Точність оформлення цього документа має велике значення для призначення пенсії.

Після зарахування на посаду трудова книжка заповнюється працівниками відділу кадрів у п'ятиденний термін. До неї заносяться відомості про роботу, переміщення, звільнення, заохочення працівника.

Трудова книжка зберігається у відділі кадрів, де працює її власник, і повертається йому у зв'язку зі звільненням чи виходом на пенсію. Працівник має право взяти документ на деякий час за заявою. У разі втрати трудової книжки дублікат видається за останнім місцем роботи.

Трудові книжки заповнюються українською мовою кульковою ручкою синім, фіолетовим або чорним кольором. Усі дати, крім дати укладання документа, записуються арабськими цифрами: число і місяць — двозначними, а рік — чотиризначними (04.08.2011). Інформація до трудової книжки вноситься після видання наказу (розпорядження) протягом тижня, а в разі звільнення у день звільнення. Працівник повинен ознайомитися з кожним записом, що робиться в документі, і розписатися в особовій картці. Відомості про працівника заповнюються на 1-й і 33-й титульних сторінках українською мовою. Прізвище, ім'я, по батькові записуються (повністю) і дата народження (числа цифрами, а місяць буквами) вказуються на підставі паспорта або свідоцтва про народження.

До розділу *Відомості про роботу* вносяться відомості, які характеризують трудову діяльність працівника: як заголовок пишеться повна назва установи, потім порядковий номер запису, дата прийняття на роботу, назва структурного підрозділу, а також назва

професії, посади відповідно до зазначених у "Єдиній державній класифікації професій всіх категорій працівників на підставі міжнародних стандартів", номер і дата наказу, розпорядження. Також з посиланням на дату, номер і назву відповідних документів вказується інформація про час служби в Збройних силах України, про час навчання у вищих, професійних та ін. закладах (коли документ видається при оформленні на посаду після їх закінчення), про період одержання допомоги через безробіття тощо. Якщо працівник не мав трудового стажу, пишеться: *"До вступу на роботу трудового стажу не мав(ла)"*. До цього ж розділу заносять відомості про переведення на іншу посаду, присвоєння розряду, рангу (для державних службовців), прийняття присяги державного службовця, про звільнення.

У розділі "Відомості про нагородження" надається інформація про нагородження державними нагородами України (відзнаками Президента України). Вказується повне найменування установи, порядковий номер запису, дата, ким нагороджений працівник, за які досягнення, якою нагородою, підстава внесення запису з посиланням на дату і назву документа.

У розділі "Відомості про заохочення" вносяться відомості про заохочення за успіхи у праці (відповідно до правил внутрішнього трудового розпорядку та статуту про дисципліну); про відкриття, на які видано дипломи; винаходи та раціоналізаторські пропозиції. Записи робляться за тими ж правилами, що й про нагороди.

Реквізити титульного аркуша трудової книжки:

1. Герб України.
2. Назва виду документа.
3. Серія, номер.
4. Прізвище, ім'я, по батькові.
5. Дата народження.
6. Дата заповнення.
7. Підпис власника книжки.
8. Підпис особи, відповідальної за видачу трудової книжки.
9. Печатка.

Далі книжка заповнюється за розділами:

1. Відомості про роботу.
2. Відомості про нагородження.
3. Відомості про заохочення.

5. Трудовий договір — це угода між особою, що наймається на роботу, та керівником установи, організації або уповноваженим ним органом. За цим документом працівник зобов'язується виконувати певну роботу, а керівник — виплачувати йому заробітну плату та забезпечувати належні умови праці. Договір вважають чинним тоді, коли сторони дійшли згоди з усіх пунктів і оформили його належним чином. Він укладається відповідно до нормативних актів, у двох примірниках, які зберігаються у кожної із сторін і мають однакову юридичну силу. *Реквізити договору:*

1. Назва виду документа.
2. Місце укладання.
3. Дата.

4. Вступна частина: повні назви сторін, їх представників (прізвище, ім'я, по батькові), повноваження, на підставі яких вони діють.
5. Текст до договору, який містить:
 - термін виконання;
 - кількісні та якісні показники роботи (продукції);
 - вартість роботи (продукції);
 - порядок виконання роботи;
 - порядок розрахунків між сторонами;
 - відповідальність сторін за невиконання договору;
 - порядок і місце розв'язання спорів;
 - форс-мажорні обставини; термін дії договору.
5. Юридичні адреси установ або паспортні дані осіб.
6. Підписи сторін.
7. Печатка установи або обох сторін, які уклали договір.

Контракт (від лат. сопігасіш — угода) — правовий документ, особлива форма трудового договору, що засвідчує угоду між установою, організацією чи підприємством і працівником про умови спільної виробничої та творчої діяльності. Термін його чинності, права й обов'язки сторін, їх відповідальність, умови матеріального забезпечення працівника, організації його роботи, умови розірвання договору встановлюються обоюсторонніми домовленостями контрактантів. Документ повинен відповідати закону і за змістом, і за формою. Кабінет Міністрів України 19 березня 1994 року затвердив положення про порядок укладання контрактів під час наймання на роботу працівників. Документ оформлюється як з ініціативи керівника, так і особи, яка зараховується на посаду. Контракт укладається у двох примірниках, які зберігаються у кожній із сторін і мають однакову юридичну силу. Він набуває чинності з моменту його підписання обома сторонами й діє протягом визначеного в ньому терміну. Документ може бути змінений за обоюсторонньою угодою, складеною у письмовій формі. Контракт є підставою для видання наказу про призначення на посаду.

Існує різниця між договором і контрактом. Контракт укладають на певний термін, а договір на період виконання якоїсь роботи або на невизначений строк. У контракті, на відміну від трудового договору, можуть обумовлюватися додаткові підстави для його розірвання, не передбачені чинним законодавством.

За контрактом зарплата та надання відпустки можуть визначатися керівником, а в договорі централізоване регулювання відпустки (за встановленим графіком). У контракті може передбачатися компенсація моральної та матеріальної шкоди, якщо його буде достроково розірвано з незалежних від працівника причин.

Реквізити контракту:

1. Назва виду документа із стислим обґрунтуванням його призначення (на виконання обов'язків, на управління підприємством тощо).
2. Дата й місце підписання.
3. Установа, що наймає працівника; прізвище, ім'я, по батькові її керівника.
4. Посада, прізвище, ім'я, по батькові працівника.
5. Термін дії контракту.
6. Текст, який має таку структуру:
 - загальні положення;

- обов'язки сторін (права й обов'язки працівника, характеристика його роботи, вимоги до якості її виконання; обов'язки установи щодо створення умов для продуктивної праці);
- оплата праці та соціально-побутове забезпечення працівника (посадовий оклад, надбавка до нього, щорічна оплачувана відпустка, соціальне страхування тощо);
- відповідальність сторін і вирішення спорів;
- зміни та розірвання контракту;
- адреси сторін та інші відомості.

7. Підписи сторін — укладачів контракту.

8. Печатка.

Трудова угода — документ, який регламентує відносини між установою і позаштатним працівником. Залучення професіоналів для виконання певних видів робіт відбувається у разі нестачі фахівців певної галузі. Трудова угода, укладена зі штатним працівником, визначає коло його доручень, які виходять за межі безпосередніх обов'язків.

Документ оформляється в декількох примірниках, один з яких предається виконавцю, а решта зберігається у справах установи-замовника. *Реквізити трудової угоди:*

1. Назва виду документа.
2. Дата й місце складання.
3. Перелік сторін, що уклали угоду.
4. Текст документа із зазначенням обов'язків виконавця й замовника.
5. Термін виконання й оплати роботи.
6. Юридичні адреси сторін.
7. Підписи.
8. Печатка установи.

Як правило, трудові договори й угоди, а також контракти складають юристи організацій, установ, підприємств. Є типові бланки цих документів. Працівник повинен дуже уважно вивчити їх зміст, узгодити незрозумілі питання і тільки потім ставити свій підпис.

Список використаних джерел

1. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2002.
2. Глушич С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. Сучасні ділові папери: Навч. посіб. для вищ. та серед. спец. нав. закл. 4-те вид., переробл. і допов. К.: А.С.К., 2005.
3. Ділова українська мова: Навч. посіб. / О.Д. Горбул, Л.І. Галузинська, Т.І. Ситнік, С.Я. Яременко; За ред. О.Д. Горбула. — К.: Т-во «Знання, КОО», 2000.
4. Зубков М.Г. Мова ділових паперів: Комплексний довідник. — Харків: Фоліо; Майдан, 2002.
5. Коленченко Алла. Рекомендаційний лист, характеристика, відгук: у чому відмінність // Секретар-референт. — березень. — 2006.
6. Кунь З. Й. Універсальний словник української мови.— Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2005.
7. Погиба Л.Г., Грибіниченко Т.О., Баган М.П. Складання ділових паперів. Практикум: Навч. посібник. — К.: Либідь, 2002.
8. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: Навч. посібник. — К.: Літера, 2000.

Тема 5.3. Довідково-інформаційні документи.

План

1. Прес-реліз. Повідомлення про захід.
2. Звіт. Службова записка. Рапорт.
3. Довідка.
4. Протокол. Витяг з протоколу.

1. Прес-реліз (від англ. *press* — преса і *release* — повідомлення) — документ, у якому подається коротке повідомлення для засобів масової інформації про якусь важливу подію або захід. Метою його написання є ознайомлення якомога більшої аудиторії з подією, що пов'язана з діяльністю установи, фірми, компанії, організації. Завдання документа — подати інформацію у найбільш вигідному чи важливому для них аспекті. За функціональним призначенням і терміном подання відносно події розрізняють такі *види прес-релізів*:

1. *Анонс* (від фр. *annonce* — оголошення) — попереднє оголошення. Має на меті ознайомити з подією задовго до того, як вона відбудеться.
2. *Запрошення*. Зацікавлена сторона надсилає ЗМІ (з урахуванням графіка їх роботи) запрошення взяти участь у заході або прес-конференції за кілька днів до їх проведення.
4. *Інформація*. Має завдання висвітлити подію, яка відбувається, одночасно з нею.
5. *Резюме*. Підбиває підсумки, робить висновки, визначає перспективи на майбутнє після закінчення події.

Для прес-релізу необхідно, щоб інформація була важливою для широкого кола людей, походила із джерела, що заслуговує на довіру, стосувалася актуальних подій, захищала інтереси населення, була пов'язана з відкриттями, що цікавлять широкий загал.

Щоб документ досяг мети, повідомляйте про ті події, які здатні привернути увагу громадськості, звертайтеся до ЗМІ, які найбільш позитивно відреагують на подію, запропонуйте назву публікації і додайте фотокартку до неї (читачі насамперед звертають увагу на фото й заголовки, а потім читають текст).

Обсяг прес-релізу, спосіб подання матеріалу, вибір мовних засобів спрямовані на те, щоб журналіст (редактор) зацікавився подією, прийняв рішення про доцільність участі в ній та її подальшого висвітлення.

Перед написанням документа визначте, яку інформацію слід надати, сформулюйте її одним-двома реченнями перед текстом і виділіть жирним шрифтом. Початкова фраза (мета повідомлення) у кількох вступних рядках повинна бути коротким викладом усього прес-релізу, наголошувати на найважливішому у ньому і відповідати на п'ять запитань: хто? що? де? коли? чому? Підберіть інтригуючий заголовок (у формі запитання, твердження, іноді парадоксального).

Текст має бути лаконічним, достовірним, інформативним. Якщо він перевищує дві сторінки, бажано робити підзаголовки до питань. Не потрібно перетворювати текст на один суцільний блок інформації, тому що він може відвернути увагу. Речення у прес-релізі мають бути короткими, але змістовними й зрозумілими. Уникайте жаргону, не використовуйте скорочень, не зловживайте малозрозумілими та вузьконауковими термінами, використовуйте більше дієслів активного стану.

Документ слід друкувати через півтора інтервала: це полегшує редакції наступну роботу з документом.

Щоб прес-реліз найбільш вигідно для установи висвітлив подію, потрібно тримати під контролем його публікацію: зателефонувати до видання, дізнатись, якому журналісту доручили роботу з документом. Це сприятиме встановленню особистих контактів з працівниками редакції, що полегшить співпрацю з ними. *Реквізити прес-релізу:*

1. Адресат (може зазначатися чи ні).
2. Назва виду документа.
3. Адресант: назва і логотип (від гр. 1одо8 — слово і іур08 — відбиток; комбінація початкових букв скороченої назви установи, фірми тощо у вигляді вензеля) установи, яка підготувала прес-реліз, контактна особа, номер телефону, поштова та електронна адреса для з'ясування більш детальної інформації. Реквізит може зазначатися в кінці документа (крім логотипу).
4. Заголовок.
5. Текст, який містить відомості про зміст події, організаторів, місце події, час, причини та її значення.
6. Дата розсилання. Може вказуватися на початку документа.

Повідомлення про захід — різновид службового листа, що адресується конкретній особі (організації), містить коротку інформацію про подію або захід і запрошення взяти в них участь. За змістом і формуляром документ подібний до оголошення про майбутню подію (організаційного оголошення) та запрошення. Інформація в ньому повинна викладатися ввічливо й коректно. *Реквізити:*

1. Шанобливе звертання до адресата у кличному відмінку (шановний, вельмишановний, глибокоповажний, глибокошановний, добродію, пане; прізвище, ім'я, по батькові).
2. Дата й час заходу.
3. Місце проведення.
4. Назва заходу.
5. Порядок денний, тематика події.
6. Прізвища, ініціали, посади доповідачів з кожного питання.
7. Маршрут і спосіб проїзду до місця заходу.
8. Прізвище, ініціали й телефон відповідальної особи.
9. Підпис голови колегіального органу або керівника установи.
10. Печатка установи (за потреби).

2. Звіт — документ, який містить інформацію про виконання певної роботи за визначений період часу.

Звіти бувають *статистичні* (цифрові), які пишуться на спеціальних бланках, і *текстові* — на звичайному папері за встановленим зразком.

Звіт допомагає вивчити, перевірити й узагальнити чийось роботу, знайти в ній позитивне і негативне, зробити висновки, намітити перспективи.

Документ повинен мати чітку композицію, бути логічним і послідовним у викладі інформації, стислим і точним у формулюваннях, містити вичерпні відповіді на всі пункти схеми, включати обґрунтовані висновки і пропозиції. Якщо звіт дуже великий за

обсягом, його доцільно поділити на частини з відповідними заголовками, наприклад: навчальна робота, патріотичне виховання, формування здорового способу життя, моральне виховання тощо). *Реквізити:*

Гриф затвердження (ліворуч) — для зовнішніх звітів.

Штамп установи — для зовнішніх документів.

Назва виду документа.

Заголовок (назва виду діяльності, посада, місце роботи (навчання), прізвище та ініціали укладача, звітний період).

Текст, який має такі частини:

- вступ (зазначається коло завдань, які були поставлені перед установою, відділом чи особою за звітний період);
- основна частина (містить точний опис і аналіз виконаної роботи з наведенням позитивних і негативних прикладів);
- висновки (пропозиції, критичні зауваження щодо вдосконалення методів чи форм роботи, перспективи на майбутнє).

6. Підпис особи, що складала звіт.

7. Посада керівника установи, його підпис та розшифрування (для зовнішніх).

8. Дата укладання.

9. Печатка (для зовнішніх звітів).

Службова записка — документ, у якому особа надає інформацію для вирішення певного питання діяльності установи, організації, підприємства тощо. Службова записка може містити звіт про виконання завдань і розпоряджень адміністрації, відомості про ситуацію, що склалася, пояснення порушення дисципліни, висновки, пропозиції, прохання автора. Документ адресується керівнику установи чи структурного підрозділу.

Під назвою записка у справочинстві функціонують службова записка і доповідна та пояснювальна записки як її види.

Службова записка — документ, який містить аргументоване прохання посадової особи з метою позитивного вирішення певного питання.

Доповідна записка — документ, у якому надається інформація про певний факт, подію, виконання службових доручень з висновками і пропозиціями автора. Розрізняють *звітні, інформаційні й ініціативні* доповідні записки.

Текст документа має дві частини: описову (констатаційну), в якій описується ситуація, що склалася; друга частина містить висновки, прохання, пропозиції і спосіб їх виконання.

Пояснювальна записка: 1) документ, який додається до змісту основного документа (програми, звіту, проекту, наказу тощо); 2) документ особистого характеру, в якому аргументовано пояснюються певні дії, вчинки укладача, його підлеглих (найчастіше негативного характеру).

Із точки зору адресності всі службові записки поділяють на *внутрішні* (направляються керівникові установи чи підрозділу, де працює автор, який підписує документ) і *зовнішні* (адресуються керівництву, якому підпорядкована установа; оформлюються на її загальних бланках за підписом керівника).

Службові записки укладаються з власної ініціативи службової особи чи на вимогу адміністрації.

Реквізити службових записок:

1. Адресат (назва посади, прізвище та ініціали керівника, якому подається записка, у давальному відмінку).
2. Адресант (посада, назва структурного підрозділу, прізвище, ім'я, по батькові особи, яка подає записку, у родовому відмінку).

Реквізити (1, 2) пишуться праворуч на останній третині рядка у стовпчик.

3. Назва виду документа (службова записка, пояснювальна записка, доповідна записка).
4. Заголовок (стислий зміст документа); не обов'язковий реквізит.
5. Текст.
7. Дата.
8. Підпис.

Рапорт (фр. гаррогі, від гаррогієг — приносити, повідомляти) — документ, у якому військовослужбовець чи працівник системи Міністерства внутрішніх справ звертається до вищої посадової особи з викладом питань службового чи особистого характеру. Така форма документа використовується замість заяв вищеназваними категоріями службовців для реалізації їх прав і законних інтересів (рапорт про надання відпустки, про дозвіл на виїзд за межі гарнізону, про підписання контракту тощо). Він може містити інформацію про виконану роботу (рапорт про приймання справ і посади, приймання дільниці дільничним інспектором міліції і т. ін.).

Реквізити:

1. Адресат (назва посади, номер військової частини, звання, прізвище ініціали керівної особи) — у давальному відмінку, у стовпчик біля правого берега документа.
2. Назва документа.
3. Текст.
4. Дата — зліва.
5. Підпис (ставиться поряд з датою; поруч розшифрування підпису: військове звання, прізвище, ініціали).

3. Довідка — документ, який засвідчує факти життя особи чи обставини діяльності установи. Довідки поділяються на *службові* (укладаються на вимогу вищих інстанцій, надають інформацію з одного чи кількох питань, можуть ділитися на розділи і оформлятися у вигляді таблиці, містять результат аналізу, узагальнення відомостей певної тематики, наприклад обстежень, відряджень тощо) і *особисті* (підтверджують біографічні чи юридичні факти життя осіб).

Також розрізняють *внутрішні* (видаються всередині установи і підписуються укладачем документа) та *зовнішні* довідки (готуються на запит інших інстанцій, засвідчуються підписом керівника і печаткою).

Документ укладається посадовими особами або уповноваженими органами на бланку установи, організації, підприємства тощо, до якого вносять потрібні дані.

Довідка реєструється в книзі обліку.

Реквізити:

1. Назва міністерства, якому підпорядковується установа.
2. Повна назва установи, що видає довідку, її адреса, номер телефону.

3. Дата видання та номер документа.
4. Місце укладання.
5. Назва документа.
6. Текст, в якому вказується прізвище, ім'я, по батькові особи, якій видається довідка, інформація відповідно до потреби (місце навчання, статус, спеціальність, посада, звання, розмір заробітної плати (цифрами і літерами), місце проживання, площа помешкання тощо).
7. Призначення довідки (куди подається).
8. Підписи службових осіб.
9. Печатка.

4. Протокол (від гр. *πρωτόκολλο* — перший лист і *κόλλω* — приклеюю) — документ колегіальних органів, у якому фіксується хід і результати роботи нарад, засідань, зборів, конференцій. Протоколом оформляється також діяльність слідчих органів, прокуратури тощо.

За обсягом інформації протоколи поділяють на *стислі* (записуються питання, що обговорювались, прізвища доповідачів та ухвалені рішення), *повні* (відрізняються від стислих тим, що ще коротко фіксуються виступи учасників) і *стенографічні* (дослівно записується весь хід засідань). Протокол укладає секретар чи спеціально призначена компетентна особа. Документ підписує голова й секретар зборів, нарад, конференцій тощо.

Протокол *складається з двох частин* — вступної й основної. У вступній вказується дата, місце проведення засідань, прізвища присутніх (якщо їх більше 15, реєстраційні списки додаються до протоколу) і відсутніх (інколи із зазначенням причини), прізвища запрошених осіб, обраних голови й секретаря, порядок денний. Основний текст ділиться на розділи, які відповідають пунктам порядку денного. Кожний з них має частини під рубриками СЛУХАЛИ, ВИСТУПИЛИ, УХВАЛИЛИ, які друкуються великими буквами з абзацу. Слово СЛУХАЛИ пишеться в одному рядку з римською цифрою, що позначає черговість питання, а в наступному рядку з абзацу вказують посаду, прізвище й ініціали доповідача (у називному відмінку) та тему його виступу. Далі коротко подають зміст доповіді у формі прямої мови або пишуть у дужках (текст доповіді додається). Так само оформляється частина ВИСТУПИЛИ, але без цифри перед словом. Арабськими цифрами з абзацу зазначають порядок тих, хто виступає. У частині УХВАЛИЛИ за пунктами вказуються прийняті рішення.

Текст документа повинен бути точним, лаконічним, відтворювати хід засідання з характеристикою позиції сторін. *Реквізити:*

1. Назва документа.
2. Номер протоколу.
3. Назва зібрання із зазначенням його характеру.
4. Назва установи, її структурного підрозділу.
5. Дата проведення (нижче від попереднього реквізиту, ліворуч). У цьому ж рядку може вказуватися місце проведення (місто).
6. Посади, прізвища, ініціали керівників засідання (голови, секретаря, членів президії), запрошених осіб і почесних гостей.
7. Склад присутніх і відсутніх учасників засідання (див. вище).

8. Порядок денний (у називному відмінку).
9. Текст протоколу (див. вище).
10. Перелік додатків до протоколу із зазначенням кількості сторінок.
11. Підписи голови й секретаря засідання.

Витяг з протоколу — документ, який являє собою копію частини протоколу, потрібну для вирішення певного питання. Як правило, у ньому відображається одне із розглянутих на заході питань і прийняті рішення. Документ надається окремим особам чи надсилається установам на їх письмовий запит. У протоколі, з якого зроблено витяг, зазначають, на якій підставі, кому й коли його видано. *Реквізити*:

1. Назва документа.
2. Номер протоколу.
3. Назва установи (структурного підрозділу), що проводили засідання.
4. Дата протоколу.
5. Номер питання, що розглядалося, і його текст.
6. Посади, підписи, ініціали й прізвища осіб, що підписали протокол, або зазначають "Оригінал підписали", вказують посади, ініціали та прізвища відповідних осіб, і тоді їх підпис не ставиться.
7. Посада, підпис, ініціали та прізвище укладача витягу.
8. Дата укладання документа.

Список використаних джерел

1. Волкотруб Г.Й. Стилiстика дiлової мови: Навч. посiб. — К.: МАУП, 2002.
2. Глушик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. Сучасні ділові папери: Навч. посіб. для вищ. та серед. спец. нав. закл. 4-те вид., переробл. і допов. К.: А.С.К., 2005.
3. Ділова українська мова: Навч. посіб. / О.Д. Горбул, Л.І. Галузинська, Т.І. Ситнік, С.Я. Яременко; За ред. О.Д. Горбула. — К.: Т-во «Знання, КОО», 2000.
4. Зубков М.Г. Мова ділових паперів: Комплексний довідник. — Харків: Фоліо; Майдан, 2002.
5. Кунь З. Й. Універсальний словник української мови.— Тернопіль: Навчальна книга — Богдан, 2005.
6. Погиба Л.Г., Грибіниченко Т.О., Баган М.П. Складання ділових паперів. Практикум: Навч. посібник. — К.: Либідь, 2002.
7. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: Навч. посібник. — К.: Літера, 2000.

Тема 5.4. Етикет службового листування.

План

З історії епістолярного стилю.

Принципи ділового листування. Особливості побудови службового листа.

Реквізити листа та їх оформлення.

Основні типи листів. Загальноприйняті правила ділового листування.

1. Загальновідомим є жанрове багатство української літератури. Тому відповідно до окремих жанрів літератури і властивих їм прийомів вживання, добору і поєднання мовних засобів в сучасній українській літературній мові можна виділити такий стиль, як **епістолярний**. Цей стиль застосовується в різного типу листуванні, а іноді і в художніх і публіцистичних творах, написаних у формі листів до окремих осіб або груп людей. Зразки епістолярного стилю можна побачити і в Київських пам'ятках ділового

письменства ХУ-ХУІ ст., листуванні Богдана Хмельницького, листах Т.Г. Шевченка, Лесі Українки, Івана Франка. Заслужують на увагу дослідників і «берестяні грамоти» ХІ-ХУІ ст. - побутово-ділові записи і листи, видряпані на шматках березової кори, що були знайдені проф. А.В. Арциховським під час розкопок стародавньої мостової в Новгороді. З 1951 до 1967 року було знайдено 435 берестяних грамот, авторами яких були переважно представники простого люду. Це свідчить про поширення писемності в побутові населення Київської Русі. Прикладом приватного листування між письменниками є лист М. Коцюбинського до І. Нечуя-Левицького:

"Високоповажний Іване Семеновичу!

Нетерпляче чекаю обіцяного Вами для нашого альманаху оповідання. Будьте ж ласкаві, пришліть, коли можна, швидше, бо вже складаємо збірник. Сердечно бажаємо Вам обоє — я і жінка — здоров'я. З високою повагою М. Коцюбинський".

2. Складання службових документів, зокрема і листів, - важкий і складний процес, який займає багато часу службовців та ІТП. Тут велику роль грає словесне оформлення рішень, дій тощо. При цьому слід пам'ятати, що мова не є пасивним фіксатором прийнятих рішень, а виконує активну стимулюючу роль в управлінській діяльності. *Ділове листування* послуговується стилем офіційно-діловим, що має специфічні відмінності і вимагає дотримання певних основних принципів:

- об'єктивність змісту та нейтральність тону;
- повнота інформації та стислість викладу;
- типізація мовних засобів і стандартних термінів;
- оформлення від імені юридичної особи, установи або її структурного підрозділу.

Лист - це узагальнена назва різних за змістом документів, що об'єднані способом передавання тексту - пересилається поштою. Це поширений вид документації в системі управління, що виступає важливим засобом спілкування між установами, підприємствами, організаціями та приватними особами. Службові листи займають приблизно 80% у загальному обсязі документації.

Тексти і форми листів менш за все уніфіковані і трафаретизовані, інколи вони складаються довільно. Текст службового листа повинен висвітлювати лише одне питання. Головна його мета - спонукати до дії, переконувати, доводити, пояснювати. Це досягається ясністю, чіткістю й стислістю, нейтральністю викладу.

Службовий лист має такі структурні частини, як: вступ, докази, висновки, закінчення.

Вступ містить виклад причин і приводу, що спонукали до написання листа. Докази - це наведення фактів, цифрових даних, посилань, логічних висновків, що повинно переконати адресата в правомірності постановки даного питання й необхідності його позитивного розв'язання.

Основне у змісті листа - висновок, що містить суть питання, основну думку - згоду чи відмову, пропозицію чи прохання.

За функціональними ознаками офіційна кореспонденція поділяється на два типи:

- листи, що потребують відповіді - листи-запити, листи-прохання, листи-пропозиції, листи-звернення, листи-вимоги;

- листи, що не потребують відповіді - листи-відповіді, листи-попередження, листи-розпорядження, листи-відмови, листи-подяки, листи-запрошення, листи-реклами тощо.

За кількістю адресатів *розрізняють*:

- звичайний лист;
- колективний;
- циркулярний.

Звичайний і колективний листи надсилаються на одну адресу, лише колективний може бути укладений від імені кількох організацій.

Циркулярний - завжди надсилається керівною установою до своїх структурних підрозділів тощо.

3. Реквізити службового листа:

1. Назва міністерства (для державних структур).
2. Назва й адреса адресанта (ліворуч чи посередині).
3. Номер і дата листа.
4. Назва й адреса установи адресата, його посада, прізвище та ініціали (праворуч).
5. Заголовок листа («Про ...»).
6. Текст (зміст).
7. Перелік додатків (якщо вони надсилаються) із зазначенням кількості сторінок.
8. Посада; звання; статус адресанта (ліворуч).
9. Підпис, ініціали та прізвище адресанта (праворуч).
10. Печатка (якщо необхідно).
11. Віза виконавця, підпис на копію (якщо необхідно).

Є певні правила реагування на листи за термінами. Відповідь слід дати не пізніше, ніж через десять днів. Якщо потрібно більше часу для детального вивчення запиту, прохання, то адресатові сповіщають протягом трьох днів, що лист отримано і над вирішенням питання працюють. Остаточну відповідь слід дати не пізніше, ніж через місяць.

Службові листи укладаються на бланку, що містить реквізити установи, закладу, організації.

4. За характером інформації листи поділяються на такі групи:

- *Ініціативні листи* містять прохання, пропозицію, запит.
- *Листи-відповіді* залежні від ініціативних листів, оскільки їх тему й тип уже задано запитом чи проханням, на дату й номер яких слід посилатися. Такий лист викладає зміст проблеми чи розв'язання питання, прийняття чи відмову, що заявлені в ініціативному листі. Тому особлива увага до коректного, толерантного, обґрунтованого викладу тексту.
- *Супровідний лист* інформує адресата про раніше надіслані документи, товари, цінності. Такі листи надсилають разом із комерційними документами - рахунками, чеками, накладними. Вони можуть містити плани, схеми, прейскуранти тощо.
- *Договірний лист* - різновид супровідного листа, що вказує на факт відправлення попередньо укладеного договору, угоди між адресатом і адресантом.

- *Лист-запрошення* - документ, що деталізує умови участі адресата в заході, умови проїзду, проживання тощо. Це інформація про дату, мету, час проведення певного заходу.
- *Лист-повідомлення і лист-запрошення близькі до листа-запрошення.*
- *Гарантійний лист* - це документ, що виступає юридичним гарантом виконання викладених у ньому зобов'язань. Обов'язкові реквізити: номер розрахункового рахунка із зазначенням назви банку, термін остаточного розрахування, сума, підписи вищого посадовця й головного бухгалтера гаранта.
- *Рекламний лист* - це різновид інформаційного листа, що містять докладний опис рекламованих послуг чи товарів, пропагує діяльність закладу чи установи.
- *Лист - нагадування* містить вказівку про наближення або закінчення терміну певного зобов'язання або проведення заходи. Як правило, такий лист починається словом «нагадуємо».
- *Лист-підтвердження* - це повідомлення про отримання якого-небудь відправлення - телеграми, листа, товару тощо, - про те, що раніше укладений документ є чинним (договір, інструкція). Такий лист може починатися словами «підтверджуємо», «маємо змогу підтвердити».
- *Лист-вітання* - це діловий спосіб вияву уваги й поваги до своїх колег, співробітників, партнерів. Зміст і стиль такого листа залежить від нагоди чи приводу до його написання й рівня знайомства адресанта з адресатом. Офіційність повинна бути не сухою, штампованою, а зміст насичений урочистістю, теплотою, повагою.

Про інші види листів та їхні особливості можна прочитати у рекомендованій літературі.

Нині більшість листів друкують або пишуть на бланках. У діловому листуванні слід дотримуватися таких загальноприйнятих правил:

1. Службові листи оформлюють на чистому аркуші (бланкові) лише на лицьовій стороні.
2. При умові, що обсяг листа перевищує сторінку, то в кінці її зазначають: «Див. наст. сторінку».
3. Сторінки листів, починаючи з другої, нумерують арабськими цифрами.
4. Ширина лівого поля - 2/3,5 см, правого - до 1 см, верхнього і нижнього - до 2 см; текст листа друкується через 1,5-2 інтервали, абзац зліва - 5 інтервалів, звертання до адресата пишуть без абзаца.
5. Не допускаються виправлення, перекреслення, позначки.
6. Лист складається текстом всередину. Конверт - великий, цупкий.
7. Відповідь на лист слід дати протягом 10 днів від часу отримання. За необхідності вивчення певних проблем, викладених у листі, слід повідомити адресанта упродовж 3 днів, що лист одержано й відповідь буде надіслана не пізніше як за місяць.

Оформлення адреси виконується за загальним зразком.

Адреса — це точна вказівка місця проживання чи перебування кого-небудь або місцезнаходження чого-небудь, складена за певною формою. Правила, встановлені Міністерством зв'язку, забезпечують якнайшвидше пересилання, зберігання і доставляння поштових відправлень. Основні з цих правил повинен знати кожний громадянин. На всіх адресах пишеться:

1. Прізвище, ім'я та по батькові адресата або назва організації (у давальному відмінку).

2. Назва вулиці, номер будинку і квартири.
3. Назва населеного пункту, міста.
4. Назва району.
5. Назва області.
6. Поштовий індекс, присвоєний кожному відділенню зв'язку. Цей індекс призначений для машинного сортування кореспонденції.

Над адресою зазначається вид і спосіб пересилання:

- рекомендована бандероль;
- з повідомленням про вручення;
- з доставленням додому;
- цінний на ... грн.;
- вручити особисто;
- до запитання.

Зворотна адреса теж пишеться повністю. Прізвище відправника кореспонденції пишеться в називному відмінку. Від правильного написання адреси залежить оперативність працівників підприємств зв'язку. Зразки адрес по Україні у міста: Адреса відправника, індекс *Кушніренко Іван Федорович вул. Хрещатик, 5, кв. 20 м. Київ, 1 01001*

Адреса одержувача, індекс

Саленку Василю Петровичу вул. Б. Хмельницького, 20,
с. Зелений Гай Дубнінський район Рівенська область
35612

Список використаних джерел

1. Глушик С.В. та ін. Сучасні ділові папери: Навч. посіб. для вищ. та серед. спец. навч. закладів. - 3-тє вид., перероб. і допов. - К.: А.С.К., 2002.
2. Головач А.С. Зразки оформлення документів: Для підприємств і громадян. - Донецьк: Сталкер, 1997.
3. Діденко А.Н. Сучасне діловодство: Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: 2000.
4. Зубков М. Сучасне ділове мовлення. - Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2007.
5. Марахова А.Ф. Мова сучасних ділових документів. - К.: Наук. думка, 1981.
6. Погиба Л.Г. та ін. Складання ділових паперів. Практикум: Навч. посіб. - 2-ге вид., стереотип. - К.: Либідь, 2004.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3

Наукова комунікація як складова фахової діяльності

Тема 1. Українська термінологія в професійному спілкуванні.

План

1. Історія і сучасні проблеми української термінології. Теоретичні засади термінознавства та лексикографії.
2. Термін та його ознаки. Способи творення термінів.

3. Термінологія як система. Загальнонаукова, міжгалузева й вузькоспеціальна термінологія. Термінологія обраного фаху. Нормування, кодифікація і стандартизація термінів.
4. Українські електронні термінологічні словники.

1. "Наукова термінологія - вище породження людської думки, національної за своїми витоками, міжнародної за своїм поширенням серед різних народів світу. Саме в термінології закодована історія і культура народу". - цілком слушно зазначають Т.І. Панько, І.М. Качан, Г.П. Мацюк (Українське термінознавство: Підручник. - Львів: Світ, 1994). Основу фахового мовлення становить термінолексика, якою користуються фахівці у повсякденному мовленні.

Термінолексика (термінологія) - це сукупність термінів певної наукової галузі. До термінології ставляться певні вимоги - вона *повинна бути національною за своїм походженням і міжнародною за поширенням і вживанням*.

Ранні наукові твори були написані у формі трактатів або діалогів, од, поем. Саме слово "термін" виникло в епоху середньовіччя.

Віками українці були бездержавним народом, тому створення й функціонування української наукової мови, української термінології мали складну історію.

У XIV - XVI століттях в основному був сформований словниковий склад української народності, що зафіксували літописи, грамоти, актово-урядове листування, твори світського й релігійного змісту. Найвідоміші писемні пам'ятки зберегли деякі терміни звичаєвого права, що існували в той час: судові докази, викрадання, кровна родова помста. Найяскравіше ці норми знайшли відображення в «Руській правді» (1054-1113 рр.): слово **обида** стосувалося будь-якого правопорушення; термін **школа** позначав таке правопорушення, внаслідок якого людина чи община зазнавали певних збитків. Для найменування правопорушень використовувалися такі лексеми, як **вина, проступок, лихо, криведа** та ін.

Термін **закон** вживався для позначення форм реалізації Божої волі. Норми верховної влади Київської Русі сприймалися громадськістю під терміном **правда**. Для того часу було ще характерним поєднання у понятті **правда** юридичних і моральних сторін, бо правда - це не тільки «право карати і милувати», але й вища справедливість. «Руську правду» можна визначити як кодекс приватного права і з цим пов'язані деякі особливості кодифікації.

Уже в ХУІІ ст. українські вчені зацікавилися такою групою слів, як терміни, українським термінотворенням, про що свідчать праці викладачів Києво-Могилянської академії, зокрема Г. Кониського. Над з'ясуванням природи термінів, шляхів їх творення свого часу працювали І. Верхратський, І. Франко, М. Драгоманов, М. Грушевський, І. Огієнко. У процесі творення і укладання нової української термінології виділяють декілька особливо плідних періодів.

Период - друга половина - кінець ХІХ ст. Саме про цей період І. Франко писав, що українська мова збагачується «новими термінами та висловами, відповідними до прогресу сучасної цивілізації». Особливе місце у розвитку української термінології зайняв П. Куліш, що закликав повертатися обличчям до Європи, щоб українська мова отримала достойне місце у світовій термінологічній практиці. А М. Драгоманов прагнув до заміни іншомовного за походженням терміна українським відповідником і часто сам

їх створював. Деякі з них були не досить вдалим: *громадієство* - соціалізм, *громадієць* - соціаліст, *породь* - національність, іменники з суфіксом -ець: *читець*, *письмонець*.

Другий період пов'язаний з утворенням наукових товариств у Східній Україні, що починають друкувати наукові праці українською мовою. Створюються медичні, природничо-технічні, агрономічні терміни.

Третій період розпочинається від 1921 року, коли було створено Інститут української наукової мови. З'явилося чимало термінологічних перекладних словників, а також медичні, хімічні, фізичні, математичні, правничі, військові та ін. Терміни творилися різними способами: використанням народних слів, творенням нових, запозиченням з інших мов.

Четвертий період - 50-60-ті роки минулого століття, коли АН УРСР видає ряд перекладних термінологічних словників.

Сучасний період формування термінологіки свідчить про те, що усі галузі науки поступово стають україномовними. Українська наукова терміносистема має відкритий характер і поповнюється новими термінами - запозиченими та національними: вандалізм, піар, арбітраж, референдум, репресія, рекет, лобізм, хакері, грабунок, розбійний напад, касетна справа, правозахисна група, натівець. Поряд з цим існують і певні проблеми у розвитку української термінології:

- варіантність у використанні термінів: аеродром - летовище, руханка - фізкультура, правотар - адвокат;
- вживання недолугих калькованих термінів, що не відповідають нормам української мови: підписка (передплата), відчислення (відрахування), грузовик (вантажівка);
- надмірність у вживанні складноскорочених слів та скорочень: НВО - науково-виробниче об'єднання.

НВО - нормативна вартість обробки. РГ -

ручна граната. РГ - регулятор гучності.

РГ - розвідувальна група.

Відсутність системного опису української термінології гальмує процес розбудови фахової мови, впливає на її неуніфікованість, неунормованість, нестандартизованість. Як правильно: *посадова* чи *службова особа*, *термін* чи *строк*, *юридичний* чи *правничий*, *свідок* чи *очевидець*, *саміт* чи *зустріч*, *трани* чи *позика*? Тому **основними напрямками роботи українських термінознавців та лексикографів є:**

- теоретичний аспект: узгодження національної та міжнародної термінології, вироблення методики уніфікації терміносистем, їх збагачення за рахунок власних мовних одиниць і лексичних запозичень;
- прагматичний аспект: участь українських вчених-термінологів у роботі міжнародних організацій з питань стандартизації;
- прикладний аспект: укладання різного роду термінологічних словників. Наука, яка займається загальнотеоретичними питаннями терміна, термінології, номенклатури, називається **термінознавством**. Систематична термінологічна робота почалася у середині XIX ст. У всіх країнах вона має однакові проблеми і напрями, серед яких такі: лінгвістичні питання термінознавства; термінознавство окремих сучасних мов; історія формування, становлення окремих термінологій; діалектне термінознавство тощо. Термінознавство охоплює такі напрями роботи:

1. **Лексикографічний** - створення різного роду термінологічних словників: «Енциклопедія кібернетики» (1973); Українська мова: Енциклопедія (2004); Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів (1985); Горпинич В.О. Словник географічних назв жителів України (2001); Тараненко О.О., Брицин В.М. Українсько-російський словник (сфера ділового спілкування) (2000).

2. Уніфікація і стандартизація термінів. Уніфікація - це упорядкування термінологій різних галузей науки, техніки всередині терміносистем. Стандартизація - це вироблення терміна - еталона, що відповідав би усім лінгвістичним та іншим вимогам, що характерні для терміна. Стандартизацію термінів здійснює держстандарт, але існує вона і на міжнародному рівні.

3. Створення картотек і баз даних. Перший банк термінів був створений у Німеччині і вміщував 2 млн. термінів на дев'яти мовах.

4. Переклад термінів - одна із найскладніших проблем.

5. Термінологічне редагування: головне - «термін і текст».

6. Організаційний напрям. Термінологічною працею займається дуже багато вчених у різних країнах світу, з проблем термінознавства видаються спеціальні журнали, проводяться конференції тощо.

2. Терміном (лат. ієгшіпш - прикордонний знак, кордон, межа) називається слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої- небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя.

Термін має такі ознаки:

1) *моносемантичність* (однозначність) в межах однієї предметної галузі, однієї наукової дисципліни або сфери професійної діяльності. Так, наприклад, слово **корінь** - багатозначне, але в ботанічній літературі цей термін означає підземну частину рослини, що служить для закріплення рослини в ґрунті та всмоктування поживних речовин; у лінгвістиці - це основна частина слова без суфіксів і префіксів, спільна для кількох споріднених слів; а в математиці - величина, що при піднесенні до того чи іншого ступеня дає нове число;

2) *системність*: кожен термін має зв'язок з іншими термінами даної предметної сфери. Наприклад, морфологія - розділ граматики, в якому вивчається слово як граматична одиниця мови - оперує певною системою «своїх» термінів: словозміна, словоформа, граматичне значення, граматична форма, граматична категорія тощо;

3) *наявність дефініції* (визначення). Наприклад: **контекст** - лінгвістичне оточення мовної одиниці, умови й особливості вживання її в мовленні. **Калька** - запозичення слів і виразів з іншої мови шляхом їх буквального перекладу: слово **підрозділ** є калькою з російського слова **подразделение**, яке в свою чергу є калькою з французького слова **80иМіуI8Юп**;

4) *стилістична нейтральність*; вживання у науковому та офіційно-діловому стилях;

5) *позбавленість експресії, образності, суб'єктивно-оцінних відтінків, хоча деякі з них можуть мати специфічні суфікси*:

язичок - 1) анат. Конусовидний виступ м'якого піднебіння в ротовій порожнині. 2) біол. У деяких колах - внутрішні жувальні лопаті, які зрослися між собою і випнулися вперед; 3) бот. Невеликий відросток, виріст біля основи листка злакових та деяких інших рослин.

В Україні слово **термін** поширюється вже у XVIII ст. Сучасні словники по-різному визначають його значення.

Від термінів відрізняються **номенклатурні назви** - своєрідні етикетки предметів, явищ, понять. Якщо в основі терміна лежить загальне поняття, то в основі номенклатурної назви - одиничне. Номенклатурні назви вказують на конкретні об'єкти певної галузі науки, техніки, мистецтва.

До номенклатури входять серійні марки машин, приладів, верстатів, найменування підприємств, установ, організацій, географічні назви та назви рослин, звірів і т.д.

Професіоналізми - слова й мовні звороти, характерні для мови людей певних професій. Оскільки професіоналізми вживають на позначення певних понять лише у сфері тієї чи іншої професії, ремесла, промислу, вони не завжди відповідають нормам літературної мови. Професіоналізми виступають як неофіційні синоніми до термінів. Зпоміж професіоналізмів можна вирізнити науково-технічні, професійно-виробничі. Вони доволі різноманітні щодо семантичних характеристик. На відміну від термінів, професіоналізми не мають чіткого наукового визначення й не становлять цілісної системи. Якщо терміни - це, як правило, абстрактні поняття, то професіоналізми - конкретні, тому що детально диференціюють ті предмети, дії, якості, що безпосередньо пов'язані зі сферою діяльності відповідної професії, наприклад:

Слова та словосполучення, притаманні мові моряків: *кок* — *кухар*; *кубрик* — *кімната відпочинку екіпажу*; *ходити в море* — *плавати тощо*. Професіоналізми працівників банківсько-фінансової, торговельної та подібних сфер: *зняті каси*, *підбити*, *прикинути баланс*.

Професіоналізм музикантів: *фанера* — *фонограма*; *розкрутити* - *розрекламувати*.

Здебільшого професіоналізми застосовуються в усному неофіційному мовленні людей певного фаху. Виконуючи важливу номінативно-комунікативну функцію, вони точно називають деталь виробу, ланку технологічного процесу чи певне поняття й у такий спосіб сприяють кращому взаєморозумінню. Це, наприклад, назви частин виробу у гончарів: *утір* (лінія, що окреслює дно глечика); *пук* — випукла частина виробу; *пелюстка* — широка частина виробу; *карнизик* — лінія, що окреслює краї виробу (використано матеріали Інтернет-джерела: geiipe.org.ua/ra%eig%3229-1.6%b%b1).

3. У множині термінів кожної галузі вирізняють дві складові:

- **термінологію** - сукупність термінів, яка відображає поняття, що утворилися і функціонують у кожній галузі стихійно. Існує математична, фізична, юридична, військова, музична, лінгвістична та інша термінологія.
- **терміносистему** - що становить собою опрацьовану фахівцями певної галузі та лінгвістичної системи множину термінів, яка адекватно й однозначно відображає систему понять цієї галузі.

Відповідно до сфери використання терміни поділяють на **загальнонаукові** (елемент, функція, закон, система, програма), **міжгалузеві** (методика, технологія, звук, акустика, реакція), **вузькоспеціальні** (біофізика, мовознавство, мікропроцесор, діагностика, акордика, алібі).

Оволодіти **термінологією обраного фаху** допомагає науково-навчальна та власне наукова література, а також довідники і словники (лексикографічні джерела), вміщені на паперових та електронних носіях.

Так, майбутні історики та правознавці цікавляться суспільно-політичною термінологією, її історією та особливостями розвитку; музиканти — музичною, майбутні філологи — мовознавчою тощо.

Суспільно-політична термінологія. До перших текстів, де використані суспільно-політичні терміни, відносять літописи Київської Русі, "Поучення дітям" Володимира Мономаха, "Руську правду" 1282 р. Тут знаходимо: головник (убивця), видок (свідок), вира (штраф за вбивство) тощо. У сучасній термінології залишились давні слова: ціна, оборот, доход, товар, мито, продаж. До запозиченої у XIX ст. термінології відносять такі іншомовні слова, як: комісія, ґрунт, директор, жандарм, фабрика, фонд, чин, скарга, пенсія, адвокат, агент, цензор, прокурор, субординація. У публіцистиці цього періоду з'являються скальковані з російської мови: правительство (уряд), власть (влада), чоловічество (людство), безроботиця (безробіття), благодарність (подяка).

Велика кількість суспільно-політичних слів з розвитком суспільства з активного вжитку перейшло в розряд застарілих слів, історизмів: *розвинений соціалізм, соціалістичне змагання, п'ятирічний план, злиття націй, "холодна війна" та ін.* З'являються такі слова з певною стилістичною метою в художній та публіцистичній літературі або в наукових статтях з проблем історії, філософії, соціології тощо. Рух суспільно-політичного життя неупинний - щоразу ми знаходимо у пресі нові й нові слова, здебільшого запозичені, що стосуються гострих проблем сьогодення: *Він дзвонив з мобільного телефону й не дивувався, що відстані долати так легко (З газет).* Від комерційного афронту видовище не врятували навіть оголошені в афіші політика, секс і містика (З газет).

Музична термінологія. Вже в IV -VI ст. н. е. на території сучасної України існувала музична лексика (*гімн, баркарола*). З 1925 р. при Інституті наукової мови було розпочато укладання словника музичної термінології, виданого у 1930 р. Відомий словник музичних термінів (автор — Ю. Юдевич). Слід зазначити, що з-поміж музичних термінів існують історизми і неологізми (наприклад, назви застарілих і новостворених музичних інструментів). Дослідники виділяють такі лексико-тематичні групи слів музичного мистецтва:

- Назви музичних інструментів (бубон, сопілка, скрипка, цимбали, арфа).
 - Назви професій, спеціальностей, амплуа (*скрипаль, басист, органіст*).
 - Співацькі голоси та реєстри (бас, контральто, фальцет, дискант).
 - Музичні колективи, групи (*тріо, дует, оркестр*).
 - Дії, процес праці музикантів (диригування, репетиція, проба, концерт).
 - Види, жанри, музичні галузі, музичні твори, музичні форми (*романс, сюїта, опера, пісня, рапсодія*).
 - Знаки нотного письма (*дієз, бекар, бемоль, альтовий ключ*).
- Лінгвістична термінологія.** Формування і становлення лінгвістичної термінології у XIX -XX століттях пов'язане з іменами таких видатних учених та громадських діячів, як Й. Лозинський, Й. Левицький, Я. Головацький, Є. Тимченко, І. Огієнко, І. Вагилевич, О. Павловський, А. Кримський та ін. Львівська граматики Пилипа Дячана (1865 р.) та підручник з мови П. Павлусевича (того ж року видання) пропонували певну частину

таких лінгвістичних термінів, які не прижилися в сучасній українській літературній мові: *приросток* (суфікс), *наросток* (префікс), *кінцівка* (закінчення), *самозвуки* (голосні), *часівник* (числівник). Відповідниками до сучасних слів були того часу: *язикословний* (лінгвістичний), *добророзвучність* (милозвучність), *знак виклику* (знак оклику), *писовня* (орфографія), *мовниця* (граматика), *діючий спосіб* (дійсний спосіб), *речівник* (іменник), *зачинені й відчинені склади* (закриті й відкриті склади), *рівнорядні слова* (однорідні члени речення), *іменовий відмінок* (називний відмінок), *гатункові імена* (власні імена), *животні й неживотні імена* (істоти і неістоти). У сучасній лінгвістичній термінології традиційно існують дублетні пари - запозичене й рідне слово: інфінітив - неозначена форма, генетив - родовий відмінок, кон'югація - дієвідмінювання, флексія - закінчення, асиміляція, дисиміляція - уподібнення, розподібнення тощо. Мовознавча термінологія має вузьке призначення - забезпечити потреби науки про мову — і вживається виключно різними жанрами наукової мови.

У будь-якій термінологічній системі співіснують два протилежних процеси - **термінологізація і детермінологізація**. Деякі терміни поступово втрачають свою залежність від певної галузі, набувають нових значень і успішно поповнюють групу загальноновживаних слів. Водночас одним зі шляхів утворення термінів є використання нейтральної лексики. Значення багатьох термінів, як правило, встановлюється за допомогою контексту або окремих словникових тлумачень у кінці сторінки (розділу) наукового джерела.

Способи творення термінів:

- 1) *Лексико-семантичний* (переосмислення загальноновживаних слів — *вторинна номінація*): ринок праці, чиста конкуренція, електричний струм, нульове закінчення, мелодійна хвиля, мандрівний сюжет тощо;
- 2) *Морфологічний* (додаванням префіксів, суфіксів, складанням основ, слів, аббревіацією): реорганізація, пан'європейський, постіндустріальний, оподаткування, лобування, матеріаломісткість, ОСББ, ВНЗ тощо;
- 3) *Синтаксичний* (стандартизація вільних словосполучень): державне замовлення, рекомендований лист, прямий кут, навколишнє середовище, лужне середовище, продуктивність праці тощо;
- 4) *Калькування* (дослівний переклад) або запис іншомовного слова у його первинному вигляді за допомогою українських літер: пресинг, кастинг, спічрайтер, іміджмейкер тощо.

Нормування (нормативність) термінів - це правильність їх утворення та вживання. Робота з унормування у професійній терміносфері має на меті формування досконалої термінології на основі останніх досягнень термінознавства.

Кодифікація термінів — це систематизація термінів у словниках, довідниках, що орієнтують мовців на правильне їх використання. **Стандартизація термінології** — це вироблення термінів-еталонів, термінів-зразків, унормування термінології в межах однієї країни (якщо це національний стандарт) або в межах групи країн (якщо це міжнародний стандарт). Стандартизована термінологія є обов'язковою для вживання в офіційних наукових, ділових, виробничих текстах.

Сьогодні в Україні стандартизація термінології стала державною справою. Від розв'язання мовних питань, зокрема термінологічних, як відомо, залежать темпи

державотворчих процесів. Освіта, наука, а особливо виробництво потребують єдиної, зручної, логічної української термінології. На цей час в Україні розроблено понад 600 державних стандартів. Через кожні п'ять років їх переглядають і уточнюють.

Термінологічний стандарт укладають у такій *послідовності*:

- 1) систематизація понять певної галузі науки чи техніки; поділ їх на категорії (предмети, процеси, якості, величини тощо); розмежування родових та видових понять;
 - 2) відбирання усіх термінів галузі, взятої для стандартизації (терміни вибирають зі словників різних років видання, статей, підручників, періодики, рукописів та ін. джерел);
 - 3) поділ термінів на групи:
 - а) вузькоспеціальні терміни; б) міжгалузеві; в) загальнонаукові (загальнотехнічні); стандартизації повинні підлягати лише вузькоспеціальні терміни);
 - 4) вибирання із групи термінів-синонімів нормативного терміна (інші терміни подають також, але з позначкою "нерекомендований");
 - 5) підбирання еквівалентів англійською, німецькою, французькою, російською мовами з відповідних міжнародних стандартів;
 - 6) формулювання українською мовою означення поняття;
 - 7) рецензування стандарту фахівцем та мовознавцем.
- (використано матеріали джерела Інтернету: <http://egii.com.ua/ukr/terminologia/terminologia.htm>).

4. Термінологічний словник - один із різновидів лінгвістичного словника, у якому подано термінологію галузі (кількох галузей) знань. Теорією і практикою укладання словників займається *термінологічна лексикографія*. **Термінологічні словники** класифікують: 1) як *наукові документи* (містять результати теоретичних або експериментальних досліджень у вигляді наукових понять); 2) як *науково-популярні документи* (містять відомості про теоретичні або експериментальні дослідження в галузі науки, культури, техніки у формі, доступній читачеві-неспécialісту. їх цільове призначення як науково- популярних видань полягає в розповсюдженні й популяризації наукових та інших спеціальних знань у сфері науки, техніки, виробництва; 3) як *виробничі документи*, призначені для використання на виробництві та в інших сферах практичної діяльності, що містять матеріали прикладного характеру, розраховані на фахівців різної кваліфікації. їх цільове призначення полягає в забезпеченні довідковою інформацією всіх сфер практичної діяльності, зокрема виробництва; 4) як *навчальні посібники* для забезпечення навчального процесу. До навчальних належать словники, які відображають термінологію певної навчальної спеціальності. Цей різновид словників, як правило, розвивають вищі навчальні заклади для забезпечення навчального процесу (М. Комова).

У Розпорядженні Кабміну України (від 11 лютого 2009 р. N 140 р) "Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку Національної словникової бази на 2009-2015 роки) зазначено: "Існує нагальна потреба у розвитку Національної словникової бази. На поточний момент у серії "Словники України" створено єдиний український електронний словник, який розповсюджено в Україні та за її межами накладом понад 60 тис. примірників".

Наведемо перелік термінологічних словників (у тому числі їх електронних версій) із різних галузей:

- Словник лінгвістичних термінів / Уклад. Д. І. Ганич, І. С. Олійник. — Київ: Вища школа, 1985.
- Філософський словник / За ред. акад. В. І. Шинкарука. — 2-е перпероб. видання. — Київ: Головна редакція УРЕ, 1986. — 796 с.
- Російсько-український словник з фізичної культури і спорту / За ред. В. Г. Осінчука, І. К. Попеску. — Львів: Світ, 1993. — 308 с.
- Російсько-український словник наукової термінології. Книга 1: Суспільні науки / НАН України. Упоряд. Й. Андерш та ін. — Київ: Наукова думка, 1994.
- Лисько З. Музичний словник: Репринтне видання 1933 р. — Київ: Музична Україна, 1994. — 168 с.
- Юридичний словник-довідник / За ред. Ю. С. Шемшученка.- Київ: Феміна, 1996 . — 695 с.
- Літературознавчий словник-довідник / Ред. кол. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів, В. І. Теремко та ін. — Київ: «Академія», 1997. — 752 с.
- Український педагогічний словник / Гончаренко Семен. Український педагогічний словник. — К.: Либідь, 1997. — 374 с.
- Фінансовий словник / А. Т. Ковальчук. — Київ : Знання, 2006. — 287 с. — ISBN 966-346232-9
- Біологічний словник / за ред. І. Г. Підоплічка. — К. : Головна редакція УРЕ, 1974. — Т. 3. — 552 с. 2-е вид. — Київ: Головна редакція УРЕ. 1986. — 680 стор.
- Барна М. М. Ботаніка: Терміни. Поняття. Персоналії: Словник. — Київ: Академія, 1997. — 272 с.
- Російсько-український словник наукової термінології. Книга 3: Математика. Фізика. Техніка. Науки про космос / НАН України. Упоряд. В. В. Гейченко та ін. — Київ: Наукова думка, 1998.
- Тлумачний словник із фізики : {6644 статті} / М. О. Вакуленко, О. В. Вакуленко. - К. : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2008. - 767 с.
- Російсько-український загальнотехнічний словник: Близько 113000 слів / Уклад. Л. І. Мацько та ін. — Київ: Вища школа, 1994. — 173 с.
- Російсько-український математичний словник: Близько 20000 термінів / Уклад. В. Я. Карачун, О. А. Карачун, Г. Г. Гульчук. — Київ: Вища школа, 1995.
- П'ятимовний тлумачний словник з інформатики / Упоряд. Іваницький Р. В., Кияк Т. Р. — Київ: ВППОЛ, 1995. — 370 с.
- Коссак О. М. Англо-український словник з інформатики та обчислювальної техніки: Понад 15000 термінів. — Львів: СП «БаК», 1995. — 304 с.
- Словник фізичної лексики: Українсько-англійсько-німецько-російський / Уклад. В. Козирський, В. Шендеровський. — Київ: «Рада», 1996. — 932 с.
- Російсько-український словник наукової термінології. Книга 3: Математика. Фізика. Техніка. Науки про космос / НАН України. Упоряд. В. В. Гейченко та ін. — Київ: Наукова думка, 1998.
- [закоп.пай.иа](#) Словник законодавчих термінів — Електронне видання НАУ Опііпе
- Словник-довідник музичних термінів — Електронне видання за словником Ю.Є. Юцевича
- Короткий математичний словник — Електронне видання на [гогтііа.со.иа](#) - математика для школи.
- Архівістика. Російсько-український словник термінів.
- Комп'ютерна термінологія — Глосарій української Вікіпедії.

Список використаних джерел

1. Мацько Л.І., Кравець Л.В. Культура української фахової мови: Навч. посіб. - К.: ВЦ «Академія», 2007.
2. Климова К. Я., Романюк П. Ф. Практична стилістика сучасної української мови: Навчальний посібник для студентів ВНЗ III-IV рівнів акредитації та викладачів-словесників закладів освіти. — Житомир : Вид-во ЖДУ, 2005.
3. [иБиу.доу.иа](#) Наукова періодика України>.. .№г_1егт/2008_620/29.рггг
4. [2акоп.гайа.§оу.иа>е§і-Біп/1а^8/таіп.е§і.](#)

Тема 2. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні.

План

1. Становлення і розвиток наукового стилю української мови.
2. Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки. Мовні засоби наукового стилю.
3. Оформлювання результатів наукової діяльності. План, тези, конспект як важливі засоби організації розумової праці. Анотування і реферування наукових текстів. Реферат як жанр академічного письма. Складові реферату. Стаття як самостійний науковий твір. Вимоги до наукової статті. Основні вимоги до виконання та оформлювання курсової, бакалаврської робіт. Рецензія, відгук як критичне осмислення наукової праці.
4. Основні правила бібліографічного опису джерел, оформлювання посилань.
5. Науковий етикет.

1. Науковий стиль сучасної української літературної мови сформувався під впливом грецької та латинської мов. Велику роль у становленні наукового стилю відіграли вчені Острозької академії, Львівського братства, Києво-Могилянської академії, Києво-Печерського монастиря. У 19-му — 20-му століттях відомі наукові тексти таких учених, як: Пантелеймон Куліш, Микола Костомаров, Михайло Драгоманов, Іван Франко, Іван Верхратський, Іван Огієнко, Михайло Грушевський, Агатангел Кримський, Борис Грінченко та ін. З 1907 року почало діяти "Українське наукове товариство" у Києві. Видавалися збірники, наукові записки, періодичні видання, підручники, монографії з різних галузей наукових знань. У 1918 році створено Термінологічну комісію, а у 1921 році при Академії наук створено Інститут української наукової мови: укладалися словники термінів. Терміни сучасної української мови відображають досягнення світового масштабу, отже, у складі будь-якої терміносистеми представлено чимало запозичених (іншомовних) слів, а також використано ресурси українського словотвору. Отже, у науковому стилі, як і в інших функціональних стилях української мови, знаходять відображення зміни у суспільстві, наукові досягнення (екстралінгвальні чинники), так і зміни у самій мовній системі (внутрішні лінгвістичні чинники).

2. "Основні ознаки наукового стилю: інформативність, абстрактність, об'єктивність, узагальненість, точність та однозначність, лаконічність, понятійність і предметність, логічна послідовність, доказовість і переконлива аргументація, пояснення причиново-наслідкових зв'язків. Мовні засоби, якими здебільшого оперує науковий стиль мовлення, — це однозначна загальнонавчана й абстрактна лексика, велика кількість термінів, зокрема — іншомовних (інтернаціональних).

У науковій мові не місце надлишковим емоціям, бо вони — бурхливе море, в якому тонуть факти. Існує спеціальна наукова фразеологія — стійкі термінологічні словосполучення, які формалізують мовлення, позбавляючи його зайвих емоційно-експресивних і змістових нашарувань. Особистісні оцінки можуть перековерчувати зміст повідомлення, тому прийнято нівелювати усі мовні елементи, які вказували б на особу автора, його інтереси чи вподобання: емоційно-експресивні синоніми та суфікси, багатозначні слова, художні засоби та індивідуальні неологізми тощо. Бажаним є використання цитат інших авторів і посилання на авторитетні джерела. Це, знову ж

таки, відволікає увагу від особи автора та продовжує наукову традицію — розширює, поглиблює й удосконалює певну теорію або гіпотезу.

Для текстів наукового стилю характерне послідовне членування на розділи, параграфи, пункти, підпункти. Науковий стиль має чітко організований синтаксис, у ньому переважають речення складної, але "правильної" будови, часто ускладнені зворотами, нанизуванням іменних форм. У реченнях багато іменників і відносних прикметників, мало дієслів, зокрема — особових форм їх. З наявних дієслівних форм частіше вживаються безособові, узагальнені чи неозначені, наприклад, як у підручниках з математики: *Дано дві сторони і кут, протилежний одній з них. Знайди інші два кути і третю сторону.* Для того, щоб лаконізувати думку і полегшити сприйняття інформації, використовуються схеми, таблиці, графіки, а також система символів, яка стисло і чітко позначає певні об'єкти. Отже, кожного разу, коли ми "сердимось" на книжку наукового стилю за "прісність" викладу і велику кількість "зарозумних" слів, слід пам'ятати, що це є та "усереднена" форма подачі інформації, яку однаково сприймуть люди різних поколінь і стилю життя. Науковий стиль спрямований не на естетичне чуття мовця, а на швидке раціональне сприйняття" (Л. Мацько, Л. Кравець).

3. Початком самостійного поетапного дослідження у заданій площині є написання анотації на книгу, статтю, презентація новинок науково-навчальної літератури. Конспект і реферат є складнішими жанрами наукового стилю, оскільки потребують від майбутнього вчителя більшої креативності, а в усному публічному мовленні вони реалізуються у формі повідомлення з наукової проблеми. Написання статті і тез є тим етапом формування професійно спрямованої творчої мовнокомунікативної діяльності майбутнього фахівця, який безпосередньо передувє виконанню курсової і кваліфікаційної робіт. Магістерська (дипломна) робота та її публічний захист завершують поетапне п'яти- шестирічне наукове дослідження і демонструють рівень сформованості креативної мовнокомунікативної особистості завтрашнього педагога.

Науково-дослідна робота студентів є обов'язковою складовою навчально- виховного процесу в університеті: *разом зі штатними науково-педагогічними працівниками, докторантами, аспірантами, студент вважається суб'єктом наукової діяльності ВНЗ.* За умови створення в університеті навчально-науково- інноваційного простору вона інтегрує у процес професійної підготовки майбутніх фахівців. Отже, підготовка професійно компетентних особистостей, яким притаманний високий рівень знань з української мови, умінь і навичок їх творчого застосування у ситуаціях професійного спілкування, передбачає формування науково-дослідницької компетентності студентів, зокрема нефілологів.

Дамо загальну характеристику **основних писемних жанрів наукового стилю**, з якими слід ознайомитися студентам при оформленні результатів своєї наукової діяльності.

Анотація (лат. *annotatio* — "зауваження, помітка")— це науково- інформативний жанр власне наукового підстилю, що витлумачується як короткий виклад змісту книги, статті, розробки, звіту тощо; стисла узагальнена характеристика книжки, статті, рукопису тощо, яка розкриває ідейну спрямованість, зміст, структуру та інші особливості твору.

Приклади оформлення анотації є на звороті титульної сторінки друкованого видання або у каталожній картці бібліотеки. Анотація допомагає зекономити час на пошуки інформаційних джерел для мовної самопідготовки, повідомляє про спрямованість на те чи інше коло читачів. Початком науково-дослідної роботи студента можна вважати написання першокурсником анотації на статтю, навчальну книгу за фахом. При цьому важливо: окреслити коло проблем, порушених автором (авторами), встановити мету, практичну значущість наукової публікації.

Конспект (лат. *comprect* — огляд) — довідково-інформаційний текст — лаконічно написаний виклад змісту першоджерела (книги, статті, лекції, промови, виступу тощо). При конспектуванні потрібно звернути увагу студентів на способи передачі чужої мови і відповідні пунктуаційні норми. За походженням конспекти поділяють на два типи — конспекти усних виступів і конспекти друкованих праць. Рекомендовано скористатися таблицею:

Технологія підготовки до конспектування наукової статті (зразок сторінки конспекту)

Структурні компоненти конспекту					
Повна назва першоджерела					
Тема (про що йдеться у статті)	Мікротеми (у рамках теми)	Докази, факти	Цитати	Власні думки, зауваження	
	1.				
	2.				
	3.				

Реферат (лат. *ge/ege* — повідомлення, переказ) як жанр наукового стилю інформує про дослідження з наукової проблеми. *Процес реферування* наукової літератури передбачає декілька *операцій*: читання тексту першоджерела (або кількох наукових праць), аналіз, виділення головного і переформулювання отриманої інформації у стислому вигляді. При цьому реферат як вторинний письмовий текст має такі *характеристики*, як: 1) змістова і структурна завершеність, наявність плану, списку аналізованих джерел; 2) точність передання авторського бачення проблеми, можлива самостійність у висновках, власна оцінка проблеми; 4) компактність і доступність викладу; 5) наочність (застосування таблиць, схем); 6) дотримання мовних норм та вимог до технічного оформлення тексту; 7) можливість озвучення матеріалів на практичному занятті, на засіданні студентського наукового гуртка, проблемної групи.

Якщо анотація, конспект, реферат та курсова робота є жанрами наукового стилю, віднесеними до базового рівня самостійної дослідницької роботи студентів, **статтю** пишуть творчо обдаровані студенти зі стійким інтересом до науки та прагненням до творчої науково-дослідної діяльності у цій площині. Стаття є самостійною, стислою (до 10 сторінок) науковою працею, вміщеною у наукових періодичних виданнях, збірниках матеріалів конференцій. Залежно від *мети* написання наукові статті поділяють на: повідомлювальні, оглядові, аналітичні та дискусійні. Оглядові (аналіз праць з досліджуваної проблеми) та повідомлювальні (про результати свого дослідження) статті є найпоширенішими видами студентських наукових публікацій.

Студентська наукова стаття повинна мати такі обов'язкові *елементи*: 1) формулювання проблеми у загальному вигляді, виділення її аспекту, про який

- йтиметься в публікації; 2) стислий аналіз праць, що є підґрунтям для студентського дослідження; 3) постановка завдання, вирішуваного у статті;
- 4) викладосного матеріалу індуктивним або дедуктивним способами, застосування аналізу та синтезу як методів наукового дослідження, використання цитат на доказ тієї чи іншої думки, посилання на джерела;
- 5) окреслення перспектив дослідження; 6) список використаної автором статті літератури, джерел (у тому числі електронних ресурсів), оформлений за державними стандартами (ДСТУ 3582 — 97); 7) анотація українською, російською та англійською мовами (найчастіше).

Працюючи над написанням статті, необхідно навчитися записувати основні її положення у формі **тез**, в яких відсутні докладні пояснення, приклади, таблиці, рисунки, цитування. Обсяг тез — як правило, до 2-х сторінок — дозволяє вважати їх оптимальною письмовою основою доповіді чи повідомлення студента на науковій конференції, науковому семінарі, на засіданні гуртка чи проблемної групи. Вужчим від тез є **план (статті, курсової, дипломної роботи тощо)**, який відображає логічну послідовність розташування частин тексту — вступної, основної (мікротеми тексту), заключної. План може бути простий і складний. *Нумерація у плані — стандартна:*

План

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ААААА.....	16
1.1. Ааааа.....	16
1.1.1. Ааааа.....	20
1.1.2. Аа.....	46
1.2. Аа.....	85
1.2.1. Аа.....	86
1.2.2. Мовна норма і культура мовлення студентів.....	91
Висновки до розділу 1.....	131

Теми **курскових, дипломних та магістерських робіт** щороку затверджуються протоколом засідання кафедри. Теми добирають так, щоб курсова робота могла стати частиною дипломного дослідження, а бакалаврська дипломна робота "розвинулася" у кваліфікаційну роботу на п'ятому курсі або в магістерське наукове дослідження. Слід зазначити, що студент має право запропонувати свою тему курсової роботи.

Виконання **курскових робіт** передбачено щороку навчальним планом з базових дисциплін за спеціальністю, з якої студент здобуває освіту. Курсова робота як самостійне навчально-наукове дослідження вирішує **ряд завдань**: 1) закріпити, поглибити й систематизувати практично спрямовані знання студентів з навчальної дисципліни; 2) удосконалити навички наукового текстотворення, набуті студентами у процесі написання анотацій, конспектів, рефератів, статей; 3) забезпечити належний рівень оволодіння майбутніми фахівцями методами сучасних наукових досліджень; 4) розвивати у студентів дослідницьку самостійність та рефлексію; 5) формувати в майбутніх фахівців етику професійної комунікативної поведінки, необхідну при проведенні експерименту; 6) стимулювати науково обдарованих студентів до написання кваліфікаційної (дипломної, магістерської) роботи.

Хоча курсова робота здебільшого реферативна, її слід вважати первинним письмовим текстом наукового стилю, оскільки студент виявляє повну самостійність у висновках, дає власну оцінку актуальної наукової проблеми. Обсяг курсової роботи

найчастіше становить 25-40 сторінок, а структура традиційно передбачає наявність таких складових, як: вступ, зміст (складається із теоретичної та практичної частин), загальні висновки, список використаних джерел (приблизно 10-15) та додатки. Тематика курсових робіт затверджується на початку 4-го курсу, що дає змогу студентам провести експериментальне дослідження під час виробничої практики та письмово оформити його хід та результати. Підготовчим етапом до написання курсової роботи є **план-конспект**. Оцінюється курсова робота студента як за шкалою МОНУ, так і БСТ8. Написання курсової та кваліфікаційної робіт з будь-якої навчальної дисципліни студентами ВНЗ вимагає від викладачів, що керують дослідженнями, високого рівня мовнокомунікативної професійної компетентності — знання норм української літературної мови та вміння використовувати їх у науковому дискурсі. Тому належна мовна підготовка магістрантів, найздібніші з яких поповнюють науковий склад університетських кафедр, повною мірою відповідає стратегічним завданням вищої школи.

Рецензія, відгук є критичним осмисленням наукової праці. Рецензії пишуть на статті у наукових збірниках, журналах; рецензують дипломні роботи, дисертації (опоненти), монографії, навчальні посібники, підручники. Рецензентами виступають компетентні фахівці: учені, фахівці-практики, відомі своїми досягненнями у професійній галузі. У рецензії зазначають джерело та автора; оцінюють структуру роботи, її наукову вагомість, стиль викладу, практичне значення; дають оцінку особистого внеску автора у галузь наукових знань. Наприкінці рецензії працю рекомендують до публічного захисту, до друку. **Відгук** пише науковий керівник, який спрямував наукове дослідження студента, магістранта, аспіранта, докторанта. У відгуку, окрім характеристики роботи, оцінюється самостійність дослідника, його особистісні якості як науковця, рівень професійної компетентності, у тому числі інформаційної та мовнокомунікативної. Відгук і рецензія є документами, у яких є назва, підпис автора, засвідчений відділом кадрів та закріплений печаткою установи.

4. Правила бібліографічного опису джерел, оформлювання посилань

відображено в Основних вимогах до дисертацій та авторефератів дисертацій // Бюлетень ВАК України, № 6, 2007 (зміни - № 3, 2008). Наведемо зразки оформлення посилань:

1. Мацько Л. І. та ін. Стилїстика української мови : підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. - К. : Вища шк., 2003. — 462 с.
2. Мацько Л. І. Українська мова в освітньому просторі : навчальний посібник [для студентів-філологів освітньо-кваліфікаційного рівня "магістр"]. — К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2009. — 607 с.
3. Мацько Л. І., Кравець Л. В. Культура української фахової мови : навч. посіб. / Любов Іванівна Мацько, Лариса Вікторівна Кравець. — К. : ВЦ "Академія", 2007. — 360 с. (Альма-матер).
4. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика : навч. посіб. / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. — К. : Вища шк., 2003. — 311 с.
5. Михайлюк В. Українська мова професійного спілкування (модульний варіант вивчення) / В. О. Михайлюк // Дивослово, 2004. — № 6. — С.33—38.
6. Словник іношомовних слів / За ред. О. С. Мельничука. — К., 1975. — 776 с.
7. Словник іношомовних слів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.рейде81.peI/teIa8eageI/ia/taIp.8IIt1
8. Словник української мови. В 11-ти томах / За ред. Ільїна В., Зайцевої Т., Паламарчука Л. та ін. — К. : Наук. думка, 1970-1980. — Т.4. — 840 с.

5. Науковий етикет полягає у додержанні науковцем кількох правил: 1) займенник "я" бажано не вживати навіть у тексті, де викладено результати власного дослідження: замість *я дійшов висновків, я довів, я проаналізував* краще вжити: *у дослідженні проаналізовано, доведено, зроблено висновки...*; 2) кожне власне дослідження проблеми спирається на попередній досвід учених. Отже, необхідно навести прізвища інших науковців (у хронологічному або в алфавітному чи в ієрархічному порядку). Не слід пишатися, яких би успіхів Ви не досягли; 3) неприпустимо висловлювати у некоректній формі свою незгоду із думкою, висловленою іншим дослідником. Слід використати **метамову**, наприклад: *Віддаючи належне висловленому К.Р. Мисько твердженню, доцільно*

все ж таки звернути увагу на.....

Попри те, що студенти технічно спроможні підготувати текст реферату, повідомлення, статті, курсової, дипломної робіт за допомогою електронної мережі, слід виокремити ряд *суттєвих недоліків*, які є типовими при виконанні дослідницьких завдань такого типу і спричинені низьким рівнем сформованості інформаційно-комунікаційної культури. Так, наприклад, студентські *реферати, статті, курсові і навіть дипломні роботи* нерідко являють собою сукупність скопійованих уривків зі знайдених за ключовими словами текстів, пропонованих пошуковими системами. При цьому посилання на авторів та їхні прізвища відсутні, навіть якщо в кінці роботи додано список використаних джерел. Все це не дозволяє відділити цитоване від власних міркувань студента, оцінити вміння майбутнього фахівця аналізувати стан розробленості тієї чи іншої проблеми у дослідженнях учених, спроможність систематизувати та робити самостійні узагальнюючі висновки. Запропонуємо визначення поняття "цитата", взяте з чинного законодавства: "Цитата — порівняно короткий уривок з літературного, наукового чи будь-якого іншого опублікованого твору, який використовується, з обов'язковим посиланням на його автора і джерела цитування, іншою особою у своєму творі з метою зробити зрозумілішими свої твердження або для посилання на погляди іншого автора в автентичному формулюванні (Закон України "Про авторське право і суміжні права"). Плагіат, до якого студент вдається вперше, через недбалий контроль та відсутність негативної реакції з боку викладача поступово перетворюється на тяжку хронічну хворобу "скутого розуму", інтелектуального споживацтва, непорядного ставлення до чужої творчої праці. Намагання перекласти авторський текст українською мовою (найчастіше з російської мови) особисто або машинним способом, так само є засіканням на захищену законодавством інтелектуальну власність.

Список використаних джерел

1. Климова К. Я. Теорія і практика формування мовнокомунікативної професійної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей педагогічних університетів : монографія / Катерина Яківна Климова. — Житомир : 1111 "Рута", 2010.
2. Мова наша - українська: Навчально-методичний посібник для вчителя / Л.І. Мацько, О.М. Семенов, Н.Б. Голуб та ін. / За ред. Л.І. Мацько. - К.: Богданова А.М., 2011.

Тема 3. Проблеми перекладу і редагування наукових текстів.

План

1. Форми і види перекладу. Буквальний, дослівний, адекватний, реферативний, анотаційний переклади.
2. Типові помилки під час перекладу наукових текстів українською. Вибір синоніма під час перекладу. Переклад термінів. Помилки у змісті й будові висловлювань.
3. Особливості редагування наукового тексту.

1. Із самого початку переклад виконував найважливішу соціальну функцію, надаючи можливість міжмовному спілкуванню людей. Поширення письмових перекладів дало змогу людству отримати доступ до культурних досягнень інших народів, зробило можливим взаємодію та взаємозбагачення літератур та культур. Якщо раніше перекладацька діяльність розглядалась тільки у зв'язку з перекладом художньої літератури, то сьогодні все більш важливе місце, як за обсягом так і за соціальним значенням, посідають переклади текстів спеціального характеру - ділові листи, інформаційні, юридичні, економічні, технічні та рекламні тексти. **Форми перекладу.** **Письмовим** називається такий вид перекладу, коли оригінал і текст перекладу виступають у вигляді фіксованих текстів, до яких перекладач може неодноразово звертатися. Це надає можливість перекладачеві повторно сприймати відрізки перекладеного тексту, порівнювати їх з відповідними частинами перекладу, вносити до тексту будь-які необхідні зміни до завершення процесу перекладу. **Усний переклад** - це вид перекладу, коли оригінал і його переклад виступають у нефіксованій формі, що визначає однократність сприйняття перекладачем частин оригіналу і неможливість наступного порівняння чи виправлення перекладу після його виконання. Перекладач спілкується з рецептором або безпосередньо, або за допомогою доступних йому технічних засобів. Різняться **два підвиди усного перекладу**: а) **Синхронний переклад** - це спосіб усного перекладу, коли перекладач, слухаючи оратора, практично одночасно (із малим відставанням у 2-3 сек.) проговорює переклад. Цей вид перекладу здійснюється за допомогою технічних засобів, при цьому перекладач має змогу, не перериваючи оратора, донести переклад до аудиторії. б) **Послідовний переклад**, який можливий лише тоді, коли те або інше висловлювання іноземною мовою переривається паузою для перекладу (Be8iKegega1.gi>гегеггаі-162694.Біт1).

Види перекладу. "Під **дослівним** перекладом розуміють відтворення конструкції оригіналу без будь-яких змін і без суттєвої зміни порядку слів у реченні. Під **буквальним** перекладом слід розуміти переклад по зовнішній (графічній або фонетичній) подібності між іноземним та українським словом або словосполученням, без врахування смислових відмінностей між ними. Звідси зрозуміло, що *дослівний переклад за певних умов є цілком закономірним явищем, а буквальный не допускається ніколи. Дослівний переклад, свого роду "фотографія" оригіналу, може служити початковим етапом для розшифровки складних місць оригіналу. Однак, якщо в тексті є синтаксичні конструкції, яких немає в українській мові, то дослівний переклад тільки ускладнить розуміння значення оригіналу. Наприклад, дослівний переклад наведених нижче речень не може сприяти правильному їх розумінню: *He Най кіз рНоіо іакєп. - Він мав свою фотографію зробленою.* Правильний переклад: *Він сфотографувався.**

Адекватний переклад - результат сукупності дій правильно відібраних лексичних, граматичних та стилістичних факторів. Вибір лексико-семантичних варіантів слова (терміна) на основі вивчення його контекстуальних зв'язків і з урахуванням прагматико-комунікативного аспекту висловлювання є основою точного і правильного перекладу. Адекватність - це більш широке поняття, ніж точність. В поняття "адекватність" входить передача стилістичних і експресивних відтінків оригіналу. Окрім того, навіть при відсутності формальної точності передачі окремих слів та словосполучень переклад в цілому може бути адекватним" (гшпаика.сот>29_Б^8_2009/РЫlolo\$ia/53872....).

Зазвичай, перекладач здійснює **повний письмовий переклад, реферативний або анотаційний переклад**. Кожен із указаних типів передбачає певні етапи перекладацької діяльності.

Так, при найширшому **повному письмовому перекладі** перекладач мусить дотримуватися таких правил:

1). Ознайомитися з оригіналом, уважно переглянувши його. Прочитати *увесь* текст, користуючись при потребі додатковими джерелами інформації: словниками, довідниками, спеціальною літературою тощо. 2) Написати чорновий варіант перекладу тексту, послідовно працюючи над логічно виділеними частинами першотвору. 3) Відредагувати переклад, прочитавши його мовчки, щоб ще раз перевірити якість, логіку викладу *всього* перекладу і внести необхідні поправки. Треба пам'ятати, що **редагування** спрямоване на вдосконалення як змісту, так і форми (структури) письмового твору.

Реферативний переклад. **Назва походить від слова "реферат" (від лат. - доповідано, повідомляю)**. Робота над реферативним перекладом складається з таких етапів:

1. Попереднє ознайомлення з оригіналом, перегляд спеціальної літератури з метою вивчення термінології, уважне прочитання всього тексту.
2. Розмітка тексту за допомогою квадратних дужок для виключення другорядних частин і повторів (частини тексту, які підлягають скороченню, беруться у дужки).
3. Читання залишених місць і усунення можливих диспропорцій та незв'язності.
4. Повний письмовий переклад частини оригіналу, що залишився поза дужками, яка повинна мати вигляд зв'язного тексту, побудованого за тим же логічним планом, що й оригінал.

Анотаційний переклад - це вид перекладу, який полягає у складанні анотації оригіналу мовою перекладу. **Анотування** (анотація від лат. - зауваження). Анотація - коротка характеристика книги, статті чи рукопису, їх ідейно- політичної спрямованості, змісту, призначення, цінності тощо. Анотація повинна надати читачеві уявлення про характер оригіналу (наукова стаття, технічний опис, науково-популярна книга тощо), про його побудову (які питання і в якій послідовності висвітлюються, до яких висновків приходить автор), про призначення оригіналу (на якого читача розраховано), а також про обсяг оригіналу, якість викладу, актуальність, обґрунтованість висновків та інших відмінностей першотвору. Різницею між анотацією і статтею чи книгою є характеристика оригіналу. Обсяг анотаційного перекладу в порівнянні з оригіналом визначається або замовником, або редактором, або самим перекладачем залежно від конкретних умов, однак анотації обсягом більше 500 друкованих знаків не роблять. Стиль анотаційного перекладу книги або статті довільний і визначається лише

завданням перекладача - дати коротку характеристику першотвору (апіагіо.кіеу.иа>иа/1_0). **Процес перекладу складається, із трьох етапів:**

- 1) *сприймання* (читання або слухання) на одній мові: читання тексту, ознайомлення із загальним змістом, не вдаючись до деталей;
- 2) *розуміння*: розуміння окремих слів, виявлення граматичних форм, складних конструкцій, лексичних зворотів, виявлення жаргонних термінів. Із цією метою проводиться повторне повільне читання тексту з його аналізом;
- 3) *відтворення* рідною мовою.

2. Переклад наукової літератури - це та сфера перекладацької діяльності, у якій професійне виконання роботи можливе тільки висококваліфікованими спеціалістами, які досконало обізнані у сфері і специфічній термінології перекладу та які на достатньому рівні володіють іноземною мовою, і, що найголовніше, які вміють грамотно висловлювати свою думку, не відходячи від суті та стилю оригінала, на мові перекладу (Бе8іКегега1.ги>гегегаI-162694.Ыт1). **Слід пам'ятати про характерні помилки під час перекладу**, зокрема: а) намагання перекласти всі елементи речення в тій послідовності, в якій вони подані в тексті іноземною мовою; б) ігнорування контексту як засобу встановлення значення того чи іншого слова, відшукування в словнику значення кожного незрозумілого слова; в) неправильний вибір за словником значення слова; шукання слова в словнику до того, як прочитано весь текст; г) недооцінювання ролі мовної догадки, намагання перекласти речення до розуміння загального змісту тексту. Особливу увагу слід приділяти вмінню знаходити правильне значення слів за контекстом і зовнішніми ознаками, працювати з словником, проводити морфологічний і синтаксичний аналіз. *Доцільно*: а) визначити місце групи підмета і присудка в реченні; б) визначити місце означення; в) починати аналіз речення з присудка в реченні (по його допоміжному чи модальному дієслову, граматичному закінченню, прислівнику неозначеного часу, наявності прямого додатка і т.п.); г) визначити труднощі лексичного порядку (керування дієслів, відсутність морфологічних ознак, великої кількості слів). Після з'ясування взаємозв'язку слів та змісту речення приступити до дослівного перекладу його, якій передає зміст того, що читається, але часто не відповідає нормам рідної мови (іпЮ-8оигсе8.аі.иа>пеш8/ргакІіка_регекІагїи_...).

Аналог — результат перекладу по аналогії шляхом вибору одного або декількох можливих синонімів (Миньяр-Белоручев Р.К. Теория и методы перевода. - М.: Московский лицей, 1996. С.188).

У статтях, усних виступах українською дуже часто зустрічається дослівний переклад з російської. **Перекладати треба за змістом, а не по одному слову.**

Наприклад: на протяжении некоторого времени - **протягом певного часу**; принимать участие в конференции - **брати участь у конференції**; иметь в виду - **мати на увазі**; принять меры - **вжити заходів**; по почте - **поштою**; преподаватель по образованию - **викладач за освітою**; принять к сведению - **взяти до відома**; убрать с должности - **усунути з посади**; по собственному желанию - **за власним бажанням**; по поводу - **з приводу**; без всяких оснований - **без жодних підстав**; отчет о работе - **звіт про роботу**;

работа по совместительству - **сумісна робота**; по окончании чего - **по закінченні чого**; все желающие - **усі бажаючі**; в следующем году - **наступного року**; несмотря на - **дарма що**; привлечение клиентов - **залучення клієнтів**; с ходатайством - **з клопотанням**; по требованию суда - **на вимогу суду** (*inпоу.in.ua>Ia§/переклад з російської/*).

Найбільші труднощі виникають під час перекладу з російської мови віддієслівних похідників: іменників, прикметників та дієприкметників. Слід уникати вживання однакового суфікса для творення слів, що означають різні чи протилежні (супротивні) за змістом поняття, наприклад, здатність до активної чи до пасивної дії.

Згідно з рішенням 3-ї Міжнародної наукової конференції «Проблеми української науково-технічної термінології» (Львів, 1994), треба:

1. Для подавання понять, позначуваних у російській мові дієприкметниками, в українській мові вживати окремі засоби:
 - а) перебування у стані дії позначати дієприкметниками та описовими конструкціями;
 - б) властивості об'єктів і суб'єктів дії — прикметниками;
 - в) назви об'єктів і суб'єктів дії — іменниками.
2. Чітко розмежовувати (розрізняти) засоби позначення понять процесу і наслідку процесу.

Активні дієприкметники та терміни — словосполучення з дієприкметниковим компонентом на *-ущ-* (*-ющ-*), *-ащ-* (*-ящ-*), *-иш-* (*-вш-*) залежно від змісту поняття перекладаються віддієслівними прикметниками із суфіксами *-н-*, *-увальн-* (*-ювальн-*), *-івн-*. Наприклад: *падающий* — *спадний*; *смазывающие* — *змащувальні*; *тормозящее* — *гальмівне*.

У поодиноких випадках використовуються і дієприкметники на *-уч-* (*-юч-*). Наприклад: *деградирующий* — *деградуєчий*.

При перекладі термінозворотів з дієприкметниковим компонентом у діловому мовленні перевага надається українським зворотам дієприкметникового типу над розгорнутими синтаксичними конструкціями. Наприклад: *выдерживаемый процесс* — *витримуваний процес* (замість «процес, що (який) витримується»).

Значна кількість помилок трапляється при побудові словосполучень із прийменниками у перекладах з російської мови ділових паперів.

Наприклад, прийменник **по** в українській мові поєднується лише: а) у складних прислівниках з іншими частинами мови:

- з іменниками (по можливості, по суті та под.);
- з прикметниками (по-господарськи, по-домашньому та под.);
- із займенниками (по-нашому, по-своєму та под.);
- з числівниками (по троє, один по одному, по-друге та под.);
- б) з іменниками у М. відмінку і вживається:
 - зі значенням мети (вирушили по матеріали, послали по інструктора);
 - зі значенням місця чи напрямку, де відбувається дія (пляма розповзлася по стелі, трансляція по телебаченню);
 - зі значенням певних стосунків, взаємин (товариш по партії, дядько по батькові);
 - зі значенням місця поширення дії (розпорядження по об'єднанню, чеканник по міді);

- зі значенням розподільності (усі делегати отримали по подарунку, жінкам подарували по букету пролісків);
- (у деяких словосполученнях без зміни значення) паралельно з іншими прийменниками або без них (по завершенні навчання — після завершення..., стріляти по мішені —... у мішень, простувати по слідах — ... слідами, пересуватися по пустелі — ...пустелею);
- в) з іменниками у 3. відмінку при вказуванні на предмет, місце, простір, що є межею поширення певної дії або ознаки (*вантажівка загрузла по фари і... до фар, резервуари були повні по краї і... до країв*);
- г) з прикметниками (по зеленій поверхні, по дрібному насінню та под.); г) з числівниками (по першим відвідувачам, отримали по 10 балів);
- д) із займенниками (по їхньому будинку, по цьому місцю та под.).

В інших випадках треба використовувати прийменники **на, за, з, із, до, для, від, під, у (в), як, через, щодо** та ін. або ж взагалі безприйменникові конструкції залежно від контексту: по Вашему желанію — на Ваше бажання; називать по имени — називати на ім'я; проживать по улице — мешкати на вулиці...; по требованию — на вимогу; замечания по теме — зауваження на тему; обратиться по адресу — звернутися на адресу (за адресою); по собственному желанію — за власним бажанням; по нашим подсчетам — за нашими підрахунками; по приказу директора — за наказом директора; по договоренности — за домовленістю; по совместительству — за сумісництвом⁴ конференция по проблеме — конференція з проблеми; специалист по программированию — фахівець із програмування; действовать по обстоятельствам — діяти залежно (в залежності) від обставин; инспектор по делам несовершеннолетних — інспектор у справах неповнолітніх; по техническим причинам — через технічні причини тощо. Російські словосполучення з прийменником **в** українською мовою передаються за допомогою прийменників **на, до, з, за, про, при, як, о** та ін. або ж безприйменниковими конструкціями: в адрес — на адресу; в виду (иметь) — на увазі (мати); в деревню (поехать) — на село (поїхати); в должность (вступать) — на посаду (ставати) (aic-sgtea.pago.gov.ru/8iigiu/КегИБ/2К/икг_тоуа/)

Синонімічна заміна запозичених слів українськими евфемізмами широко використовується у діловому та науковому стилях: *неприємна подія (інцидент), дефект (недолік), стимул (рушійна сила), пріоритет (переважне право), компенсація (відшкодування), менеджер (професійний управляючий)*. Зазначимо, що для наукового стилю взагалі вживання дублетів (абсолютних синонімів, з яких одне слово - українське, а друге - іншомовного походження) є засобом контекстуального уточнення.

3. Редагування наукового тексту передбачає аналіз його змісту за такими критеріями:

- 1) оцінювання відповідності змісту окресленим темі, меті і завданням дослідження;
- 2) оцінювання самостійності викладу на предмет плагіату;
- 3) оцінювання науковості викладу; достовірності отриманих дослідником статистичних даних;

- 4) оцінювання логічної відповідності структури тексту його змісту;
- 5) оцінювання форм вираження наукового змісту за допомогою мовних засобів;
- 6) оцінювання стильової єдності структурних компонентів тексту;
- 7) оцінювання технічного оформлення наукового тексту (таблиці, діаграми, графіки, список джерел, схеми, рисунки тощо).

Під час редагування необхідно користуватися перекладними термінологічними словниками.

Список використаних джерел

1. Климова К. Я. Теорія і практика формування мовнокомунікативної професійної компетенції студентів нефілологічних спеціальностей педагогічних університетів : монографія / Катерина Яківна Климова. — Житомир : ПП "Рута", 2010.
2. Климова К. Я., Романюк П. Ф. Практична стилістика сучасної української мови: Навчальний посібник для студентів ВНЗ III-IV рівнів акредитації та викладачів-словесників закладів освіти. — Житомир : Вид-во ЖДУ, 2005.