

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ПЕРЕЯСЛАВ-ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ
ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ»

ФІНАНСОВО-ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

І.І. ДОБРОСКОК, Л.М. ОВСІЄНКО

ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Переяслав-Хмельницький
2015

ББК 81.2Укр-5-9
УДК 81'271(076)

*Рекомендовано вченою радою
ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний
університет імені Григорія Сковороди»
(протокол № 7 від 10 березня 2015 року)*

Рецензенти:

Дроздова Ірина Петрівна – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри педагогіки і психології професійної підготовки Харківського національного автомобільно-дорожнього університету;

Караман Станіслав Олександрович – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри української мови Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка;

Мельник Мирослава Романівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського».

Доброскок І.І., Овсієнко Л.М. Організація сучасної ділової комунікації : навчальний посібник для студентів ВНЗ / І.І. Доброскок, Л.М. Овсієнко. – Переяслав-Хмельницький : «Видавництво КСВ», 2015. – 446 с.

Пропонований посібник є теоретико-практичним виданням. У ньому виокремлено три змістові модулі: «Комунікативні ознаки культури ділового мовлення», «Професійна комунікація особистості», «Комунікація як складова фахової діяльності», кожен із яких складається з чотирьох окремих тем, які містять теоретичний матеріал, основні поняття і категорії, питання для обговорення, практичні завдання навчально-пізнавального характеру, індивідуальні завдання для самостійної роботи, індивідуальні навчально-дослідницькі завдання, завдання науково-дослідницького характеру, реферативні завдання, орієнтовні тестові завдання для самоконтролю, літературу (основну і додаткову), методичні вказівки до їх вивчення.

Практична частина посібника спрямована на те, щоб студенти набули відповідних навичок організації сучасної ділової комунікації у різних сферах діяльності відповідно до свого фаху.

Призначений для студентів галузі знань 0101 «Педагогічна освіта», спеціальностей 8.01010401 «Професійна освіта».

ББК 81.2Укр-5-9
УДК 81'271(076)

ISBN 978-000-0000-00-0

© Доброскок І.І., Овсієнко Л.М., 2015

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	6
ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ	8
НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ВИВЧЕННЯ КУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»	11
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	12
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ	15
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1. ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ	15
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2. ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ	46
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3. СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ	81
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4. НАУКОВИЙ СТИЛЬ І ЙОГО ЗАСОБИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ	109
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ	141

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5. СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	141
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6. РИТОРИКА І МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ	173
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7. ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	205
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8. КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ	247
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	274
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9. ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ	274
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 10. ДІЛОВІ ПАПЕРИ ЯК ЗАСІБ ПИСЕМНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	312
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 11. ЕТИКЕТ ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ	340
ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 12. УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ У ПРОФЕСІЙНОМУ ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ	366
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	386
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ	395

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТІВ	397
РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ІЗ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»	399
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ ТА ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ НАВЧАЛЬНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ	401
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ СТУДЕНТАМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ	404
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ СТУДЕНТАМИ ЗАВДАНЬ НАУКОВО- ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ	406
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ СТУДЕНТАМИ РЕФЕРАТИВНИХ ЗАВДАНЬ	408
СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»	409
МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ	410
ДОДАТКИ	440

ПЕРЕДМОВА

Навчальний посібник призначений для студентів галузі знань 0101 «Педагогічна освіта», спеціальностей 8.01010401 «Професійна освіта», але може бути корисним і іншим бажаючим поповнити свої знання з організації сучасної ділової комунікації.

Основна його функція полягає в ознайомленні студентів із теоретичним матеріалом дисципліни («Організація сучасної ділової комунікації») та формуванні практичних комунікативних умінь і навичок майбутніх фахівців.

Пропонований посібник є теоретико-практичним виданням. У ньому виокремлено три змістові модулі: «Комунікативні ознаки культури ділового мовлення», «Професійна комунікація особистості», «Комунікація як складова фахової діяльності», кожен із яких складається з чотирьох окремих тем, які містять теоретичний матеріал, основні поняття і категорії, питання для обговорення, практичні завдання навчально-пізнавального характеру, індивідуальні завдання для самостійної роботи, індивідуальні навчально-дослідницькі завдання, завдання науково-дослідницького характеру, реферативні завдання, орієнтовні тестові завдання для самоконтролю, літературу (основну й додаткову), методичні вказівки до їх вивчення.

Практична частина посібника спрямована на те, щоб студенти набули відповідних навичок організації сучасної ділової комунікації у різних сферах діяльності відповідно до свого фаху.

Окрім того, у посібнику подано методичні вказівки до написання та оформлення курсових робіт і рефератів з дисципліни; критерії оцінювання знань студентів теоретичного матеріалу та виконання практичних завдань

навчально-пізнавального характеру, індивідуальних завдань для самостійної роботи, завдань науково-дослідницького характеру, реферативних завдань, систему оцінювання знань студентів із навчальної дисципліни тощо.

Автори посібника висловлюють щиру вдячність рецензентам: доктору педагогічних наук, професору, професору кафедри педагогіки і психології професійної підготовки Харківського національного автомобільно-дорожнього університету *Ірині Петрівні Дроздовій*; доктору педагогічних наук, професору, завідувачу кафедри української мови Гуманітарного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка *Станіславу Олександровичу Караману* та кандидату філологічних наук, доценту, доценту кафедри української філології і методики навчання фахових дисциплін ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського» *Мирославі Романівні Мельник* за цінні зауваження, що дали змогу підвищити науковий рівень та практичну цінність видання.

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

«Організація сучасної ділової комунікації» є нормативним курсом циклу дисциплін професійної та практичної підготовки.

Метою вивчення її є формування комунікативної компетентності студентів; набуття комунікативного досвіду, що сприяє розвитку їх креативних здібностей та спонукає до самореалізації фахівців, активізує пізнавальні інтереси, реалізує евристичні здібності як визначальні для формування професійної майстерності та конкурентоздатності сучасного фахівця; вироблення навичок оптимальної ділової мовної поведінки у професійній сфері: вплив на співрозмовника за допомогою вмілого використання різноманітних мовних засобів, оволодіння культурою монологу, діалогу й полілогу; сприйняття і відтворення фахових текстів, вибір комунікативно виправданих мовних засобів

Завдання дисципліни полягають у формуванні чіткого і правильного розуміння ролі державної мови у професійній діяльності; забезпечення досконалого володіння нормами сучасної української літературної мови та дотримання вимог культури усного й писемного ділового мовлення; вироблення навичок самоконтролю за дотриманням мовних норм у діловому спілкуванні; розвиток творчого мислення студентів-документознавців; формування навичок оперування фаховою термінологією, редагування, коригування та перекладу наукових текстів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни **студент повинен:**

– **знати:** предмет і завдання курсу «Організація сучасної ділової комунікації»; визначення понять *комунікація, ділова комунікація, комунікативний акт, спілкування* та ін.; комунікативні ознаки культури ділового мовлення; що таке етикет взагалі, діловий, мовний, мовленнєвий і спілкувальний етикет; правила спілкувального етикету; стереотипні, узвичаєні словесні формули для кожної типової мовленнєвої етикетної ситуації та особливості їх застосування; види візитних карток, що різняться функціональним призначенням; зв'язок спілкування з мовою та мовленням, роль мови в діловому спілкуванні; невербальні засоби ділового спілкування; гендерні аспекти спілкування; особливості комунікативно-мовленнєвих ситуацій, характерних для фахової діяльності; закономірності логіки ділового мовлення; основні види ораторських промов; професійно значущі мовленнєві жанри; основні прийоми вдосконалення майстерності ділового мовлення; особливості усного спілкування, кожної його форми (індивідуальної бесіди, телефонної розмови тощо); стратегії поведінки під час ділової бесіди та телефонної розмови; як підготуватися до співбесіди з роботодавцем; способи впливу на людей під час безпосереднього спілкування; особливості ведення наради, зборів, перемовин; методи обговорення проблем (дискусія, «мозковий штурм», дебати).

– **вміти:** дотримуватися правильності, змістовності, логічності, багатства, точності, виразності, доречності й доцільності у висловленні думки; правил мовленнєвого етикету під час вітання, прощання, висловлення відмови, співчуття та ін.; вільно відтворювати стійкі мовні формули згідно правил; послуговуватися візитними картками; проводити різні комунікативні ігри; правильно

будувати різні типи текстів з урахуванням специфіки конкретної мовленнєвої ситуації; розрізняти види й форми спілкування; добирати мовні засоби не ізольовано, а в контексті створюваного чи аналізованого висловлювання відповідно до професійної сфери діяльності; виконувати різноманітні практичні завдання та вправи, спрямовані на засвоєння теми; будувати розгорнутий монолог з фахової проблематики; застосовувати основні закони риторики під час професійного спілкування; створювати максимально ефективну композицію промови; логічно правильно, точно, етично й емоційно виражати думку відповідно до змісту, умов комунікації й адресата, прагнучи при цьому виробити індивідуальний стиль; провести індивідуальну бесіду, телефонну розмову; швидко реагувати на неочікувані запитання, уникати помилок під час співбесіди; впливати на людей у процесі безпосереднього ділового спілкування; бути вихованим, доброзичливим, чесним, а також амбітним; провести нараду; взяти участь у підготовці та проведенні перемовин; ретельно готувати спільне обговорення важливих питань і ухвалення рішень; чітко визначати коло обговорюваних питань; дотримуватися норм сучасної української літературної мови; креативно і творчо підходити до вирішення професійних проблем.

У процесі вивчення дисципліни у студентів формуються не лише комунікативні, а й професійні вміння і навички.

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ВІВЧЕННЯ КУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»

№ п/п	Тема лекцій, тема практичного заняття	Кількість годин				
		Лекції	Практичні заняття	Індивідуальні заняття	Самостійна робота	Усього
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ						
1	Державна мова – мова професійного спілкування	2	2	-	2	6
2	Інформаційне та комунікаційне забезпечення внутрішньої організації державного управління	2	2	-	4	8
3	Стилі сучасної української мови у професійному спілкуванні	2	2	-	4	8
4	Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні	2	2	-	2	6
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ						
5	Спілкування як інструмент професійної діяльності	2	2	-	4	8
6	Риторика і мистецтво презентації	2	2	-	4	8
7	Основи культури української мови	2	2	-	2	6
8	Культура усного фахового спілкування	2	2	-	2	6
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ						
9	Форми колективного обговорення професійних проблем	2	2	-	8	12
10	Ділові папери як засіб письманої професійної комунікації	2	2	2	6	12
11	Етикет ділового листування	2	2	8	10	22
12	Українська термінологія у професійному діловому спілкуванні	2	2	-	2	6
Загальна кількість годин		24	24	10	50	108

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

ТЕМА 1. Державна мова – мова професійного спілкування

Предмет та основні завдання курсу «Організація сучасної ділової комунікації». Літературна мова, її найістотніші ознаки. Мова професійного ділового спілкування та її особливості. Мовна, мовленнєва, комунікативна та мовнокомунікативна професійна компетенції. Мовні норми сучасного ділового спілкування.

ТЕМА 2. Інформаційне та комунікаційне забезпечення внутрішньої організації державного управління

Інформація та її роль у державному управлінні. Комунікації та їх загальна характеристика. Інформаційно-комунікаційні потоки у структурі державного управління. Комунікаційний процес і форми обміну інформацією. Ділова комунікація: сутність та типологізація. Спілкування і комунікація. Координація та інтелектуальна власність. Типологізація видів ділової комунікації. Галузеві й функціонально-управлінські особливості комунікацій.

ТЕМА 3. Стилi сучасної української мови у професійному спілкуванні

Функціональні стилі української мови та їх сфери застосування. Основні ознаки функціональних стилів. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового й розмовного стилів. Текст як форма реалізації мовленнєво-професійної діяльності.

ТЕМА 4. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні

Науковий текст та професійний науковий виклад думок. Оформлення результатів наукової діяльності. Тези як елемент комунікаційного процесу. Анотування та реферування наукових текстів. Бібліографічний опис та правила оформлення покликань.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ

ТЕМА 5. Спілкування як інструмент професійної діяльності

Спілкування, ділове спілкування і комунікація, їх функціональні особливості. Види, форми та етапи спілкування. Мова, мовлення і спілкування. Невербальні засоби спілкування. Гендерні аспекти спілкування.

ТЕМА 6. Риторика і мистецтво презентації

Публічний виступ як важливий засіб комунікації переконання. Мистецтво аргументації та його особливості. Презентація як різновид публічного мовлення. Культура сприймання публічного виступу. Види запитань та культура їх формулювання.

ТЕМА 7. Основи культури української мови

Мова і культура мовлення в житті професійного комуніканта. Комунікативні ознаки культури мовлення. Комунікативна професіограма фахівця. Словники у професійному мовленні, їх роль у підвищенні мовленнєвої культури особистості. Мовний етикет та етикетні ситуації.

ТЕМА 8. Культура усного фахового спілкування

Усне спілкування та його особливості. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування. Функції

та види бесід. Стратегія поведінки під час ділової бесіди. Особливості співбесіди з роботодавцем. Етикет телефонної розмови. Етичне використання мобільних телефонів.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3

КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ТЕМА 9. Форми колективного обговорення професійних проблем

Мистецтво перемовин і його особливості. Збори як форма прийняття колективного рішення. Нарада та особливості ефективного її проведення. Дискусія як форма колективного обговорення професійних проблем. Візитна картка. Види та особливості оформлення.

ТЕМА 10. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації

Класифікаційні особливості документів. Національний стандарт України. Вимоги до змісту та розташування реквізитів. Вимоги до бланків документів. Вимоги до тексту документа.

ТЕМА 11. Етикет ділового листування

Класифікація листів, їх реквізити. Особливості оформлення листів. Етикет ділового листування.

ТЕМА 12. Українська термінологія у професійному діловому спілкуванні

Термін та його ознаки. Термінологія як система. Загальногалузева, міжгалузева і вузькоспеціальна термінологія. Способи творення термінів.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1 КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ КУЛЬТУРИ ДІЛОВОГО МОВЛЕННЯ

ТЕМА 1 *ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ*

МЕТА: розширити знання про українську літературну мову і мову професійного ділового спілкування; засвоїти поняття про мовну, мовленнєву, комунікативну компетенцію та мовнокомунікативну професійну компетенцію; забезпечити оволодіння орфоепічними, лексичними, стилістичними, граматичними нормами сучасного українського ділового мовлення.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Першочерговим завданням модернізації системи освіти в Україні є підвищення рівня загальної та професійної підготовки майбутніх фахівців. Країні потрібні компетентні, творчі особистості, які вміють працювати в колективі, чітко розуміють свою роль у суспільстві, мають широкі за обсягом і глибокі за змістом знання, уміння і навички, які здатні застосовувати на практиці.

Відповідно до цих завдань, основною *метою вищої освіти* є підготовка кваліфікованого педагога відповідного рівня та профілю, конкурентоздатного на ринку праці, компетентного, який вільно володіє професією та орієнтується в суміжних галузях діяльності, готового до

постійного професійного росту, соціальної та професійної мобільності.

Одним із аспектів вирішення поставлених завдань є формування в особистості низки **компетенцій** і **компетенностей**, серед яких ключове значення відводиться **комунікативній**.

Комунікативна компетенція складається з: **мовленнєвої компетенції** (уміння застосовувати знання мови на практиці, користуватися мовними одиницями); **мовної** (знання одиниць мови та правил їх поєднання); **предметної** (уміння на основі активного володіння загальною лексикою відтворювати у свідомості картину світу); **прагматичної** (здатність до здійснення мовленнєвої діяльності, зумовленої комунікативною метою, до вибору необхідних форм, типів мовлення, урахування функційно-стилістичних різновидів мовлення).

Усі зазначені компетенції складають образ мовної особистості, який є системою, що виникає в суспільстві й розвивається, ґрунтуючись на здатності вираження й закріплення соціальних відносин і взаємодій.

Мовна особистість є насамперед носієм національної свідомості, рідної мови, культури, знань з мови, умінь творчо використовувати їх у різних видах мовленнєвої діяльності.

Таким чином, **завданням курсу** є формування мовної компетенції майбутніх фахівців, що містить знання і практичне оволодіння нормами професійної ділової мови; вироблення стійких умінь і навичок: самоконтролю за дотриманням мовних норм у діловому спілкуванні; оптимальної мовної поведінки у професійній сфері; усного й писемного мовлення, зорієнтованого на сучасну професійну специфіку; оперування фаховою термінологією, редагування, корегування та перекладу ділових і наукових текстів.

Мова є однією з найістотніших ознак нації. Вона існує в діяльності членів відповідної етнічної спільноти і відображає її.

Українська мова є єдиною національною мовою українського народу і відповідно до Конституції – державною мовою нашої країни.

Термін **«державна мова»** виник у добу утворення національних держав. За загальноприйнятим визначенням, державна мова – закріплена традицією або законодавством мова, уживання якої обов’язкове в органах державного управління та діловодства, громадських органах та організаціях, на підприємствах, у закладах освіти, науки, культури, у сферах зв’язку та інформатики.

На позначення мови, що виконує роль державної, уживають також терміни **«офіційна мова»**, **«національна мова»** або просто **«мова певної держави»**, наприклад: мова Республіки Білорусь – *білоруська*; офіційна мова Італії – *італійська* тощо. Загалом у зарубіжному законодавстві переважає термін «офіційна мова», та в останні роки він часто використовується і в Україні, тому слід чіткіше окреслити його зміст.

У юридичному аспекті поняття «офіційна мова» близьке до поняття «державна мова». Відмінність між ними полягає лише в тому, що для статусу державної мови обов’язковим є його офіційне законодавче закріплення, відповідне нормативне оформлення, у той час як статус офіційної мови не передбачає обов’язкового проголошення законодавчою владою.

На ґрунті української національної мови формується і розвивається українська літературна мова. Як одна із форм національної мови, вона існує поряд з іншими її формами: діалектами, просторіччям, мовою фольклору.

Літературна мова – це унормована, регламентована, відшліфована форма існування загальнонародної мови, що

обслуговує найрізноманітніші сфери суспільної діяльності людей: державні та громадські установи, пресу, художню літературу, науку, театр, освіту і побут. Вона вважається найвищою формою існування мови. Основними ознаками літературної мови є: унормованість, уніфікованість (стандартність), наддіалектність, поліфункціональність, стилістична диференціація (розвинена система стилів).

Найістотношою ознакою літературної мови є її **унормованість**, тобто наявність усталених мовних норм, найбільш поширених, уніфікованих зразків репрезентації мовної системи.

Наддіалектність полягає в тому, що літературна мова, на відміну від територіальних діалектів, функціонує без будь-яких обмежень на всій території України і допускає її регіональне варіювання.

Маючи усну й писемну форму вираження, літературна мова охоплює всі сфери комунікативної практики суспільства за допомогою мовновиражальних засобів. Це і є її **поліфункціональність**.

У плані **уніфікованості** (стандартності) літературна мова зберігає свою цілісність і єдність, хоча має різноманітні мовні засоби та їх варіанти.

Літературна мова характеризується розгалуженою системою **стильових різновидів**, що взаємодіють між собою і сприяють розвитку мовновиражальних засобів.

Літературна мова реалізується в усній і писемній формах, які однаково поширені в сучасному мовленні. Їм властиві основні загальномовні норми, проте кожна має свої особливості, що пояснюється специфікою функціонування літературної мови в кожній із форм.

Писемна форма літературної мови функціонує у сфері державної, політичної, господарської, наукової і культурної діяльності.

Усна форма літературної мови обслуговує безпосереднє спілкування людей, побутові й виробничо-професійні потреби суспільства.

Сучасна українська літературна мова сформувалася на основі південно-східного наріччя, увібравши в себе деякі діалектні риси інших наріч. Зачинателем нової української літературної мови був І.П. Котляревський, який першим (в «Енеїді») використав народнорозмовні багатства полтавських говорів і фольклору.

Основоположником сучасної української літературної мови вважають Т.Г. Шевченка, який уперше своєю творчістю підніс її на високий рівень суспільно-мовної і словесно-художньої культури, заклав підвалини для розвитку наукового, публіцистичного та інших стилів української мови.

Українська літературна мова постійно розвивається і збагачується. Цей процес супроводжується усталенням, шліфуванням обов'язкових для всіх літературних норм.

Засвоєння основ будь-якої професії починається з оволодіння мовою професійного спілкування.

Українська мова професійного спілкування започаткувалася з II пол. XIX ст., з формування наукової мови і створення українських термінологій різних галузей знань.

Мова професійного спілкування (професійна мова) – це функціональний різновид української літературної мови, яким послуговуються представники певної галузі виробництва, фаху, роду занять. Як додаткова лексична система професійна мова, не маючи власної специфіки фонетичного та граматичного рівнів, залишається лексичним масивом певної мови.

Основними ознаками мови професійного спілкування є:

1. Ситуація, що актуалізує використання цього різновиду мови, – спілкування в межах спеціальної сфери (наука, техніка, виробництво, управління, сільське господарство, транспорт, зв'язок, медицина, дипломатія тощо).

2. Спілкування за системою «людина–людина» (хоча не виключена також система «людина–машина–людина»). Але це не просто людина, а та, яка професійно працює в конкретній галузі знань (наука, техніка, виробництво, управління тощо). Основною необхідною характеристикою носія (споживача) цієї мови є професіоналізм, що вимагає володіння понятійно-категорійним апаратом певної сфери діяльності та відповідною системою термінів.

Професіоналізм – це слово або вислів, уживаний у професійному середовищі і властивий мові певної професійної групи.

Термін – це слово або словосполучення, що позначає поняття спеціальної сфери спілкування в науці, виробництві, техніці, у конкретній галузі знань.

На відміну від аргю (сленгу) професійну мову визначає предмет, який вона описує, а не коло осіб, що нею користуються.

3. Природність мови з елементами мов штучних (спеціалізованих штучних або символічних), а також мов людино-машинного спілкування. Професійна мова – вербальна, але з досить розвиненою тенденцією до залучення авербальних засобів, що використовуються і в функції номінації спеціального поняття, і в функції його дефініції (як додатковий матеріал у вигляді малюнків, креслень, схем тощо).

4. Поліфункціональність мови, адже вона займає широке поле мовного простору і виконує основні функції: відображення дійсності і збереження знань (епістемічна функція), одержання нового знання (когнітивна функція),

передавання спеціальної інформації (комунікативна функція).

Виконуючи досить різні, але однаково важливі функції, мова професійного спілкування сама стає функцією людини в процесі її діяльності та оцінюється як основна соціально-рольова функція її, реалізація якої дає людині засоби для існування, але водночас вимагає відповідних знань і вмінь, що здобуваються в результаті навчання, а також досвідом і звичкою.

5. Вторинність професійної мови, оскільки її носії спочатку мають бути носіями національної літературної мови.

Перехід фахівця на професійну мову під час спілкування можна схарактеризувати як певну зміну мовного регістру. У цілому вона (інструмент) залишається тією ж національною літературною мовою, але в конкретних (професійних) умовах змістовно редукується; залежно від галузі знань і предмета спілкування, стає монотематичною (хоча й не завжди); насичується спеціальними словами й виразами, використання яких вимагає професіоналізму, тобто компетентності. Усе це можливе тільки за умови переходу суб'єктів спілкування на професійний рівень свідомості.

6. У професійній комунікації на основі психологічних і соціальних особливостей статусу партнерів комунікативного акту – відправника мови і адресата – дослідники виділяють інтерпрофесійну та інтрапрофесійну комунікації.

Інтерпрофесійна комунікація складається з мовних актів, у яких професійні ролі комунікантів не збігаються. Характерним прикладом є спілкування «продавець–покупець». **Інтрапрофесійна комунікація** здійснюється всередині певної соціально-професійної спільноти.

Окрім комунікації за моделлю «спеціаліст–спеціаліст», що є неоднорідною, оскільки включає однодисциплінарні й різнодисциплінарні гілки, актуальна й модель спілкування «спеціаліст–неспеціаліст». Остання реалізується в досить широкому комплексі «жанрів» (науково-популярні твори; словники, орієнтовані на дилетантів; інструкції з експлуатації приладів; інструкції зі збирання предметів побуту; науково-популярні радіо- та телепередачі тощо). У цій моделі мову спілкування розглядають вже не як суто спеціальні термінологічні системи, а як неоднорідні комплекси, розшарування яких на горизонтальні пласти визначається такими параметрами, як: комунікативна ситуація, партнер комунікації, комунікативні умови. Усе сказане підтверджує думку про неоднорідність мови для професійних цілей.

7. Поліструктурність мовної системи, що забезпечує різні комунікативні потреби. На змістовому рівні така мова складається з конкретних фахових мов, які кожен раз набувають своїх пріоритетів у плані вираження. Звичайно, що мова математики суттєво відрізняється від мови історії, а мова хімії від мови філології. Але при цьому в них є спільні різновиди, характер яких зумовлений формою реалізації, – писемна й усна форми.

8. Внутрішня стилістична неоднорідність, у зв'язку з чим дослідники говорять про «багатошарові моделі» фахових мов. Порівняння цих моделей дозволяє виділити три основні шари: перший шар – це наукова мова; другий шар – професійна розмовна мова (виробнича мова, лабораторний жаргон), яка складається насамперед із неточно визначених професійних слів та жаргонізмів і служить переважно для повсякденного спілкування людей, що працюють у певній галузі; третій шар – мова «розподіляюча» (мова торгівлі, агітації, реклами тощо).

9. Специфічний зміст лексико-семантичної системи, адже саме змістова організація визначила конкретну адресованість фахової мови, форми її функціонування, жанрово-стилістичну своєрідність.

З огляду на це можна констатувати, що *фахова мова* – це сукупність усіх мовних засобів, якими послуговуються у професійно обмеженій сфері комунікації з метою забезпечення порозуміння між людьми, які працюють у цій сфері. Особливості її зумовлюють мета, ситуація професійного спілкування, особистісні риси комуніканта й реципієнта (мовна компетенція, вік, освіта, рівень інтелектуального розвитку). Залежно від ситуації і мети спілкування доречно й правильно добираються різноманітні мовні засоби висловлення думки: лексичні, граматичні, фразеологічні тощо.

Усі лексичні одиниці фахових текстів поділяються на чотири різновиди: терміни певної галузі, що мають власну дефініцію; міжгалузеві загальнонаукові термінологічні одиниці (терміни філософії, політології, математики, філології тощо); професіоналізми; професійні жаргонізми, що не претендують на точність та однозначність.

Володіти мовою професійного спілкування означає вільно послуговуватися всіма багатствами лексичних засобів з фаху; дотримуватися граматичних, лексичних, стилістичних, акцентуаційних та інших норм професійного спілкування; знати спеціальну термінологію, специфічні найменування відповідної професійної сфери; використовувати усі ці знання на практиці, доречно поєднуючи вербальні й авербальні засоби спілкування.

Отже, *професійна (фахова) мова* – це насамперед термінологія, притаманна тій чи іншій галузі науки, техніки, мистецтва. Вона виокремлюється відповідно до сфери трудової діяльності, де активно функціонує.

В інформаційному суспільстві фахівець має вміти швидко сприймати будь-яку форму мовлення, отримувати необхідну інформацію, створювати монологи, вести діалоги, керувати системою мовленнєвих комунікацій у межах своєї компетенції тощо. Слово є одним із інструментів професійної діяльності педагога, лікаря, правозахисника, менеджера, журналіста та ін. Від багатства словникового запасу, рівня культури мови і техніки мовлення значною мірою залежать професійна майстерність, імідж та успіх особистості.

Професійна мовленнєва комунікація відбувається в межах сфери фахової взаємодії комунікантів і може проходити в усній або письмовій формах, за офіційних чи неофіційних обставин. Умови спілкування та багатоаспектність професійної діяльності людей визначають варіативність форм мовленнєвої комунікації. Наприклад, від умов спілкування (офіційних–неофіційних) залежить лексико-семантичний склад мовлення: офіційне спілкування передбачає лексику офіційно-ділового стилю, неофіційне – лексику розмовного.

Будь-яка професійна діяльність потребує певних мовнокомунікативних умінь. Уже на етапі працевлаштування необхідно вміти складати резюме, спілкуватися в телефонному режимі, писати електронні повідомлення і листи, брати участь у співбесіді, заповнювати бланки. Згодом необхідними стають уміння оформляти ділову документацію, виступати з повідомленням чи доповіддю, укладати угоди, обговорювати контракти, надавати й отримувати зворотну інформацію тощо.

Професійна комунікативна компетенція передбачає насамперед наявність фахових знань, а також загальної гуманітарної культури людини, її вміння орієнтуватися в навколишньому світі, вмінь і навичок спілкування.

Тобто вона формується на основі комунікативної компетенції.

Комунікативна компетенція – це сукупність знань про спілкування в різноманітних умовах і з різними комунікантами, а також уміння їх ефективно застосовувати в конкретному комунікативному акті в ролі адресанта й адресата. Означена компетенція передбачає володіння мовленнєвими уміннями й навичками, необхідними для спілкування; сукупність знань про норми й правила ведення природної комунікації. Її важливим складником є мовна та мовленнєва компетенції.

Мовна компетенція – це знання учасниками комунікації норм і правил сучасної літературної мови та вміння використання їх у продукуванні висловлювань. Її складниками є: лексична, граматична, семантична, фонологічна, орфографічна, орфоепічна та пунктуаційна компетенції.

Мовленнєва компетенція – це загальне коло питань мовленнєвої діяльності, що передбачає наявність відповідних знань, умінь, досвіду, а мовленнєва компетентність – конкретна **мовленнєва обізнаність** особистості (індивіда), специфічна за родом діяльності.

Мовленнєва компетенція, спираючись на мовну, включає систему мовленнєвих умінь (вести діалог, сприймати, відтворювати та створювати усні й письмові монологічні й діалогічні висловлювання різних видів, типів, стилів і жанрів) і навичок користування усною й писемною літературною мовою, багатством її виражальних засобів залежно від мети висловлювання та сфери суспільного життя. Мовленнєва ж компетентність окреслює загальне коло комунікативних умінь і навичок та є однією з найважливіших передумов розумового розвитку людини, успішного засвоєння нею основ наук. Її завдання полягає в тому, щоб збагачувати словник

фахівця, формувати в нього вміння точно, правильно, ясно, просто, послідовно, логічно, виразно й переконливо висловлювати думки, зрозуміло не тільки для нього самого, а й для інших.

Формування **професійної мовнокомунікативної компетенції** передбачає:

- глибокі фахові знання й оволодіння понятійно-категорійним апаратом певної професійної сфери та відповідною системою термінів;

- досконале володіння сучасною українською літературною мовою;

- уміле професійне використання мовних стилів і жанрів відповідно до місця, часу, обставин, статусно-рольових характеристик партнера (партнерів);

- знання етикетних мовних формул і вміння ними послуговуватися у професійному спілкуванні;

- уміння працювати з різними типами текстів;

- орієнтування у потоці різномірної та різнотипної інформації українською мовою на різних каналах її передавання;

- уміння знаходити, добирати, сприймати, аналізувати та використовувати інформацію фахового спрямування;

- володіння інтерактивним спілкуванням, характерною ознакою якого є необхідність миттєвої відповідної реакції на повідомлення чи інформацію, що знаходиться в контексті попередніх повідомлень;

- володіння основами риторичних знань, умінь і навичок;

- уміння оцінювати комунікативну ситуацію, швидко й на високому професійному рівні приймати рішення та планувати комунікативні дії.

Отже, **професійна мовнокомунікативна компетенція** особистості є показником сформованості системи

професійних знань, комунікативних умінь і навичок, ціннісних орієнтацій, загальної гуманітарної культури, інтегральних показників культури мовлення, необхідних для якісної професійної діяльності. Сформувати професійну мовнокомунікативну компетенцію покликана сучасна система освіти.

Основною ознакою літературної мови є наявність норм, тобто історично усталених і соціально закріплених правил, обов'язкових для всіх носіїв літературної мови незалежно від їх соціальної, професійної та територіальної належності.

Нормативні правила, які стали обов'язковими для носіїв літературної мови, випрацьовувалися протягом століть. Для них характерні правильність, точність, чистота, ясність, доступність та доцільність висловлювання.

Мовна норма — це сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, які закріплюються у процесі суспільної комунікації й ними користуються мовці в усному та писемному мовленні; це закріплений практикою мовний варіант, рекомендований до вживання як обов'язковий для всіх носіїв мовного колективу. Саме **унормованість** відрізняє літературну мову від інших різновидів національної мови (діалектів, жаргонів, просторіччя, суржику).

Норми охоплюють усі рівні мови. Вони змінюються з часом.

Норми літературної мови закріплюють традиції, культурні здобутки минулого і водночас регулюють використання не тільки усталених правил, а й появу нових у процесі мовленнєвої діяльності людей. Вони єдині й обов'язкові. Проте нині відхилення від норм у нашому мовленні спостерігається на всіх мовних рівнях.

Розрізняють такі типи норм: орфоепічні, акцентуаційні, лексичні, граматичні, стилістичні, орфографічні та пунктуаційні.

Орфоепічні норми регулюють правильність наголошення слів і вимови голосних та приголосних звуків, визначають правила написання слів. Вивчення правильності вимови спрямовується на подолання помилок, серед яких насамперед виокремлюють фонематичні та фонологічні.

Фонематичні помилки – це порушення пов’язані зі змішуванням фонем, із заміною однієї фонемі іншою, наприклад: *плутати – путати, везти – вести, феномен – хвеномен* тощо.

Фонетичні помилки – це суто вимовні недогляди, що виявляються у вимові різних варіантів звуків, наприклад: *директор – діректор, тираж – тіраж, лекція – лекція* тощо.

Із орфоепічними нормами тісно пов’язані **акцентуаційні**, що визначають правильне наголошування слів.

В українській мові наголос вільний, різномісцевий і рухомий, тобто може падати на будь-який склад і змінювати своє місце в однокоренових словах, або у формах одного й того ж слова, наприклад: *збі́тки – збитко́вий, бага́ж – бага́жéм* тощо.

Лексичні норми регламентують правила слововживання; визначають можливості використання слів відповідно до властивого їм значення та його відтінків.

Помилки на лексичному рівні зумовлені недоречними запозиченнями з російської мови, наприклад: *любий (будь-який), время (час), открытка (листівка), письмо (лист), карандаш (олівець)* тощо.

Граматичні норми (морфологічні та синтаксичні) встановлюють літературні форми слів і правила побудови

синтаксичних конструкцій – словосполучень і речень. Наприклад, часто у мовленні в родовому відмінку вживається: *гривнів, гривен (гривень), посуда (посуд), саме краще (найкраще), найбільш цікавий (найцікавіший), шестидесяти (шістдесяти)*; не дотримуємося правильності вимови слів у кличному відмінку: *Іване Миколайовичу, Катерино Сергіївно* тощо.

Проте синтаксичною нормою регламентуються помилки, що засвідчують слабкі знання дієслівного керування та прийменникових конструкцій в українській мові: *дякую Вас – дякую Вам, відповідно плану – відповідно до плану, заступник директора по навчальній роботі – заступник начальника з навчальної роботи, прийшов по справі – прийшов у справі, учити мові – учити мови* тощо.

Стилістичні норми визначають доцільність уживання мовних засобів відповідно до їх стилістичного забарвлення та стилю мовлення (*іспит складають, а не здають; участь брати, а не приймати* тощо).

Орфографічні норми час від часу зазнають змін відповідно до потреб суспільства у кодифікації написання з огляду на нові підходи. Наприклад, за 4-м виданням «Українського правопису» змінам підлягають написання слів іншомовного походження з метою наближення їх до української вимови. Отже, орфографічні норми регулюють грамотність написання слів.

Пунктуаційні норми – це система правил, що регулюють уживання розділових знаків: крапки, трьох крапок, знака оклику, знака питання, коми, крапки з комою, двокрапки, тире, лапок, дужок, абзацу. Свідоме засвоєння пунктуаційних норм сприяє виробленню умінь і навичок безпомилкового вживання розділових знаків.

Норми є необхідною умовою існування літературної мови, її повноцінного функціонування в суспільстві. Вони

забезпечують стабільність, уніфікованість, наступність у розвитку мови та її зрозумілість для різних поколінь українців. Без обов'язкового дотримання норм неможливе здійснення ефективної ділової комунікації.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Державна мова – закріплена традицією або законодавством мова, уживання якої обов'язкове в органах державного управління та діловодства, громадських органах та організаціях, на підприємствах, у державних закладах освіти, науки, культури, у сферах зв'язку та інформатики.

Інтерпрофесійна комунікація – мовні акти, у яких професійні ролі комунікантів не збігаються, тобто в них різні статуси (наприклад, конструктор з технологом).

Інтрапрофесійна комунікація – комунікація, що здійснюється всередині певної соціально-професійної спільності (розмова двох докторів наук).

Компетентність – сукупність рис (характеристик) особистості, які дозволяють їй якісно виконувати визначену діяльність, що спрямована на вирішення проблем (завдань) певної галузі.

Компетенція – інтегрований результат опанування змістом освіти, який виражається в готовності особистості використовувати засвоєні знання, уміння й навички у конкретних життєвих ситуаціях та професійній діяльності для розв'язання практичних і теоретичних завдань.

Комунікативна компетенція – здатність і реальна готовність до спілкування адекватно меті, напруму й ситуації; до мовної взаємодії і взаєморозуміння.

Комунікативна особистість – конкретний учасник конкретного комунікативного акту, що діє у реальній комунікації.

Комунікативна професійно орієнтована компетенція – готовність та здібність до оволодіння предметними, науковими знаннями у професійному спілкуванні.

Концепція державної мовної політики – система засадничих нормативних постанов, які ґрунтуються на компетентному оцінюванні мовної ситуації в Україні, і якими мають керуватися органи державної влади та органи місцевого самоврядування у своїй практичній діяльності, регулюючи суспільні відносини в мовній царині.

Літературна мова – унормована, регламентована, відшліфована форма існування загальнонародної мови, що обслуговує найрізноманітніші сфери суспільної діяльності людей: державні та громадські установи, пресу, художню літературу, науку, театр, освіту й побут. Вона вважається найвищою формою існування мови.

Мова професійного спілкування – функціональний різновид української літературної мови, яким послуговуються представники певної галузі виробництва, професії, роду занять.

Мовленнєва компетентність – уміння використовувати мовні засоби, адекватні меті спілкування; доречно послуговуватися вербальними виражальними засобами.

Мовленнєва компетенція – уміння адекватно й доречно практично користуватися мовою в конкретних ситуаціях (висловлювати думки, бажання, наміри, прохання тощо), застосовуючи як мовні, так і позамовні (міміка, жести, рухи) та інтонаційні засоби виразності мовлення.

Мовленнєва особистість – особистість, яка реалізує себе в комунікації, обираючи певну стратегію і тактику спілкування, той або інший репертуар засобів (як суто лінгвістичних, так і екстралінгвістичних).

Мовленнєва професійна компетенція – система умінь і навичок використання знань під час фахового спілкування для передавання певної інформації. Ґрунтуючись на мовній компетенції, вона виявляється у сформованості умінь послуговуватися усною й писемною літературною мовою, багатством її виражальних засобів відповідно до літературних норм.

Мовна компетентність – усвідомлене засвоєння мовних норм, що склались історично у фонетиці, лексиці, ґраматиці, орфоепії, семантиці, стилістиці й адекватне їх застосування в будь-якій людській діяльності при використанні певної мови.

Мовна компетенція – потенціал лінгвістичних знань людини; сукупність правил аналізу й синтезу одиниць мови, які дають можливість будувати й аналізувати речення, користуватися системою мови з комунікативною метою.

Мовна норма – система обов'язкових реалізацій, прийнятих у мовленнєвій практиці певного суспільства на даному етапі його історичного (культурного) розвитку, або іншими словами, це сукупність найбільш стійких, традиційних реалізацій елементів мовної структури, дібраних і закріплених суспільною мовною практикою; сукупність найбільш придатних для комунікативних цілей мовних засобів, якими користується суспільство.

Мовна особистість – особистість, що реалізує себе у мовленнєвій діяльності на основі сукупності певних знань та уявлень.

Мовна політика – система заходів (політичних, юридичних, адміністративних), спрямованих на регулювання мовних відносин у державі, зміну чи збереження мовної ситуації в ній.

Мовна професійна компетенція – сума систематизованих знань, норм і правил літературної мови,

за якими будуються мовні конструкції та повідомлення за фахом.

Мовна ситуація – ситуація взаємодії різних мов чи різних форм існування однієї мови в певній державі з огляду на їхню функціональну специфіку й ареал поширення.

Національна мова – мова соціально-історичної спільноти людей; спільна мова нації, яка разом з іншими ознаками (спільність території, культури, економічного життя та ін.) характеризує її.

Освітня компетенція – сукупність взаємопов'язаних смислових орієнтацій, знань, умінь, навичок і досвіду діяльності особистості по відношенню до певного кола об'єктів реальної дійсності, необхідних для здійснення особисто й соціально значущої продуктивної діяльності.

Офіційна мова – мова, якій у певній державі, країні чи міжнародній організації надано спеціального (порівняно з іншими мовами – «надзвичайного») статусу – як мови, вживання якої обов'язкове в офіційних документах, органах законодавства, державного управління, судочинства, закладах освіти, науки, культури тощо.

Прагматична компетенція – наявність знань про сутність та особливості комунікації, оволодіння потенціалом дидактичного дискурсу, орієнтація на аналіз характеру взаємодії комунікантів під час спілкування.

Предметна компетенція – наявність професійних знань у системі фахових дисциплін, а також уміння застосовувати їх у процесі комунікації.

Професійна (фахова) мова – сукупність усіх мовних засобів, що застосовуються у професійно обмеженій сфері комунікації, щоб гарантувати порозуміння між задіяними в цій сфері людьми.

Професійна мовнокомунікативна компетенція – показник сформованості системи професійних знань,

комунікативних умінь і навичок, ціннісних орієнтацій, загальної гуманітарної культури, інтегральних показників культури мовлення, необхідних для якісної професійної діяльності.

Професіоналізм – сукупність досягнутих індивідом теоретичних знань, практичного досвіду і професійних навиків у визначеній сфері людської діяльності.

Термін – слово або словосполучення, що визначає чітко й однозначно окреслене поняття і його співвідношення з іншими поняттями в межах спеціальної сфери.

Технологічна компетенція – уміння чітко й виразно висловлювати думку, знати закони техніки мовлення: правильна постановка дихання, розвиток голосу, чітка та зрозуміла дикція, нормативна орфоепія.

Фахова мова – сукупність усіх мовних засобів, уживаних в обмеженій професійною ділянкою сфері комунікації для забезпечення взаєморозуміння між людьми, які працюють у цій галузі.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 1; 7; 16; 31; 34; 38; 55; 59; 60; 82; 83; 97; 101.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Предмет та основні завдання курсу «Організація сучасної ділової комунікації».
2. Літературна мова, її найістотніші ознаки.
3. Мова професійного ділового спілкування та її особливості.
4. Мовна, мовленнєва, комунікативна та мовнокомунікативна професійна компетенції.
5. Мовні норми сучасного ділового спілкування.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Поставте наголоси у словосполученнях, що вживаються в аудиторських документах та бухгалтерській справі.

Договірні зобов'язання, надання аудиторських послуг, дотримуватися спеціальних вимог, відомості про користувачів, господарсько-фінансова діяльність, штрафні санкції, найважливіший чинник, аналіз показників, показник об'єктивності, дочірні підприємства, заняття аудиторською діяльністю, експертний висновок, громадська організація, неодноразові порушення, податкова інспекція, ринкові відносини, численні послуги, шляхом перерозподілу придбання облігацій.

Завдання 2. Від назв населених пунктів утворіть назви їх жителів.

Полтава, Харків, Київ, Херсон, Донецьк, Черкаси, Бориспіль, Житомир, Вінниця, Луганськ, Львів, Шпола, Чернівці, Гельмязів, Андрушівка, Звенигородка, Умань, Сміла, Єрківці, Кіровоград, Рівне, Яремча, Трускавець, Глухів, Суми, Прилуки, Миргород.

Завдання 3. Напишіть текст офіційно-ділового стилю мовлення, використавши в ньому запропоновані фразеологічні сполуки.

Таким чином, ...; точніше кажучи ...; мається на увазі ...; при цьому ...; річ у тім, що ...; немає ніяких сумнівів у тому, що ...; зрозуміло, що ...; перш за все ...; надалі ...; у зв'язку з цим ...; поділяємо точку зору ...; якщо можна так висловитися ...; на відміну від ...; у цьому

Завдання 4. Знайдіть і виправте помилки. Поясніть, які норми сучасної української літературної мови порушено в поданих словосполученнях.

У відповідності до ст. 10 Конституції України; згідно чинного законодавства; у залежності від ухвали; по відношенню до представників бізнесу; не дивлячись на протести; у порівнянні з минулим місяцем.

Вірна відповідь; приймати (прийняти) міри; тимчасово призупинити співпрацю з партнером.

Існуюче законодавство; існуючі ціни; виконуючий обов'язки директора; страйкуючі на майдані люди; з наступаючим Новим роком; головуєчий (зборів, засідання); організуючий центр; відстаючий учень; біжущий рядок.

Завдання 5. З'ясуйте, які з наведених слів є літературними, а які діалектними.

Патріотизм, націоналізм, бараболя, костюм, альтруїст, договір, мадяри, інтегральний, ногавиці, мантля, спорадичний, головище, ярмарок, напрям, медицина, саміт.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Прокоментуйте таке твердження: «Мова – універсальна, але користування нею вкрай індивідуальне» (П. Мовчан).

Завдання 2. Розкажіть про статус української мови в сучасній Україні. Якими документами він засвідчується?

Завдання 3. Уведіть у речення подані нижче слова (скористайтесь тлумачним словником української мови).

Адепт, атрибут, відсоток, візуалізація, гіпотеза, гонорар, добродій, доцент, емулятор, епатаж, жанр, журі, загал, заколот, іманентний, імпорт, іпотека, канон, кар'єра, клевет, легітимний, логограма, модернізм, мораторій, номенклатура, нюанс, облік, опонент, пропонент, податок, респондент, репринт, сенс, спонuka, тезаурус, термін, ультиматум, усталений, факсиміле, філія, хист, цензура, шедевр.

Завдання 4. Поясніть, як правильно сказати відповідно до літературних норм сучасної української мови.

Дефекти, вади чи недоліки артикуляції? Підбивати чи підводити підсумки? Брати, взяти чи приймати участь? Збірка чи збірник державних документів? Діючий чи чинний закон? Координуючий чи координаційний орган? У відповідності чи відповідно до статті 10 Конституції України?

Завдання 5. Перегляньте телевізійну інформаційну передачу й запишіть усі випадки порушення орфоепічних та акцентуаційних норм.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про сучасну мовну політику в Україні та за її межами (компаративний аналіз).

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

– «Національна ідентичність в Україні в умовах глобалізаційних викликів».

– «Комунікативна професійно орієнтована компетенція та її роль у становленні фахівця-документознавця».

– «Мовні норми у професійному діловому мовленні».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Якими ознаками характеризується літературна мова?

- а) унормованістю, уніфікованістю;
- б) стандартністю, наддіалектністю;
- в) поліфункціональністю, стилістичною диференціацією;
- г) усі відповіді правильні.

2. Розкрийте зміст поняття «мова професійного спілкування».

а) функціональний різновид української літературної мови, яким послуговуються представники певної галузі виробництва, професії, роду занять;

б) сукупність усіх мовних засобів, якими послуговуються у професійно-обмеженій сфері комунікації з метою забезпечення порозуміння між людьми, які працюють у цій сфері;

в) закріплена традицією або законодавством мова, уживання якої обов'язкове в органах державного управління та діловодства, громадських органах та організаціях, на підприємствах, у закладах освіти, науки, культури, у сферах зв'язку та інформатики;

г) унормована, регламентована, відшліфована форма існування загальнонародної мови, що обслуговує найрізноманітніші сфери суспільної діяльності людей: державні та громадські установи, пресу, художню літературу, науку, театр, освіту й побут людей.

3. Розкрийте зміст поняття «фахова мова».

а) функціональний різновид української літературної мови, яким послуговуються представники певної галузі виробництва, професії роду занять;

б) сукупність усіх мовних засобів, якими послуговуються у професійно-обмеженій сфері комунікації з метою забезпечення порозуміння між людьми, які працюють у цій сфері;

в) закріплена традицією або законодавством мова, уживання якої обов'язкове в органах державного управління та діловодства, громадських органах та організаціях, на підприємствах, у закладах освіти, науки, культури, у сферах зв'язку та інформатики;

г) унормована, регламентована, відшліфована форма існування загальнонародної мови, що обслуговує

найрізноманітніші сфери суспільної діяльності людей: державні та громадські установи, пресу, художню літературу, науку, театр, освіту й побут людей.

4. Розкрийте зміст поняття «літературна мовна норма».

а) правила вимови звуків, звукосполук та граматичних форм слів;

б) усталені загальноприйняті правила, регламентації, взірці вживання мовних засобів у писемній і усній формі спілкування;

в) уніфіковані, традиційні, найбільш поширені, свідомо фіксовані стандарти реалізації мовної системи, обрані в процесі суспільної комунікації;

г) правила слововживання.

5. Розкрийте зміст поняття «мовленнєва професійна компетенція».

а) слово або вислів, ужитий у певному професійному середовищі;

б) сума систематизованих знань, норм і правил літературної мови, за якими будуються правильні мовні конструкції та повідомлення за фахом;

в) система умінь і навичок використання знань під час фахового спілкування для передавання певної інформації;

г) система знань, умінь і навичок, потрібних для ефективного спілкування.

6. Розкрийте зміст поняття «комунікативна професійно орієнтована компетенція».

а) слово або вислів, ужитий у певному професійному середовищі;

б) сума систематизованих знань, норм і правил літературної мови, за якими будуються правильні мовні конструкції та повідомлення за фахом;

в) система умінь і навичок використання знань під час фахового спілкування для передавання певної інформації;

г) система знань, умінь і навичок, потрібних для ефективного спілкування.

7. Розкрийте зміст поняття «професіоналізм».

а) слово або словосполучення, що позначає поняття спеціальної сфери спілкування в науці, виробництві, техніці, у конкретній галузі знань;

б) слово або вислів, ужитий в певному професійному середовищі;

в) сума систематизованих знань, норм і правил літературної мови, за якими будуються правильні мовні конструкції та повідомлення за фахом;

г) система вмінь і навичок використання знань під час фахового спілкування для передавання певної інформації.

8. Розкрийте зміст поняття «мовна професійна компетенція».

а) слово або вислів, ужитий в певному професійному середовищі;

б) сума систематизованих знань, норм і правил літературної мови, за якими будуються правильні мовні конструкції та повідомлення за фахом;

в) система вмінь і навичок використання знань під час фахового спілкування для передавання певної інформації;

г) система знань, умінь і навичок, потрібних для ефективного спілкування.

9. Розкрийте зміст поняття «мовна політика».

а) система заходів, спрямованих на регулювання мовних відносин у державі, зміну чи збереження мовної ситуації в ній;

б) система засадничих нормативних постанов, які ґрунтуються на компетентному оцінюванні мовної ситуації в Україні, і якими мають керуватися органи державної влади та органи місцевого самоврядування у своїй практичній діяльності;

в) політика, спрямована на визначення статусу мови в державі;

г) усі відповіді правильні.

10. Розкрийте зміст поняття «концепція державної мовної політики».

а) система заходів, спрямованих на регулювання мовних відносин у державі, зміну чи збереження мовної ситуації в ній;

б) система засадничих нормативних постанов, які ґрунтуються на компетентному оцінюванні мовної ситуації в Україні, і якими мають керуватися органи державної влади та органи місцевого самоврядування у своїй практичній діяльності;

в) політика, спрямована на визначення статусу мови в державі;

г) усі відповіді правильні.

***РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ***

ОСНОВНА:

1. Антисуржик / [за заг. ред. О. Сербенської]. – Л. : Світ, 1994. – 149 с.

2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б. – К. : Либідь, 1991. – 253 с.

3. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
5. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
6. Куць О.М. Мовна політика в державотворчих працях України : [навчальний посібник] / Куць О.М. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2004. – 275 с.
7. Сербенська О.А. Сучасна українська термінографія і проблеми екології мови / О.А. Сербенська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2002. – № 453. – С. 17–20.
8. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.
9. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.
10. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

ДОДАТКОВА:

1. Боярова Л.Г. Російсько-український словник сучасних банківських фінансово-кредитних та комерційних термінів / Л.Г. Боярова, О.П. Корж. – Х. : Основа, 1997. – 715.
2. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.
3. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Гриценко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.
4. Масенко Л. Мовна політика / Масенко Л. – К. : Освіта, 1999. – 211 с.

5. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

6. Середняцька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / А.Я. Середняцька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 299 с.

7. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

8. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

9. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

10. Юшук І.П. Мова наша українська / Юшук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 1

У процесі вивчення теми *«Державна мова – мова професійного спілкування»* рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

– ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: державна мова, інтерпрофесійна комунікація, інтрапрофесійна комунікація, компетентність, компетенція, комунікативна особистість, комунікативна професійно орієнтована компетенція, концепція державної мовної політики, літературна мова, мова професійного спілкування, мовленнєва компетентність, мовленнєва компетенція, мовленнєва особистість, мовленнєва професійна компетенція, мовна компетентність, мовна компетенція, мовна норма, мовна особистість, мовна політика, мовна професійна компетенція, мовна

ситуація, національна мова, освітня компетенція, офіційна мова, прагматична компетенція, предметна компетенція, професійна (фахова) мова, професійна мовнокомунікативна компетенція, професіоналізм, термін, технологічна компетенція, фахова мова та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

- із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

- завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

- реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

- тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 2

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

МЕТА: розширити знання про спілкування і комунікацію; засвоїти інформацію про ділову комунікацію, її сутність та типологізацію; забезпечити оволодіння комунікативними вміннями й навичками.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Інформація є засобом організації та регулювання приватної і суспільної життєдіяльності, однією з форм закріплення і розповсюдження знань, інструментом управління. Перед суспільством стоять проблеми володіння інформацією, її організації, каналів руху, способів обмірковування й оцінки, механізмів ефективного використання на практиці.

Основою державного управління є інформація як сукупність будь-яких знань, даних, фактів, характеристик про відповідні предмети, явища, процеси, відношення і т. ін. По суті, всі управлінські процеси – це не що інше як пошук, фіксація, оцінка, закріплення, розповсюдження соціальної інформації, тобто тієї інформації, що пов'язана з відображенням, пізнанням і перетворенням різних форм життєдіяльності людей. Але в управлінні взагалі і в державному управлінні зокрема відбувається взаємодія не з усією інформацією, а тільки з тією, яка безпосередньо необхідна для формування і реалізації державно-управлінських впливів. Ідеться про управлінську інформацію.

Управлінська інформація – це частина соціальної інформації, яка виділена з її загального масиву за

критеріями придатності та обслуговування державно-правових процесів формування і реалізації управлінських впливів.

Така інформація повинна бути орієнтована за певними напрямками:

- по-перше, за місцем і роллю держави в системі приватної і суспільної життєдіяльності людей і, відповідно, за компетенцією конкретних державних органів (обсяг і зміст управлінської інформації повинен корегуватися компетентними державними органами);

- по-друге, за характером та ієрархією законів та інших нормативних правових актів, які підлягають обов'язковій реалізації в управлінських процесах;

- по-третє, за властивостями, формами і закономірностями керованих об'єктів, які диференціюють і конкретизують управлінські впливи різних державних органів, а також формують специфічні види правовідносин.

Під *інформацією* розуміють не будь-які відомості про об'єкт, а лише сприйнятні, зрозумілі та оцінені як корисні для вирішення тих чи інших завдань. Тобто дані визначаються як інформація тільки з того моменту, коли вони потрапили в процес управління системою та починають використовуватися для досягнення її цілей. Іншими словами, *інформація* – це дані, у яких є споживач, що застосовує їх для активного впливу на систему, її регулювання та розвитку. А до того часу вони розглядаються як дані, що чекають своєї реалізації.

Інформація повинна мати визначену мету в момент передачі її певній особі. Вона може містити широкий діапазон цілей залежно від видів діяльності людей в організації: інформування; оцінка результатів; переконання, наказ; генерування інформації іншого виду (неправда, правда соціальна, ринкова та інше).

За характером, сферами виникнення, призначенням та формами закріплення інформацію, що використовується в управлінні, поділяють на три великих класи:

- науково-технічна;
- управлінська;
- обліково-статистична.

Відомості про **науково-технічну інформацію** містяться в науково-технічній літературі, патентах, проектно-конструкторській та технологічній документації.

До **управлінської інформації** належать планова, нормативна та інші. Вона міститься в господарських договорах, заявках, замовленнях, різноманітних розпорядчих документах.

Обліково-статистична інформація відображає результати діяльності адміністративно-господарських одиниць. Вона призначена для використання як вихідна (для прийняття рішень).

Виділяють також **змістову, організаційну, функційну й рівневу інформацію**.

Змістова інформація класифікується за об'єктами відображення (трудові, матеріальні ресурси, засоби виробництва, фінанси), галузями діяльності (промисловість, сільське господарство) та за типами відносин (економічні, соціальні, технічні).

Організаційну інформацію поділяють на **систематизовану**, тобто регламентовану за складом показників, адресами, періодичністю, строками передавання, формами подання та **несистематизовану**.

У **функційній інформації** розрізняють **планову, координаційну, облікову, контрольну** та ін.

Рівнева ознака дає змогу виділити спрямованість інформації: командна, що надходить від суб'єкта до об'єкта управління; **повідомляюча**, яка йде у протилежному напрямку; **горизонтальна** — забезпечує інформаційний обмін між партнерами одного рангу.

Класифікація інформації важлива як для процесу аналізу існуючого в системі інформаційного обміну, так і для розробки та організації його в системі, що створюється заново. За її допомогою можна визначити ділянки, де є надлишок або нестача інформації. Так, наприклад, якщо недостатньо облікової інформації, що негативно впливає на обґрунтованість та ефективність планових рішень, органи управління повинні розробляти планову документацію в умовах її дефіциту.

У багаторівневій системі управління інформація повинна задовольнити кожен рівень організації. Для цього встановлюють:

- загальну номенклатуру даних, що характеризують об'єкти управління;
- періодичність надходження даних, яка відображає динаміку соціально-економічних процесів;
- оперативність обробки даних з метою формування нової інформації;
- терміни надходження прийнятих рішень до об'єктів управління.

Для виконання своєї ролі в управлінні інформація повинна відповідати таким вимогам: **точність, періодичність, своєчасність, повнота, корисність, доступність.**

Точність означає, що дані повинні мати однозначний зміст і не допускати різних тлумачень.

Періодичність вимагає своєчасного періодичного надходження інформації у відповідний структурний підрозділ чи до конкретного співробітника. При цьому вона має надходити раніше, а ніж зміниться ситуація, описана в ній.

Повнота означає, що кількість інформації повинна бути достатньою для оцінки ситуації і прийняття рішення на певному рівні в управлінні.

Корисність вимагає, щоб інформація не містила даних, які непотрібні для вирішення проблем управління.

Доступність полягає в тому, щоб інформація подавалася в такому вигляді, який не потребує додаткової переробки та не ускладнює процес прийняття рішення.

Об'єднуючим процесом обміну інформацією є **комунікація**. Перша потреба в комунікації на рівні організації пов'язана з наданням необхідної інформації з відповідного питання для ефективного виконання роботи і сприяння досягненню мети організації.

Неможливо переоцінити важливість комунікації в діяльності кожної структури. Більшість дій, які виконують керівники, аби полегшити організації процес досягнення її мети і завдань, вимагають ефективного обміну інформацією. Адже, якщо люди не можуть обмінюватись інформацією, то зрозуміло, що їм не зможуть працювати разом, формувати цілі й досягати їх.

Термін «**комунікація**» походить від латинського слова «*communico*», що означає «роблю загальним», «поєдную».

Поняття «**комунікації**» має кілька значень. **По-перше**, це шляхи сполучення (наприклад, повітряні або водні комунікації); **по-друге**, – форма зв'язку (радіо, телеграф); **по-третє**, – процес передачі інформації (радіо, телебачення, преса, кінематограф); **по-четверте**, – акт спілкування, зв'язок між двома або більше індивідами, повідомлення інформації однією особою іншій.

Таким чином, **комунікація** – це процес двостороннього обміну ідеями та інформацією, що спрямований на взаєморозуміння.

Під час комунікації інформація передається від одного суб'єкта іншому, якими можуть виступати окремі особи, групи або навіть організації.

За кількістю учасників комунікацію поділяють на внутрішню (розмова із самим собою), **міжособистісну**

(розмова між двома людьми), **комунікацію в малих групах** (троє-п'ятеро людей), **публічну** (аудиторія у 20–30 і більше осіб), **організаційну** (100 і більше осіб) та **масову** (1000 і більше осіб).

Комунікація може бути **усною, письмовою** або **друкованою**. **Усна комунікація** дає можливість швидкого реагування обох сторін та передає всі нюанси особистого спілкування; **письмова і друкована** – здебільшого обслуговують публічну, організаційну й масову діяльність. Особлива роль у цьому процесі належить **сучасним комунікаційним системам** (Інтернет), за допомогою яких «електронна» комунікація досягла майже необмежених можливостей.

Значну роль в організації комунікації відіграє розподіл її на **вербальну** та **невербальну**. **Вербальна комунікація** – це звичайне використання нами рідної чи іноземної (це байдуже) мови. До неї належать міміка, жести, пози, одяг, зачіска, інтонація, тембр голосу тощо.

Комунікація й інформація відмінні, але пов'язані між собою поняття. Вона включає в себе те, що передається і те, як цей процес відбувається.

Комунікація у своїй розвиненій моделі нагадує двобічний потік інформації. При цьому до кожного з її учасників ставиться низка вимог. Так, кожен повинен мати певні здібності: бачити, чути, відчувати, сприймати тощо. У цій моделі також оцінюється місце передачі інформації, її повнота, зміст і форма. Це дозволяє не тільки швидко і правильно скласти уявлення про предмет, який цікавить учасників, але й вибрати ділову стратегію й тактику, визначити тимчасові параметри реалізації цілей.

Обмін інформацією стає не просто двобічним потоком, а різнобічним процесом. Вступаючи в багатоканальний комунікативний зв'язок, будь-який суб'єкт комунікації знаходиться в режимі одержувача інформації від багатьох партнерів і передачі її їм.

Саме тому, що обмін інформацією входить у всі види управлінської діяльності, комунікацію називають об'єднуючим процесом, який пов'язує частини організації в єдине ціле. Адже, якщо усунути комунікацію, то організація перестає бути керованою, її діяльність набуває хаотичного характеру.

Соціологічні дослідження показали, що 73% американських, 63% англійських і 80% японських керівників вважають комунікації основою на шляху досягнення ефективності в діяльності їхніх організацій. Стверджується, що успішним буде лише комунікабельний керівник.

Комунікабельність (комунікативність) – це схильність, здатність до комунікацій, встановлення контактів і зв'язків, досягнення взаєморозуміння.

Засоби комунікації радикально змінюють середовище, у якому живе та спілкується сучасна людина. Всеохоплююча мережа спілкування створює глобальну єдність людей, ліквідує простір та час у звичайному розумінні, через що світ сприймається як одне ціле. Відбувається так звана глобалізація мас: міжнаціональні промислові та банківські корпорації, розвиток міжнародної торгівлі, рух капіталу й робочої сили «уніфікують» життя та споживання. Нові засоби зв'язку (Інтернет) не тільки забезпечують спілкування людей у будь-яких найвіддаленіших і важкодоступних місцях нашої планети, але сягають космосу та торкаються особистого життя кожного. Нав'язувані телебаченням та ілюстрованими журналами зразки поведінки, зовнішності, «престижного» способу життя знеособлюють людей, позбавляють їх індивідуальності.

Такі тенденції розвитку сучасних масових комунікацій стали причиною небаченого зростання їхнього впливу на суспільство і формування суспільної думки. Нині

зростання кваліфікації учасників комунікації потребує від менеджменту використання інноваційних і складних методів керування. Виявляється, що вже недостатньо керувати поведінкою людей, аби спрямовувати події в потрібному напрямку. На думку теоретиків комунікації, необхідно керувати першопричинами поведінки, тобто тим, що люди думають та відчувають; формувати громадську думку та потрібні масові настрої. Відтак особливого значення набуває знання основ теорії комунікацій, яка дає рекомендації до формування активної комунікабельної особистості. Український теоретик і практик комунікацій Г. Почепцов радить використовувати такі наукові підходи до цього об'єкта:

1. Традиційний підхід, що послуговується поняттями:

- риторики – мистецтва правильного мовлення, науки про те, як впливати на людей своїм мовленням;
- філософії та логіки – наук, які дали змогу створити моделі реального спілкування людей;
- теорії аргументації – науки, що вчить мистецтву переконання, беззаперечної аргументації і доказу власної думки чи спростування думки співрозмовника.

2. Загальнотеоретичний підхід, що базується на:

- теорії масової комунікації – науці про теоретичні концепції людського спілкування;
- семіотиці – науці про знаковий аспект комунікації, яка розглядає його як вільне поєднання значення (змісту) і форми;
- теорії міжнародних комунікацій – науці про менеджмент міжнародних ситуацій.

3. Прикладний підхід, що виходить із:

- психоаналізу – науки, яка розглядає комунікативні процеси як такі, що дають можливість зазирнути у підсвідоме, у ту частину людської психіки, яку звичайно закрито для інших індивідуальною цензурою;

– ділової комунікації – науки, яка вивчає найраціональніші способи розв’язання ділових проблем;

– теорії інформації – суто прикладної математичної науки;

– теорії комунікативних обмінів – науки про стратегію і тактику людської поведінки під час обміну інформацією. Так, сильний не дає інформації слабкому, оскільки не розглядає його як вартого уваги співрозмовника (ділового партнера). Під час комунікації він увесь час вимагає зворотного зв’язку, оскільки не впевнений, чи розуміє його партнер; слабкий, навпаки – легко віддає свою інформацію, сподіваючись отримати від сильного хоча б мінімум користі для себе.

4. Фізіологічний підхід з використанням:

– лінгвістики – науки про мову, що пояснює мовні форми, за допомогою яких відбувається комунікація;

– семантики – науки, яка вивчає значення мовних одиниць, адже без формалізації семантики унеможлиблюється будь-яке комп’ютерне моделювання людського мислення та спілкування. На ній базується комп’ютерна лінгвістика, штучний інтелект;

– соціолінгвістики – науки, що досліджує зв’язок соціальних і мовних структур;

– психолінгвістики – науки про еквіваленти нових процесів у психіці;

– паралінгвістики – науки про процеси, які супроводжують мовну комунікацію (авербальні (невербальні) комунікації).

5. Психологічний і соціологічний підхід, що застосовує:

– психологію – науку про поведінку окремого індивідуума, групи людей або народу в цілому згідно з менталітетом;

– соціологію – науку, що вивчає відносини соціальних структур.

Існує низка теоретичних моделей комунікації, які збагатили практичний аспект її розвитку.

Так, комунікацію на рівні особи відтворює трансактивна модель К. Барклунда (1970 р.). Складовими цієї моделі є комунікант, повідомлення, процеси кодування-декодування та чотири типи сигналів: сигнали суспільного рівня, особистого рівня і два типи поведінкових сигналів (вербальні й невербальні).

Сигнали суспільного рівня – це вплив на особу різних чинників навколишнього середовища й техногенної цивілізації; **сигнали особистого рівня** – міжособистісні; вони полягають у взаємодії між людьми, які входять до комунікативного простору; **сигнали поведінкового рівня** – це реакція особи, зумовлена впливом на неї сигналів суспільного та особистого рівнів. Усі групи сигналів перебувають у постійній взаємодії.

Комунікаційна мережа – це поєднання певним чином осіб, які беруть участь у відповідному процесі за допомогою інформаційних потоків. У цьому випадку розглядаються не особи як такі, а комунікаційні відносини між ними. Комунікаційна мережа включає потоки послань чи сигналів між двома і більше особами. Вона концентрується на відпрацьованих в організації зразках цих потоків, а не на тому, вдалось чи ні передати значення і зміст повідомлення. Однак комунікаційна мережа може впливати на відповідність між надісланим і отриманим значенням.

Для досягнення мети організації та ефективного обміну інформацією використовуються **вихідні, низхідні, горизонтальні та діагональні комунікації**.

Вихідні комунікації, як правило, здійснюються у формі звітів, пропозицій і пояснювальних записок. Метою їх є інформування вищої гілки влади (вищого

керівництва) про те, що відбувається на нижчих рівнях ієрархічної системи. В Японії, США та інших країнах створюються спеціальні групи працівників (осередки якості), завданням яких є регулярне інформування керівництва про проблеми, що виникають та шляхи їх вирішення.

Існують певні **правила успішного здійснення вихідних комунікацій**:

- а) правильний, ввічливий стиль мови і мовлення;
- б) достатня гласність, що унеможливорює домисли і плітки;
- в) недопущення дріб'язкової опіки над підлеглими;
- г) недопущення передачі інструкції (вказівок) від вищого керівництва останньому адресату, що призводить до порушення встановленої ієрархії.

Перед **низхідними комунікаціями** ставиться завдання довести до відома підлеглих і структурні підрозділи про зміст рішень, що приймаються на вищих рівнях, стратегічні напрямки майбутньої діяльності.

Яскравим прикладом **горизонтальної комунікації** є обмін інформацією між різними відділами та структурними підрозділами, у результаті чого відбувається координація та узгодження дій для досягнення загальної мети організації. Умовою ефективного здійснення горизонтальних комунікацій є чіткий розподіл обов'язків, повноважень і відповідальності структурних підрозділів, дотримання службової етики взаємовідносин, використання сучасних засобів зв'язку тощо.

Діагональні комунікації – це комунікації з іншими керівниками та з іншими підлеглими.

Комунікації між організацією і зовнішнім середовищем здійснюються у низхідному і висхідному напрямках із застосуванням різноманітних засобів.

У відносинах першочергове значення надається створенню сприятливого образу, **«іміджу»** організації

на місцевому, загальнонаціональному та міжнародному рівнях.

Важливе значення у професійній діяльності має **особиста комунікація**, тобто безпосередні контакти між працівниками. Досить часто вона сприяє ефективному вирішенню як внутрішніх, так і зовнішніх питань організації чи структури.

Окрім офіційних (формальних) комунікацій, у менеджменті важливу роль відіграють **неформальні (неофіційні) комунікації**, адже значна кількість питань розглядаються та вирішуються неформально групами осіб, що не наділені офіційними повноваженнями і, які створені на базі дружніх стосунків, незалежно від партій, національного походження, релігії та інших загальних інтересів.

Комунікаційний процес – це обмін інформацією між двома або кількома особами. Основні функції комунікаційного процесу полягають у певних досягненнях соціальної спільноти при збереженні індивідуальності кожного її елемента. В окремих актах комунікацій реалізуються **управлінська, інформативна, емотивна** (така, що викликає емоції) і **фактична** (пов'язана з установами контактів) **функції**.

У своїй основі процес комунікації відображає рух інформації в ланцюгу «відправник – канал – одержувач», реальний або потенційний зв'язок у формі діалогу, а також вплив на керований об'єкт, який досягається в результаті обміну повідомленнями.

У процесі обміну інформацією можна виділити вісім базових елементів:

Відправник – передавач, що генерує ідеї або збирає інформацію та передає її. Ним може бути індивід або група людей, які разом працюють. Джерелом

виступає громадський інститут або організація, хоча і в цьому випадку відправником буде певна особа, на яку покладається обов'язок щодо підготовки та передачі інформації.

У процесі обміну інформацією відправник і одержувач проходять декілька взаємопов'язаних етапів:

- зародження ідеї;
- кодування і вибір каналу;
- декодування.

Обмін інформацією розпочинається з формування ідеї чи відбору цієї інформації. Відправник вирішує, що конкретно варто зробити предметом обміну.

Кодування – це процес перетворення ідей у символи, зображення, малюнки, форми, звуки, мову тощо. Тобто, перш ніж передати ідею, відправник повинен за допомогою символів закодувати її, використовуючи для цього слова, інтонацію, жести (мову тіла), надати їй гарного оформлення. Таке кодування перетворює ідею у повідомлення.

Повідомлення – сукупність символів, власне інформація, що закодована за допомогою них і передається одержувачу. Саме заради цього і здійснюється акт комунікації. Багато повідомлень передається у формі символів мови, проте символом можуть бути і невербальні, наприклад графічні, зображення, жести, міміка та інші рухи тіла.

Канали передачі – засоби, за допомогою яких сигнал спрямовується від відправника до одержувача. Канали поділяються на засоби масової інформації і міжособистісні канали.

Відправник повинен обирати канал: усна чи письмова передача матеріалів; електронні засоби зв'язку, включаючи комп'ютерні мережі; електронна пошта, відеострічки та відеоконференції. Також можна розіслати

листи-повідомлення, провести попередні збори невеликих груп працівників чи зацікавлених осіб для забезпечення розуміння повідомлення й залучення до проблеми.

Відправник може не обмежуватись одним каналом, а використовувати декілька.

Декодування – процес, за допомогою якого одержувач повідомлення перетворює отримані символи на конкретну інформацію та інтерпретує її значення. Якщо немає потреби в реакції (обговоренні) на ідею, то процес обміну інформацією на цьому закінчується.

Одержувач – цільова аудиторія або особа, якій призначається інформація і яка її інтерпретує.

Відгук – сутність реакції одержувача повідомлення після ознайомлення з його змістом. Можна спостерігати три основні типи результатів комунікації: а) зміни в знаннях одержувача; б) зміна постанов одержувача; в) зміни поведінки одержувача повідомлення.

З точки зору керівника обмін інформацією варто вважати ефективним, якщо одержувач продемонстрував розуміння ідеї, здійснюючи дії, на які чекав від нього відправник.

Зворотний зв'язок – сигнал, спрямований одержувачем інформації відправнику повідомлення, як підтвердження факту одержання відповідної інформації.

Зворотний зв'язок виконує такі **основні функції**:

а) протистоїть впливу соціально-економічної системи, коли вона виходить за встановлені обмеження;

б) компенсує дії зовнішніх і внутрішніх факторів, підтримує стан стійкої рівноваги системи;

в) синтезує зовнішні та внутрішні руйнування, які прагнуть вивести систему зі стану стійкої рівноваги;

г) розробляє управлінські рішення для цілеспрямованого впливу на об'єкт управління.

Процес обміну інформацією умовно можна поділити на дві категорії: **планований** (формальний) і **непланований** (неформальний).

У кожній організації існує офіційна структура, яка сприяє розповсюдженню інформації за призначенням. За умови формального обміну адміністрацією встановлюється порядок і правила відправлення та отримання її.

Одним із важливих способів формалізації процесу відправлення відомостей є використання **стандартизованих форм** (бланків), у які вноситься інформація. У багатьох організаціях доповненням до форм звітності є **бланки заяв, визначені форми особистих анкет** тощо.

Головна перевага таких форм полягає в тому, що у процесі заповнення не потрібно задумуватися, коли, як і яку інформацію необхідно подати. Вказівки на бланку або (в особливих випадках) у правилах щодо його заповнення обумовлюють: випадки, у яких використовується дана форма; кількість примірників, які необхідно заповнити; місце, куди вони надсилаються; особу, відповідальну за заповнення різних розділів бланка; визначену й іншу інформацію, яка допомагає правильно заповнити форму.

Ці вказівки є своєрідною інформацією, що повинна бути кваліфіковано оформлена й доведена до відома користувачів.

Головним недоліком будь-якої стандартної форми є відсутність у ній варіативності і творчого підходу до оформлення.

Серед правил, якими організації користуються у процесі внутрішнього обміну інформацією, особливе значення мають:

– **вимога періодичних звітів** (від співробітника можуть вимагати звіт про роботу за день, тиждень, місяць, рік, не уточнюючи повністю його форму або зміст; інколи для цього застосовують збори співробітників).

- *часткова деталізація форм або змісту інформації, що передається;*

- *деталізація каналів розсилань інформації, адреса розсилки, допуску до інформації* (хто повинен готувати, перевіряти і схвалювати перед відправленням ту чи іншу інформацію);

- *сорткування вхідної інформації* (діяльність певних підрозділів по сортуванню вхідної інформації і спрямуванню її відповідним працівникам).

Формальний обмін інформацією ефективний лише тоді, коли члени організації вважають його обов'язковим.

Розвинена система неформальної передачі інформації, яка доповнює формальну, часто дає можливість організації виконувати завдання оперативніше.

Спілкування – це взаємодія двох або більше осіб, що полягає в обміні між ними інформацією пізнавального або афективно-оцінюючого характеру.

Звичайне спілкування є складовою частиною практичної діяльності людей (спільна праця, навчання, колективна гра тощо), що забезпечує планування, впровадження і контроль цієї діяльності. Разом із тим, спілкування задовольняє особистісну потребу кожного – контакт з іншими людьми.

За змістом поняття «спілкування» і «комунікація» можна було б уважати синонімічними з тією тільки різницею, що **спілкування** – це швидше психологічне явище, а **комунікація** – психічне, інформаційне, техніко-технологічне, організаційно-економічне тощо.

Спілкування є багатоплановим процесом розвитку взаємовідносин між людьми, що породжується потребами спільної діяльності. Означений процес відбувається у трьох напрямках:

- *комунікативному* (передача інформації);

- *інтерактивному* (взаємодія);
- *перцептивному* (взаємосприйняття).

В основі спілкування лежить здатність акумулювати корисну інформацію, обмін якою зумовлюється внутрішнім інтересом, готовністю до ділової активності.

Менеджерське спілкування – це здійснення управлінського впливу і встановлення взаємин за допомогою комунікативних засобів. Такий вид спілкування передбачає вміння:

- швидко, оперативно і правильно орієнтуватися в різних умовах спілкування;
- чітко планувати й здійснювати саму систему комунікації, зокрема, її найважливішу ланку – мовний вплив;
- швидко й точно знаходити адекватні змісту спілкування комунікативні засоби, постійно підтримувати взаємодію керуючої і керованої підсистем.

Під **діловим спілкуванням** мають на увазі процес мовної взаємодії двох або декількох осіб, у якому відбувається обмін діяльністю, інформацією й досвідом і, який передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію певної мети. Окрім того, останнім часом у зв'язку з розвитком інформаційних технологій і розширенням меж комунікативного простору, а також зростаючої ролі бізнесу в суспільному житті будь-якої країни, ділове спілкування постійно розширює сферу свого функціонування.

Виступаючи однією з форм взаємодії людей, ділова комунікація є так званим **інформаційним аспектом спілкування**. До того ж, основою цього процесу є не передача, а обмін інформацією, знаннями та інтелектуальною власністю. Звідси випливає, що релевантним для розкриття сутності поняття «**ділова комунікація**» виступає також поняття «**знання**», що є глибшим і ширшим, а ніж концепт «**інформація**».

Поняття **«знання»** у такому контексті передбачає, з одного боку, набір отриманих раніше: досвіду, цінностей, контекстної інформації, експертних оцінок, що інкорпорує новий досвід в інформацію; а з іншого – здатність до інновацій, прагнення до самостійної творчої діяльності.

Знання виникають з інформації шляхом порівняння, встановлення зв'язків, оцінки, визначення сфери застосування. Якщо сутність поняття **«інформація»** міститься у відповідях на питання **«хто?»**, **«що?»**, **«де?»**, **«коли?»**, **«скільки?»**, то сутність поняття **«знання»** полягає у відповіді на питання **«як?»**.

Для усебічного розуміння сутності **ділової комунікації** варто звернути увагу на зміст понять **«координація»** та **«інтелектуальна власність»**.

Головне завдання **координації** полягає в досягненні узгодженості в роботі всіх ланок організації шляхом встановлення раціональних зв'язків (комунікацій) і обміну інформацією між ними. Координація є процесом, що пов'язаний із міжособистісним та організаційним спілкуванням у процесі передачі інформації як усередині організації, так і у зовнішнє середовище. Щодо поняття **«інтелектуальна власність»**, то мова йде про створені людиною власні продукти розумової діяльності.

Типологізація видів ділової комунікації може здійснюватися на різних підставах і за різними критеріями:

- **за місцем здійснення** бізнес-комунікації поділяються на **внутрішні** (сторони комунікації перебувають у рамках організації) і **зовнішні** (одна зі сторін відноситься до суб'єктів зовнішнього середовища);
- **за ознаками суб'єктів комунікації** види спілкування можна пов'язати з різними параметрами: **усередині організації** – з особистісними, груповими,

професійно-кваліфікаційними й організаційними характеристиками, з відносинами рівності й ієрархії, соціальними ролями тощо; *поза організацією* – із статусом структури на ринку праці, перспективами розвитку, етапом розвитку, її життєвим циклом тощо;

– *за критерієм кількості комунікантів* доцільно розрізняти *однобічну* комунікацію, *двобічну* й *різнобічну*. Виокремлення *однобічної* комунікації тільки на перший погляд виглядає як наявне протиріччя самому поняттю «комунікація». Однак, оскільки в однієї сторони є принаймні намір щодо налагодження комунікації, то це вже спрямовує до відповідних вчинків, наприклад, підготовки до спілкування, що розглядається як невід’ємний етап, початок комунікації на ментальному рівні (по суті, будь-який процес комунікації починається як однобічний);

– *за джерелами регулювання* процесу комунікації можуть бути: *формальні* (здійснювані на засадах добре продуманих і легітимних, як правило, виражених у писемній формі інструкцій, вказівок, методик тощо) і *неформальні* (здійснювані на основі усних норм і правил);

– *за цілями* ділові комунікації можуть бути спрямовані на обслуговування предметної діяльності, з’ясування виробничих протиріч або залучення партнера до власної позиції (думки) чи отримання інформації (знань) від нього. За цими ж ознаками розрізняють *чесні* комунікації і *нечесні (маніпулятивні, егоїстичні, шахрайські)*;

– *за ознаками предмета спілкування виділяють спільну діяльність, обмін емоціями, отримання інформації*;

– *за ознаками засобів* спілкування комунікація може бути *вербальна* (письмове й усне мовлення) і

невербальна (міміка, пантоміміка, вигляд, предмети, зображення тощо);

– **за ознаками часу** комунікації є **тривалими, короткочасними, періодичними, епізодичними**; комунікації **в реальному часі** (усне спілкування, телефонні розмови тощо) або **відтерміновані** (письмова інформація, факсимільний зв'язок);

– **за ступенем завершеності** спілкування є **завершеним і незавершеним**;

– **за просторовим показником** комунікації можуть відбуватися на різних дистанціях, при різному розташуванні партнерів щодо один одного (**у кабінеті, у конференц-залі, у коридорі, просто неба** тощо).

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Анонімна комунікація – процес, що не містить специфікації комунікаційних адресатів.

Вербальна комунікація – цілеспрямована лінгвопсихоментальна діяльність адресанта й адресата у процесі інформаційного обміну та впливу на співрозмовника за допомогою знаків природної мови.

Відгук – інформація, яка містить думки і висновки спеціаліста (колективу) з приводу певної роботи.

Відправник – особа, яка генерує інформацію, що призначена для передавання.

Декодування – процес відновлення змісту закодованого повідомлення (інформації).

Ділова комунікація – обмін інформацією в процесі діяльності, спілкування.

Ділове спілкування – різновид спілкування, метою якого є досягнення будь-якої узгодженості у сферах трудової, підприємницької, професійної, суспільної діяльності, кооперації, співпраці тощо.

Доступність – властивість інформаційного ресурсу, яка полягає в тому, що користувач та/або процес, який володіє повноваженнями, може використовувати цей ресурс відповідно до правил, встановлених політикою безпеки не очікуючи довше заданого (прийнятного) інтервалу часу.

Звичайне спілкування – спілкування, що відбувається без попередньо визначених мети і змісту та чіткого планування.

Зворотний зв'язок – вплив результату функціонування певної системи на характер її подальшого функціонування.

Змістова інформація – інформація, яку містять у собі об'єкти відображення (трудові, матеріальні ресурси, засоби виробництва, фінанси), галузі діяльності (промисловість, сільське господарство), типи відносин (економічні, соціальні, технічні).

Знання – форма існування і систематизації результатів пізнавальної діяльності людини.

Імідж – цілеспрямовано сформований образ людини або організації, поданий у концентрованій формі.

Інтелектуальна власність – закріплені законом права на результати інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній сферах.

Інформація – відомості про об'єкти і явища навколишньої дійсності, їхні параметри, властивості і стани, які зменшують рівень невизначеності, неповноти знань.

Канали передачі інформації – речовина або поле, які під впливом зовнішніх факторів можуть змінювати свої фізичні властивості в часі чи просторі.

Кодування інформації – переклад будь-якої інформації, вираженої засобами природної мови, у послідовність умовних символів, сигналів за певними правилами, що називають кодом.

Комунікабельність (комунікативність) – здатність працювати з людьми, будувати стосунки у спілкуванні як усередині організації, так і за її межами.

Комунікаційна мережа – сукупність джерел та каналів надходження і поширення інформації, створеної суб'єктом управління для прийняття обґрунтованих рішень і доведення їх до виконавців.

Комунікаційний процес – процес, у ході якого дві чи більше особи обмінюються й осмислюють отриману інформацію, мета якої полягає в мотивуванні певної поведінки чи впливу на неї.

Комунікація – процес передачі інформації, результатом якого є однозначне сприйняття комунікаційного повідомлення суб'єктами, які його відправляють і тими, хто отримує.

Координація – складова процесу управління, що полягає в погодженні, упорядкуванні дій різних частин системи, яка підлягає управлінню з метою уникнення дублювання однойменних операцій та охоплення більшого кола програм, робіт тощо.

Корисність – значущість інформації для розв'язання поставленого завдання.

Менеджерське спілкування – діяльність за допомогою комунікативних засобів щодо органічної соціально-психологічної взаємодії суб'єкта управління із представниками вищого рівня управління, з управлінцями свого рівня або підлеглими, з метою обміну діловою інформацією, надання управлінського впливу, встановлення взаємин тощо.

Науково-технічна інформація – документовані або публічно оголошені відомості про вітчизняні та зарубіжні досягнення науки, техніки і виробництва, одержані в ході науково-дослідницької, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності.

Невербальне спілкування – вид спілкування, для якого характерне використання невербальної поведінки і невербальних комунікацій як головного засобу передавання інформації, організації взаємодії, формування образу, думки про партнера, здійснення впливу на іншу людину.

Обліково-статистична інформація – інформація, джерелом якої є результати діяльності адміністративно-господарських одиниць.

Одержувач інформації – особа, яка сприймає інформаційні дані.

Особиста комунікація – процес, що здійснюється за умови безпосереднього контакту зі споживачем, у реальному часі та передбачає двосторонню комунікацію зі зворотнім зв'язком.

Повідомлення – цілісний, зв'язний, завершений за змістом, структурований, автономний та цілеспрямований твір мовлення, що реалізується у конкретних умовах спілкування; письмова чи усна інформація.

Спілкування – складний, багатоплановий процес встановлення і розвитку контактів між людьми, що виникає на основі потреб і спільної діяльності та включає в себе обмін інформацією, сприймання та розуміння іншого; взаємодія суб'єктів через знакові засоби, викликана потребами спільної діяльності та спрямована на значимі зміни стану, поведінки партнера.

Точність інформації – ступінь подібності отриманої інформації до реального стану об'єкта, процесу, явища тощо.

Управлінська інформація – сукупність необхідних нових репрезентативних даних, які сприяють якісному вирішенню управлінських завдань та ефективному розвитку управлінської діяльності.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 7; 16; 44; 74; 81; 82; 88; 93; 94; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Інформація та її роль у державному управлінні.
2. Комунікації та їх загальна характеристика.
3. Інформаційно-комунікаційні потоки у структурі державного управління.
4. Комунікаційний процес і форми обміну інформацією.
5. Ділова комунікація: сутність та типологізація:
 - 5.1. Спілкування і комунікація.
 - 5.2. Координація та інтелектуальна власність.
 - 5.3. Типологізація видів ділової комунікації.
 - 5.4. Галузеві й функціонально-управлінські особливості комунікацій.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Запишіть у дві колонки основні ознаки спілкування й комунікації. Визначте спільне й відмінне між термінами.

<i>Спілкування</i>	<i>Комунікація</i>

Завдання 2. Укладіть словничок термінів і понять до теми заняття.

Завдання 3. З'ясуйте, чи відповідають назви термінів дефініціям. Якщо ні, доберіть правильне визначення.

Аудит – фізична особа, яка здійснює перевірку і несе остаточну відповідальність за неї.

Експерт – всі партнери, фахівці, задіяні в аудиторській практиці фірми.

Планування – перевірка арифметичної точності первинних документів і бухгалтерських записів або проведення незалежних підрахунків

Запит – документує і підтверджує згоду аудитора з призначенням, метою та обсягом аудиту.

Аудитор – перевірка бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів з метою визначення їх достовірності.

Персонал – фізична особа або фірма, яка володіє спеціальними навичками, знаннями й досвідом роботи в певній галузі.

Завдання 4. Напишіть коротку доповідь про типи ділової комунікації. Підготуйте презентацію на означену тему.

Завдання 5. Випишіть нормативні варіанти стійких словосполучень, часто вживаних у професійному мовленні. Складіть із ними речення.

Вважати за необхідне, взяти до уваги, вступити в переговори, договірні обов'язки, дотримуватися правил, договірні зобов'язання, користуватися авторитетом, об'єм виробництва, підводити підсумки, поділяти думки, мати авторитет, мати на меті, продовжити контракт, розділяти думки, розпочати переговори.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Прочитайте текст, на основі якого складіть свої повідомлення про особливості

обміну інформацією та сутність ділової комунікації, використавши кульмінаційний, антикульмінаційний та серединний порядок їх побудови.

Культура мовленнєвого спілкування охоплює дві складові: культуру говоріння та культуру слухання. Про одну людину кажуть, що вона говорить, як співає, про іншу – вона вміє не тільки слухати, а й чути. Що при цьому мають на увазі?

Розглянемо характеристику «говоріння». Це механізми побудови висловлювань відповідно до індивідуальних особливостей людини, що говорить. Це й особливості використання лексики, і володіння граматикою, і багатство асоціацій, і продуктивність чи стереотипність мовлення, його динамічність, прояв за допомогою слів певного ставлення до співрозмовника. Конструюючи висловлювання, ми стимулюємо іншу людину до створення внутрішнього образу, подібного до того, що йому передається. При цьому відбувається розв'язання конкретних комунікативних задач відповідно до мети мовлення й особливостей ситуації. Висловлювання конструюються відповідно до граматичних правил, а з погляду психології вони несуть у собі переконуючий вплив.

Учені визначають кілька порядків побудови повідомлень: кульмінаційний порядок (найсильніші аргументи наводяться наприкінці), антикульмінаційний порядок (зворотний, коли, навпаки, коли повідомлення починається з сильного аргументу) та розміщення сильних аргументів усередині повідомлення. Наприклад, викладач хоче наголосити, чому студентам краще не пропускати заняття з дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації». Для цього він може побудувати речення з серединним порядком повідомлення: «У зібраному вигляді матеріал ніде не надрукований, тому Вам не можна пропускати заняття з означеної дисципліни, бо доведеться

багато працювати самостійно». Кульмінаційний порядок повідомлення такий: «У зібраному вигляді матеріал ніде не надрукований, і доведеться багато працювати самостійно, тому Вам не можна пропускати заняття з дисципліни». Антикульмінаційний порядок повідомлення: «Вам не можна пропускати заняття з дисципліни, бо у зібраному вигляді матеріал ніде не надрукований і доведеться багато працювати самостійно». Яка форма викладу є ефективнішою? Виявилося, що кульмінаційний і зворотний порядок дають кращі результати, аніж серединний (із незначною перевагою першого над другим) (За Г. Чайкою).

Завдання 2. Розкрийте значення таких висловів: «Хочеш пізнати людину – дивись їй у вічі», «Очі – дзеркало душі».

Завдання 3. Розробіть проект статусно-рольової гри «студент – викладач» про важливість іміджу в процесі сучасної ділової комунікації.

Завдання 4. Укладіть словничок сленгізмів, якими найбільше послуговуються студенти Вашого факультету.

Завдання 5. Відредагуйте словосполучення. Прокоментуйте виправлені помилки.

Вважати необхідним, в загальному випадку, відволікати увагу, вклад в науку, включити питання, в найближчий час, в подальшому, в порядку виключення, в разі необхідності, всі бажаяучі, в цілому, гостра необхідність, давати добро, давати можливість, дисертаційне дослідження, добитися результатів, доля істини, заключається в тому, заключити договір, заслуговує уваги, звернутися за допомогою, звідси слідує,

реєстрація учасників, приймати ухвалу, прийняти чиюсь сторону, ставити до відома, являти собою, явна помилка, предвзяте ставлення, приходить на думку, управляючий, в якості секретаря, в той час як, напрямки реалізації.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про сучасне комунікаційне забезпечення внутрішньої і зовнішньої організації діяльності ВНЗ.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Внутрішні й зовнішні бізнес-комунікації. Їх види та характеристика».
- «Комунікація в мережі Інтернет».
- «Комунікація і спілкування у професії документознавця».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Яка роль інформації в державному управлінні?

- а) є однією з форм закріплення і розповсюдження знань;
- б) є засобом організації і регулювання приватної та суспільної життєдіяльності;
- в) є інструментом управління;
- г) усі відповіді правильні.

2. Продовжіть думку: «У багаторівневій системі управління інформація повинна задовольняти кожен рівень організації. Для цього встановлюють...».

- а) ...загальну номенклатуру даних, що характеризують об'єкти управління;
- б) ...періодичність надходження даних, яка відображає динаміку соціально-економічних процесів;
- в) ...оперативність обробки даних з метою формування нової інформації; терміни доведення прийнятих рішень до об'єктів управління;
- г) усі відповіді правильні.

3. У чому полягає вимога до доступності інформації?

- а) у тому, що інформація має подаватися у такому вигляді, який не потребує додаткової переробки та не ускладнює процес прийняття рішення;
- б) у тому, щоб інформація не містила даних, які потрібні для вирішення проблем управління;
- в) у своєчасному періодичному надходженні інформації у відповідний структурний підрозділ чи до конкретного співробітника;

г) у тому, що кількість інформації повинна бути достатньою для оцінки ситуації і прийняття рішення на певному рівні в управлінні.

4. Від якого слова походить термін «комунікація»?

- а) від латинського слова «поєдную»;
- б) від слов'янського слова «мовлення»;
- в) від латинського слова «вирішувати»;
- г) від старослов'янського слова «розмовляти».

5. Який зміст поняття «комунікабельність»?

- а) процес двостороннього обміну ідеями та інформацією, який веде до взаємного розуміння;
- б) взаємодія між особистостями у процесі спілкування;
- в) мовленнєвий процес спрямований на вирішення професійних завдань;
- г) схильність, здатність до комунікацій, встановлення контактів і зв'язків, досягнення взаєморозуміння.

6. Який зміст поняття «ділова комунікація»?

- а) наука, що розглядає такі різновиди діяльності, як урядові перемовини, переклад як засіб міжнародного спілкування, менеджмент конфліктних міжнародних ситуацій;
- б) наука про знаковий аспект комунікації, яка розглядає знак як вільне поєднання змісту і форми;
- в) наука, яка вчить, як треба переконувати людей, шукати незаперечні докази власної думки;
- г) наука, яка вивчає найраціональніші способи розв'язання ділових проблем.

7. Що таке «комунікаційна мережа»?

- а) поєднання певним чином осіб, які беруть участь у комунікаційному процесі за допомогою інформаційних потоків;

- б) мережа Internet;
- в) технічні засоби в сукупності;
- г) усі відповіді правильні.

8. На які види поділяються бізнес-комунікації за місцем здійснення?

- а) формальна і неформальна;
- б) внутрішня і зовнішня;
- в) однобічна, двобічна й різнобічна;
- г) проста і складна.

9. На які види поділяють комунікацію за кількістю учасників?

- а) внутрішня і міжособистісна;
- б) комунікація в малих групах і публічна комунікація;
- в) організаційна і масова комунікація;
- г) усі відповіді правильні.

10. Що таке «теорія міжнародної комунікації»?

- а) наука, що розглядає такі різновиди діяльності, як урядові перемовини, переклад як засіб міжнародного спілкування, менеджмент конфліктних міжнародних ситуацій;
- б) наука про знаковий аспект комунікації, яка розглядає знак як вільне поєднання змісту і форми;
- в) наука, яка вчить, як треба переконувати людей, шукати незаперечні докази власної думки;
- г) наука про мовленнєвий процес.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ**

ОСНОВНА:

1. Дніпренко Н.К. Приклади комунікативних технологій / Н.К. Дніпренко // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 86–93.

2. Запровадження комунікацій в суспільстві / [за заг. ред. Н.К. Дніпренко, В.В. Різуна]. – К. : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.

3. Ібрагімова І. Технологія інформаційної взаємодії в процесі прийняття рішень / І. Ібрагімова // Вісник УАДУ. – 2000. – № 3. – С. 442–448.

4. Комунікації в державних інституціях : методичні рекомендації / [уклад. С.О. Борисевич]. – К. : НАДУ, 2009. – 32 с.

5. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : [учебное пособие] / Панфилова А.П. – СПб. : Знание, 2004. – 495 с.

6. Почепцов Г.Г. Комунікація в органах влади / Г.Г. Почепцов, Н. Дніпренко // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 42–51.

7. Різун В.В. Теорія масової комунікації / Різун В.В. – К. : ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.

8. Суська О.О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору аудиторії в умовах сучасного соціокультурного середовища : [монографія] / Суська О.О. – К. : ДАКККиМ, 2003. – 188 с.

9. Суська О.О. Право людини на інформацію як базова ознака комунікативних стосунків в інформаційному суспільстві / О.О. Суська // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 30–41.

10. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / Тер-Минасова С.Г. – М. : Слово/Slovo, 2008. – 624 с.

ДОДАТКОВА:

1. Боярова Л.Г. Російсько-український словник сучасних банківських фінансово-кредитних та комерційних термінів / Л.Г. Боярова, О.П. Корж. – Х. : Основа, 1997. – 715.

2. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
4. Коломієць М.П. Словник іншомовних слів / М.П. Коломієць, Л.В. Молодова. – К. : Освіта, 1998. – 190 с.
5. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
6. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.
7. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.
8. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.
9. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.
10. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 2

У процесі вивчення теми *«Інформаційне та комунікаційне забезпечення внутрішньої організації державного управління»* рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

— ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: анонімна комунікація, вербальна комунікація, відгук, відправник, декодування, ділова комунікація, ділове спілкування, доступність інформації, звичайне спілкування, зворотний зв'язок, змістова інформація, знання, імідж, інтелектуальна власність, інформація, канали передачі інформації, кодування інформації, комунікабельність (комунікативність), комунікаційна мережа, комунікаційний процес, комунікація, координація, корисність інформації, менеджерське спілкування, зворотний зв'язок, змістова інформація, знання, імідж, інтелектуальна власність, інформація, канали передачі інформації, кодування інформації, комунікабельність (комунікативність), комунікаційна мережа, комунікаційний процес, комунікація, координація інформації, корисність інформації, менеджерське спілкування, науково-технічна інформація, невербальне спілкування, обліково-статистична інформація, одержувач інформації, особиста комунікація, повідомлення, спілкування, точність інформації, управлінська інформація та ін.;

— зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

— у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

— завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

— із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

– завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 3

СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

МЕТА: набути знання про особливості функціональних стилів: сфери вживання, призначення, жанри реалізації, власне мовні особливості; оволодіти вміннями й навичками добору лексичних, граматичних, структурних компонентів офіційно-ділового, наукового й розмовного стилів; розширити знання про текст як складник комунікативного процесу, посередник, засіб комунікації.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Будь-яка розвинена національна мова є системою систем, через які виявляється самотність мовних ознак і характеристик. Кожна мова, окрім того, складається з фонетичної, морфологічної, лексико-фразеологічної, синтаксичної та стилістичної систем.

Стилістичну систему мови, її функціональні стилі вивчає стилістика.

Слово «**стиль**» є багатозначним. Воно входить до термінології багатьох наук, проте у кожній з них має своє значення.

Стилістика мовлення є продуктом історичного розвитку національної мови, яка змінюється відповідно до поступу суспільства. За часів Київської Русі існувало три стилі: **писемно-діловий, слов'янський літературний і літературно-художній**. До другої половини XVI ст. мова змінилася, утворивши різні стилі, які класифікував у своїй теорії ще М. Ломоносов. Зрештою, ставши державною мовою суверенної України, вона має добре розвинену стильову диференціацію і складає єдність функціональних мовних різновидів.

Якщо мова – це засіб спілкування людей у всіх сферах діяльності, то **стиль** – це засіб спілкування у певній сфері: політиці, бізнесі, діловодстві, науці, освіті тощо.

Словник лінгвістичних термінів дає визначення стилів мови як сукупності мовних прийомів і засобів, що їх мовець обирає залежно від мовної ситуації. **Основною ознакою стилю** є його функція, якою зумовлюється вживання, вибір і поєднання мовних засобів.

Мовний стиль – це усвідомлена суспільством підсистема в системі загальнонародної мови, закріплена за певними ситуаціями спілкування, яка історично склалася й характеризується набором засобів вираження і певним принципом їхнього відбору.

Таким чином, **стиль мовлення** – це різновид літературної мови, що характеризується системним об'єднанням мовних одиниць різних рівнів, функції яких зумовлені суспільною сферою використання мови, настановами та умовами спілкування.

В основі класифікації стилів мовлення має бути поділ мови на її функціональні різновиди та виявлення характерних для них мовних засобів і способів використання.

Функціональне розшарування української мови виявляється в тому, що залежно від комунікативних ситуацій активізуються різні мовні засоби. Для кожної комунікативної сфери характерна сукупність мовних засобів, які відрізняються один від одного (стилістичні відмінності).

Характеризуючи функціональне розшарування мови, важливо врахувати екстралінгвістичні основи кожного стилю, тобто ті позамовні явища, які визначають умови комунікації та вибір мовних засобів. До екстралінгвістичних основ стилів належать: форма

суспільної свідомості (наприклад, наука, політика чи право), тип мислення (логічне чи образне), призначення форми суспільної свідомості, завдання спілкування тощо.

Отже, вибір мовного засобу (слова, словосполучення, конструкції) визначається метою висловлювання (книжне, високе мовлення; офіційно-ділове, нейтральне, фамільярне, вульгарне тощо) та ситуацією спілкування. Комбінації цих засобів утворюють функціональні стилі.

Функційний стиль – це сукупність лексичних, фразеологічних, морфологічних, синтаксичних, орфоепічних та акцентуаційних засобів, що використовуються для реалізації функцій мови (спілкування, повідомлення і впливу) у певній сфері та формі взаємин мовців.

Функційні стилі не є замкненими різновидами мови, тому що вони широко взаємодіють і впливають один на одного. Ознаки, характерні окремому стилю, що виражаються завдяки граматичним засобам, лексиці тощо, повторюються в інших стилях, причому переважна більшість мовних засобів є вільною для всіх стилів мови.

У сучасному мовознавстві **є традиційна класифікація стилів**, згідно якої вирізняють п'ять різновидів мовлення: **розмовний, науковий, публіцистичний, художній, офіційно-діловий**, кожний з яких залежно від мовленнєвої ситуації ділиться на підвиди. Окрім того, прийнято вирізнити **епістолярний** (стиль приватного листування) та **конфесійний** (діє у сфері релігії та церкви, обслуговує релігійні потреби окремої людини чи суспільства) стилі.

Кожний зі стилів має свої характерні особливості, сферу поширення, призначення, систему мовних засобів і стилістичні норми. Будь-який функціональний стиль реалізується у **мовних жанрах** – конкретних видах текстів.

Жанри – види вживаних у певній галузі людського життя текстів, що характеризуються певними структурними та мовними особливостями. Вони мають специфічні риси, які відрізняють їх один від одного.

Стилі мови у зв'язку з жанровою диференціацією функційно-стильових єдностей розчленовуються на **підстилі**.

Художній стиль – це переважно стиль художньої літератури, де слово не тільки щось називає, а ще й часто, будучи художнім засобом, є знаряддям естетичного впливу на читача чи слухача.

Основним його призначенням є різнобічний вплив на думки і почуття людей за допомогою художніх образів.

Головними ознаками художнього стилю є емоційність, образність та експресивність. На лексичному рівні у ньому вживається все словникове багатство української мови: слова з найрізноманітнішим лексичним значенням, різні за походженням. Художньо-літературне мовлення багате на епітети, метафори, порівняння, повтори, перифрази, антитези, гіперболи та інші зображувальні засоби. З певною художньою метою можуть уживатися діалектна та професійна лексика, фразеологізми. Художній стиль послуговується різними типами речень за будовою, метою висловлювання, за відношенням змісту речення до дійсності.

Означений стиль реалізується в таких жанрах: трагедія, комедія, драма, водевіль, роман, повість, оповідання, поема, вірш, байка, епіграма.

Публіцистичний стиль – це функціональний різновид літературної мови, яким послуговуються в засобах масової інформації (газетах, часописах, періодичних громадсько-пропагандистських виданнях).

Основне призначення стилю – обговорення, відстоювання і пропаганда важливих суспільно-

політичних ідей, формування відповідної громадської думки, сприяння суспільному розвитку.

Головними його ознаками є: популярний, чіткий виклад, орієнтований на швидке сприймання повідомлень, стислість і зрозумілість інформації; використання суспільно-політичної лексики (*державність, громадянин, поступ, єдність, національна ідея, актуальність*) тощо. Типовими для цього стилю є емоційно забарвлені слова, риторичні запитання, повтори, фразеологічні одиниці, що зумовлюють емоційний вплив слова. Тон мовлення пристрасний, оцінний.

Публіцистичний стиль реалізується в таких жанрах: виступ, нарис, публіцистична стаття, памфлет, фейлетон, дискусія, репортаж.

Епістолярний стиль – це стиль приватного листування, призначення якого – поінформувати адресата про щось, викликати в нього певні почуття, які б відповідали емоційному стану автора.

Головними ознаками епістолярного стилю є: широке використання форм ввічливості, звертань у формі кличного відмінка, наявність початкової, прикінцевої та прощальної фраз, стереотипних словесних формул висловлення побажання, вітання, співчуття; невимушеність у доборі лексичних одиниць.

До епістолярного стилю зараховують не тільки листи видатних письменників, громадських і культурних діячів, учених, а й щоденники, записки, мемуари.

Конфесійний стиль – стильовий різновид української мови, що обслуговує релігійні потреби суспільства.

Основним призначенням його є вплив на душевні переживання людини.

Головні ознаки стилю: вживання слів для найменування Бога та явищ потойбічного світу (*Божий син, Святий дух, Спаситель, Царство Боже, рай, вічне*

життя тощо), стосунків людини до Бога (*молитися, воскресіння, заповіді, покаяння, грішні, праведні*). Його мова багата на епітети, порівняння, метафори, слова з переносним значенням. Для підкреслення урочистості використовуються речення зі зворотним порядком слів та поширені повтори.

Конфесійний стиль репрезентується в таких жанрах: Біблія, житія, апокрифи, проповіді, послання, молитви, тлумачення Святого Письма.

Варто також звернути увагу на найважливіші стилі ділової сфери: розмовний, науковий та офіційно-діловий, вірізнити їх підстилї, жанри та особливості.

Розмовний стиль, зазначають дослідники, у мові виник найпершим, основна його функція – спілкування, обмін думками. Цей стиль обслуговує невимушене спілкування у побуті, сім'ї, на виробництві, в особистому та громадському житті. Для нього характерні невідготовленість, невимушеність, спонтанність, безпосередня участь мовців; емоційність, експресивність, конкретне мислення, оцінний характер повідомлення; міміка, жести.

Основним призначенням розмовного стилю є: обмін інформацією, думками, враженнями, виховний вплив тощо.

Його головні ознаки: широке використання побутової лексики, фразеологізмів, емоційно забарвлених і просторічних слів, звертань, вставних слів і словосполучень, неповних речень. Для розмовно-побутового мовлення характерне порушення літературних норм: уживання русизмів, вульгаризмів, жаргонізмів, неправильна вимова слів тощо.

Існує **два різновиди розмовного стилю: літературне (офіційне) і побутове мовлення**. Перше вимагає норм сучасної літературної мови, друге має діалектні

особливості, позамовні елементи, жаргонну лексику. Основною формою є усна, хоч можлива й писемна (особисте листування, щоденники).

У розмовному стилі слід вирізняти **неформальне** і **формальне спілкування**. Перше (**неформальне**) – не регламентоване, його мета й характер значною мірою визначається особистими стосунками мовців. Друге (**формальне**) – зумовлене соціальними функціями мовців, отже, воно регламентоване за формою і змістом.

У повсякденній розмові мовці можуть торкатися різних, часто не пов'язаних між собою тем, отже, їхнє спілкування має здебільшого довільний інформативний характер.

Ділова розмова, як правило, не виходить за межі визначеної теми, має конструктивний характер і підпорядкована розв'язанню конкретних завдань, досягненню заздалегідь визначеної мети.

Розмовний стиль, як один із найдавніших, відіграє надзвичайно велику роль у формуванні мовленнєвих навичок особистості та її культури.

Отже, **розмовний стиль** – це окремий функціональний різновид мови, що має характерні функції, мовні засоби й підстили та відіграє важливу роль у житті кожної людини.

Науковий стиль займає вагоме місце як у писемному, так і в усному мовленні та обслуговує сферу і потреби науки. Дослідження мовознавців дали змогу зробити висновок, що основна функція цього стилю – пізнавально-інформативна: здобути знання, з'ясувати і пізнати, повідомити про них, передати й аргументувати їх.

Головними ознаками наукового стилю є широке використання науково-термінологічної лексики, слів з абстрактним значенням та іншомовного походження. Показовим є членування тексту на розділи, підрозділи, параграфи; наявність формул, таблиць, діаграм.

Науковий стиль представлений у підручниках, статтях, монографіях, фахових журналах тощо.

Метою наукових праць є точний, логічний, однозначний виклад думок автора. Необхідність аналізу для отримання синтезу пояснює характерні риси цього стилю: логічність і точність викладу, абстрактність та узагальнення.

Залежно від мети й адресата мовлення вчені вирізняють **підстилі наукового стилю**:

- **власне науковий** – інформує вузьке коло людей певної галузі науки чи техніки про досягнення автора (автореферат, монографія, стаття тощо);

- **науково-популярний** – повідомляє, впливає, зацікавлює широке коло осіб досягненнями науки;

- **науково-навчальний** – дає систему знань на певному етапі розвитку особистості (підручники, посібники, довідники тощо);

Норми наукової мови зумовлюють вибір **мовних засобів**. Для наукового стилю характерні:

- терміни й поняття (*юриспруденція, юридичний документ, юридична відповідальність, юридична сила*); сталі словосполучення, що становлять одне поняття (*злісна непокор, громадська думка, громадський порядок, громадська безпека* тощо); слова у прямому значенні;

- слова суфіксального і префіксального способу творення, складні та складноскорочені слова (*під+закон+н+ий, закон+н+ість, Інтерпол, нормативно-правовий акт, документознавство, діловодство, законотворчий* тощо);

- іменний характер текстів, широке вживання прикметників (*національний, юридичний, діловий, правовий, офіційний, кримінальний, справедливий*); дієслова здебільшого недоконаного виду (*нагадати, запросити, відвідати, перевірити, виявити, вжити заходів, надати допомогу, оголосити подяку*);

– частіше використовуються складні речення; односкладні прості речення, ускладнені різноманітними зворотами тощо.

Отже, **науковий стиль** – це чітко виражений функціональний різновид мови, який має своєрідну структуру на всіх рівнях, починаючи з фонемного і закінчуючи текстом. Кожний різновид цього стилю має особливий характер, але всі вони виконують основну функцію – пізнавально-інформаційну (*продовженням є наступна тема*).

Офіційно-діловий стиль – це мова ділових паперів, що використовуються в офіційному спілкуванні між установами, приватними особами й установами і регулюють їх ділові взаємини.

Основне призначення стилю – регулювання офіційно-ділових відносин.

Головними його ознаками є: наявність реквізитів, що мають певну черговість; однозначність формулювань; точність, послідовність і лаконічність викладу фактів; гранична чіткість висловлювання; наявність усталених мовних зворотів; певна стандартизація початків і закінчень документів; широке вживання готових словесних конструкцій (*у зв'язку з, відповідно до, з метою, згідно з*). Лексика стилю здебільшого нейтральна, вживається в прямому значенні. Залежно від того, яку саме галузь суспільного життя обслуговує офіційно-діловий стиль, він може містити суспільно-політичну, професійно-виробничу, науково-термінологічну лексику. Синтаксис стилю характеризується вживанням речень різної будови з прямим порядком слів; застосовується поділ тексту на пункти, підпункти.

Офіційно-діловий стиль реалізується у таких жанрах: закон, кодекс, устав, наказ, оголошення, доручення, розписка, протокол, акт, інструкція, лист, список, перелік, накладна тощо.

Поняття *«професійна мова»* охоплює три функціональні різновиди літературної мови: офіційно-діловий, науковий, розмовний. На думку О.А. Лаптевої, науковий і діловий стилі у період свого становлення «поряд з процесами дивергенції завжди репрезентували зближення, у результаті чого утворився складний конгломерат вихідних спільностей і взаємопроникнень. Обидва стилі не допускають (або майже не допускають) уживання художніх засобів мовлення, звуконаслідування слів, вигуків, питальних та окличних речень тощо. Науковий і офіційно-діловий стилі розраховані на раціональне, а не емоційне сприйняття. В обох стилях по можливості уникають викладу від першої особи однини (окрім документів щодо особового складу) (*я дослідив, я повідомляю*) і замінюють її першою особою множини (*ми дослідили, ми повідомляємо*) або безособовими конструкціями (*було досліджено, дослідження було проведено*).

Для цих стилів характерні спільні метатекстові одиниці, за допомоги яких можна:

– наголосити на чомусь важливому, привернути увагу читачів до важливих фактів: *слід (варто) зауважити, особливо важливо виокремити, розглянемо (наведемо) тепер приклад, особливу увагу треба зосереджувати, перейдемо до питання, зауважимо насамперед, тільки, аж ніяк не тощо;*

– пояснити, уточнити, виділити щось: *наприклад, для прикладу, як-от, приміром, зокрема, а саме, тобто, як ось, це означає, передусім (передовсім), так, тільки, лише, навіть тощо;*

– поєднати частини інформації: *і (й), також, тобто, інішими словами, інше кажучи, або інакше, окрім того, разом із тим, між іншим, згідно з цим, відповідно до цього, як зазначалося раніше, як про це йшлося тощо;*

— вказати на порядок думок і їх зв'язок, послідовність викладу: *по-перше, по-друге, з одного боку, з іншого боку, ще раз, почнемо з того, що..., перейдемо до тощо;*

— висловити впевненість або невпевненість (оцінку повідомлюваного): *безсумнівно, безперечно, без усякого сумніву, беззаперечно, поза всяким сумнівом, напевно (напевне), звичайно, природно, обов'язково, необмінно, безпомилково, розуміється, не потребує доведення, можливо, ймовірно тощо;*

— узагальнити, зробити висновок: *у результаті можна дійти висновку, що ...; узагальнюючи, є підстави стверджувати, що ...; із сказаного випливає, що ...; з огляду на важливість (авторитетність); отже, таким чином; зрештою; врешті; після всього; сутність викладеного дає підстави говорити про ...; на основі цього ми переконалися в тому, що ... тощо;*

— зіставити або протиставити інформацію, вказати на причину (умову) і наслідки: *а, але, проте, однак, не тільки (не лише), а й ...; всупереч положенню (твердженню); як з'ясувалося; попри те; унаслідок цього; а отже; незважаючи на те, що ... тощо;*

— зробити критичний аналіз відомого або бажаного: *з цієї теми уже є ...; автор аналізує (розглядає, характеризує, порівнює, доводить, обґрунтовує, підкреслює, виокремлює, зупиняється на ..., формує, наголошує на важливості, пояснює це тим, що ...); звичайно, особливо слід (варто) відзначити; загально визнано, одним із найвизначніших досягнень є; у дослідженні викладений погляд на ..., зроблено спробу довести; наведено переконливі докази; ураховано попередні висновки; взято до уваги; схвальним є те, що ...; варто спробувати; можна погодитися тощо.*

Отже, професійна сфера репрезентує офіційно-діловий і науковий стилі у єдності спільних мовних

засобів досягнення комунікативної мети, адже кожна людина, незалежно від фаху, віку, статі, соціального становища, стикається з проблемою написання заяви, службової довідки, листа, виступу.

Для забезпечення комунікативної досконалості мовлення (точності та логічності викладу і їхнього обов'язкового складника – мовної унормованості) кожний фахівець має доцільно послуговуватися мовними засобами різних рівнів. Із цією метою студенти мають навчитися аналізувати наукові, науково-популярні тексти на лексичному, лексико-семантичному, стилістичному і граматичному рівнях, редагувати, скорочувати (компресія) тексти, конструювати елементи висловлювання з урахуванням запропонованої мовленнєвої ситуації. Правильно дібраний текст допоможе сформувати вміння спочатку складати вторинні наукові тексти (конспект, анотацію, реферат), а потім підготуватися до написання власного, наприклад, дипломної роботи. Укладаючи конспект, студенти розуміють структуру наукового тексту й особливості його будови, усвідомлюють необхідність правильно скорочувати слова, писати план і виконувати певну компресію змісту. Особливу увагу варто приділяти власне українській термінології, що перебуває у пасивному словнику переважної більшості фахівців.

Основою професійної підготовки є комунікативна компетенція, тобто уміння і навички говорити, запитувати, відповідати, аргументувати, переконувати, висловлювати точно і ясно думку, правильно поводити себе в конкретній ситуації.

Отже, поняття «професійне мовлення» репрезентує принаймні три стилі: офіційно-діловий, науковий і розмовний.

Мовлення як вид людської діяльності завжди зорієнтоване на виконання певного комунікативного

завдання. Висловлюючи думки і почуття, людина має конкретну мету – щось повідомити, про щось запитати, переконати в чомусь адресата чи спонукати його до певних дій тощо. З цією метою мовець прагне висловитися з якнайбільшою повнотою, дібрати якнайточніші у семантичному і стилістичному сенсі мовні засоби.

Безпосереднім проявом думки, формою її існування, репрезентантом мисленнєво-мовленнєвої діяльності є **текст**. Чіткої дефініції цього терміна, яка б відображала всю його багатоаспектність і водночас була вичерпною, ще не існує, оскільки дослідники найчастіше у своїх визначеннях актуалізують якусь одну його ознаку, важливу в контексті їхнього дослідження.

Текст – це писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних у тематичну і структурну цілісність. Отже, текст виступає обов'язковим складником комунікативного процесу, допомагає фіксувати, зберігати й передавати інформацію в просторі й часі.

Лінійно розташована сукупність речень є одиницею тексту. Найменша одиниця тексту – надфразна єдність, абзац, що є одиницями різних принципів членування тексту, хоча абзац структурно й композиційно може виокремлювати надфразну єдність.

Надфразна єдність – це сукупність семантично й граматично поєднаних висловлень, що характеризуються єдністю теми й особливим синтаксичним зв'язком компонентів. У діалозі надфразна єдність складається з питань і відповідей; репліки й реакції. Синонімами надфразної єдності виступають **складне синтаксичне ціле, прозаїчна строфа, гіперсинтаксема** тощо.

Одиницями тексту є також розділи, підрозділи, пункти, підпункти.

Абзац – це структурно-змістова одиниця членування тексту, що характеризується єдністю теми і графічного

позначення, відступом праворуч у початковому рядку, якими починаються виклад нової думки.

Структурно текст може відповідати реченню, слову, сполуці, якщо ці одиниці мають цілісну інформацію, яка відповідає певній комунікативній ситуації, наприклад: *Красно говорить, а слухать нічого* (Народна творчість); *Вихід. Навчальна частина.*

За способом репрезентації тексти переділяються на **письмові, усні та друковані**.

Залежно від ситуації спілкування значна частина текстів може матеріалізуватися як у писемній, друкованій формі (накази, протоколи, акти, телеграми тощо), так і усній (судові промови, бесіди тощо).

Кожен текст маніфестує той чи інший мовленнєвий жанр, віднесений до певного стилю, виконує різні функції. Основним його елементом є **дане** (тема, предмет висловлювання) і **нове** (основний зміст висловлювання).

Основними ознаками тексту є:

- **зв'язність** – визначальна категорія тексту, основним показником якої є розвиток теми і формальні засоби (семантично близькі слова і фрази, граматичні й стилістичні одиниці тощо);

- **цілісність**, яка забезпечується змістовою (єдність теми, змісту), комунікативною (мета спілкування), структурною і формально-граматичною (єдність мовленнєвих жанрів) цілісностями;

- **членованість**, яка полягає в тому, що будь-який текст можна комунікативно членувати на частини з метою полегшення сприйняття інформації адресатом;

- **інформативність** уособлює інформативний масив тексту, що міститься не лише в його вербальній організації, а впливає з її взаємодії з авторською і читацькою свідомістю;

- **завершеність** – ознака текстів, що передбачає їхню формальну і змістову закритість.

Виокремлюють два основні види тексту – *монологічний і діалогічний*.

Отже, текст є основною одиницею мовленнєво-професійної діяльності. Не можна навчати усному і писемному монологу без урахування його професійної спрямованості.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Абзац – період мовлення, тексту, що складається з одного чи кількох речень, пов'язаних між собою за змістом.

Власне науковий підстиль наукового стилю – об'єктивує наукові відомості й кінцеві результати аналітико-синтетичного перероблення даних.

Епістолярний стиль – стильовий різновид мови, який втілюється в листах та епістолярній творчості (щоденники, записні книжки тощо).

Жанр – різновид твору, що характеризується сукупністю формальних і змістових особливостей.

Конфесійний стиль – стильовий різновид української мови, який обслуговує релігійні потреби суспільства.

Літературне (офіційне) мовлення – мовлення, що вимагає дотримання норм сучасної літературної мови.

Літературний жанр – тип літературного твору, один із головних елементів систематизації літературного матеріалу; класифікує твори за типами їх поетичної структури.

Мовний жанр – різновид твору, що характеризується певною композицією та єдністю тематичного змісту, стилю, тобто вибором словникових, фразеологічних і граматичних засобів мови.

Мовний стиль – усвідомлена суспільством підсистема в системі загальнонародної мови, закріплена

за тими чи іншими ситуаціями спілкування, яка історично склалася й характеризується набором засобів вираження і певним принципом їхнього відбору.

Надфразна єдність – складна структурна єдність, що виступає як завершена частина комунікації, якій притаманна цілісність у контексті зв'язного мовлення (складається більше, ніж з одного самостійного речення).

Науковий стиль – стильовий різновид, що вимагає логічного викладу на лексичному та граматичному рівнях; характеризується вживанням наукової термінології, розгорнутих складних і складнопідрядних речень, відповідних фразеологізмів.

Науково-навчальний підстиль наукового стилю – мова навчання в усіх типах закладів освіти та мережі просвітницьких установ, організацій і товариств.

Науково-популярний підстиль наукового стилю – зрозумілий, доступний виклад інформації про результати і перспективи складних наукових досліджень для нефаківців.

Неформальне спілкування – спілкування, що насичене суб'єктивним особистісним змістом, обумовлене тими особистісними стосунками, які були встановлені між партнерами.

Офіційно-діловий стиль – функційний різновид літературної мови, призначений для регулювання ділових відносин, спілкування на державно-політичному, громадському, економічному рівні, у законодавстві, сфері управління, адміністративно-господарській діяльності.

Підстиль – різновид стилю, орієнтований на досягнення конкретних завдань спілкування.

Побутове мовлення – мовлення, що має діалектні особливості, позамовні елементи, жаргонну лексику.

Професійна мова – підсистема сучасної літературної мови, якою послуговуються переважно представники певної професії (фаху).

Публіцистичний стиль – функційний різновид літературної мови, який широко застосовується в різних сферах суспільного життя, а саме: у газетах, журналах, на телебаченні й радіо, у публічних політичних виступах, діяльності партій та громадських об'єднань.

Розмовний стиль – стиль, що використовується в усному повсякденному спілкуванні, побуті, на виробництві тощо; характеризується непередбачуваністю, невимушеністю, спонтанністю, емоційністю, експресивністю тощо.

Стилістика – наука, яка займається добором виражальних засобів мови для їх функціонування в мовленні, залежно від мети висловлювання та мовленнєвої ситуації.

Стилістика мови – наука, що вивчає стилістичні ресурси всіх мовних рівнів: лексики, фразеології, морфології, синтаксису.

Стилістика мовлення – наука, що вивчає стилі мовлення та їх загальні ознаки.

Стилістична система мови – сукупність функціональних та експресивних стилів у їх взаємозв'язках, яка відповідає потребам спілкування.

Стиль – сукупність характерних ознак, особливостей, властивих чому-небудь.

Стиль мовлення – сукупність мовних засобів, що використовуються мовцем за певних умов спілкування.

Текст – змістова, структурно-граматична єдність речень, груп речень, параграфів, розділів та інших мовленнєвих одиниць, у яких ширше і повніше, ніж у реченні, розгортаються і конкретизуються думки, воля, почуття.

Формальне спілкування – спілкування, обумовлене соціальними функціями, регламентоване за змістом та формою.

Функційний стиль – різновид мови, який обслуговує певну сферу суспільно-мовленнєвої практики людей і відповідно до цього має свої особливості добору й використання мовних засобів (лексики, фразеології, граматики, фонетики).

Художній стиль – переважно стиль художньої літератури, де слово не тільки щось називає, а ще й часто, будучи художнім засобом, є знаряддям естетичного впливу на читача чи слухача.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 5; 7; 10; 22; 28; 39; 41; 47; 56; 57; 59; 61; 64; 76; 82; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

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

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Прочитайте текст, визначте його стиль та схарактеризуйте мовні засоби. Чи є граматичні помилки в тексті, назвіть їх і виправте. Продовжіть текст власними роздумами.

Судження – це думка, в якій стверджується наявність або відсутність властивостей у предметів, відношень між предметами, зв'язків між ситуаціями.

Будь-яке судження може бути оцінене як істинне або хибне, якщо в ньому говориться про те положення справ, яке має місце в дійсності, то таке судження буде істинним, у противному разі воно є хибним. Наприклад, судження «Самосуд є суспільне небезпечним діянням, що тягне за собою покарання конкретних учасників залежно від характеру вчинених ними протиправних дій» – істинне, тому що воно відповідає дійсності, а судження «Крадіжка не є злочином» – хибне, оскільки воно суперечить реальному стану справ.

Оскільки судження – одна з форм абстрактного мислення, то його матеріальною реалізацією є мова... .

Завдання 2. З'ясуйте за тлумачним словником значення слів: вульгаризм, арготизм, просторіччя, діалектизм, канцеляризм і залишіть їх приклади.

Завдання 3. Серед наведених словосполучень виокремте стилістично неправильні, відредагуйте їх, правильні варіанти запишіть.

В любий час, пропуск в університет, наступна зупинка, вимкнути світло, кризисна ситуація, в силу обставин, немає потреби, вжити всіх заходів, дійсне лице, звернутися з проханням, думки співпадають, запланувати міроприємства, податкові пільги.

Завдання 4. Визначте стилістичні умови використання та значення кожного слова з наведених рядків.

Запрошувати – припрошувати; інструкція – порада – напоумлення; тема – предмет – лейтмотив; укладати – пакувати – упорядковувати; висловлювати – вимовляти – виговорювати; ідея – міркування – головна думка; копія – дублікат – подоби́зна.

Завдання 5. Укладіть словничок термінів і понять до теми заняття.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Заповніть таблицю, розподіляючи слова за групами.

Лексика за співвідношенням зі стилем

Міжстильова	Співвідносна з певним стилем				
	Наукова	Суспільно-політична	Виробничо-професійна	Офіційно-ділова	Розмовна

Абревіатура, абітурієнт, альтернатива, бездіяльнісний, волонтер, влада, заява, замакітрилося, жоден, орфографія, пріоритет, справедливість, акт, крутий, ухвала, пікетування, Конгрес демократичних сил України, ін'єкція, коледж, інтеграція, категорія, класифікація, дидактика, дивакуватий, комизитися, ратифікація, роботяга, реставрація, інноваційний, батько, протокол, сектор, доказовість, писака, пунктуальність, націоналізм, жеребкування, марнотратство.

Завдання 2. Із сучасної газети виписіть суспільно-політичну лексику. З'ясуйте значення виписаних слів.

Завдання 3. Самостійно доберіть текст фахового спрямування, визначте до якого функціонального стилю він належить та схарактеризуйте показники його зв'язності.

Завдання 4. Доберіть самостійно тексти, що ілюстрували б різні стилі, схарактеризуйте їх. Із

обраних текстів випишіть групами наукову, професійну, термінологічну, офіційно-ділову, експресивну та розмовну лексику.

Завдання 5. Виправте стилістичні помилки у поданих реченнях:

Підвісивши підсумки виступів, голова зборів подякував усіх. Із-за хвороби Сидір Семенович пропустив конференцію. Просимо повідомити на ваші товари найнижчі ціни по прейскуранту. Він знаходився у виключно важких умовах. Кожне слово вона висловлювала повільно. Студенти мало надають уваги нормативному слововживанню. Присутні отримали насолоду від зустрічі з поетесою. Вичерпуються запаси природних ресурсів. Ні в якому випадку не можна приймати до уваги такі висловлювання. Учні успішно здали екзамен з математики. Присутні задали запитання гостям студії. Взагалі кажучи, це мене не торкається.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про текст

як об'єкт вивчення філософії, герменевтики, стилістики і журналістики.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Офіційно-діловий стиль мовлення у роботі фахівця-документознавця».
- «Фразеологія офіційно-ділового стилю української мови».
- «Стилістичні функції професіоналізмів».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке «офіційно-діловий стиль мовлення»?

- а) мова художньої літератури, «особливий спосіб мислення, створення мовної картини світу»;
- б) функціональний різновид літературної мови, що обслуговує сферу і потреби науки;
- в) мова ділових паперів, яку використовують в офіційному спілкуванні між державами, установами, приватною особою і установою та регулюють їх ділові відносини;
- г) функціональний різновид літературної мови, яким послуговуються в засобах масової інформації.

2. Які головні ознаки офіційно-ділового стилю мовлення?

а) популярний, чіткий виклад, орієнтований на чітке сприймання, стислість і зрозумілість інформації, використання суспільно-політичної лексики;

б) широке використання науково-термінологічної лексики, слів з абстрактним значенням та іншомовного походження;

в) наявність реквізитів, що мають певну черговість, однозначність формулювань, точність, послідовність викладу фактів, гранична чіткість висловлювання, наявність усталених мовних зворотів, певна стандартизація початків і закінчень документів;

г) усі відповіді правильні.

3. У яких жанрах реалізується офіційно-діловий стиль мовлення?

а) закон, кодекс, наказ, оголошення, доручення, список, прес-конференція тощо;

б) виступ, нарис, стаття, памфлет, фейлетон, дискусія, репортаж;

в) листи, щоденники, мемуари, записки;

г) дисертація, монографія, наукова стаття, доповідь, дипломна, магістерська, курсова робота тощо.

4. Що таке «науковий стиль мовлення»?

а) мова художньої літератури, «особливий спосіб мислення, створення мовної картини світу»;

б) функціональний різновид літературної мови, що обслуговує сферу і потреби науки;

в) мова ділових паперів, яку використовують в офіційному спілкуванні між державами, установами, приватною особою і установою й регулюють їх ділові відносини;

г) функціональний різновид літературної мови, яким послуговуються в засобах масової інформації.

5. Яке основне призначення наукового стилю мовлення?

- а) повідомлення про результати наукових досліджень, систематизація знань;
- б) різнобічний вплив на думки і почуття людей за допомогою художніх образів;
- в) регулювання офіційно-ділових відносин;
- г) обговорення, відстоювання і пропаганда важливих суспільно-політичних ідей, формування відповідної громадської думки, сприяння суспільному розвитку.

6. У яких жанрах реалізується науковий стиль мовлення?

- а) закон, кодекс, наказ, оголошення, доручення, список, прес-конференція тощо;
- б) дисертація, монографія, наукова стаття, доповідь, дипломна, магістерська, курсова робота, підручник, посібник, лекція, відгук, анотація, рецензія, виступ на конференції, дискусія, доповідь на наукову тему;
- в) дисертація, монографія, наукова стаття, доповідь, дипломна, магістерська, курсова робота тощо;
- г) листи, щоденники, мемуари, записки.

7. Які основні ознаки тексту?

- а) зв'язність, цілісність, членованість;
- б) зв'язність, інформативність, завершеність;
- в) зв'язність, цілісність, завершеність;
- г) усі відповіді правильні.

8. Розв'язання яких завдань передбачає основний тезовий виклад?

- а) сформулювати мету дослідження, схарактеризувати об'єкт і матеріал дослідження;
- б) описати перебіг дослідження;

- в) визначити критерії оцінювання і технологію обробки результатів;
- г) усі відповіді правильні.

9. У якому випадку план називають тезовим?

- а) якщо у ньому послугуються називними реченнями, у яких головний член виражений іменником або субстантивованою частиною мови тільки у формі називного відмінка;
- б) якщо у ньому сформульовані основні положення абзаців тексту, його мікротема;
- в) якщо в ньому зазначені лише основні питання;
- г) якщо поряд з основним є додаткові запитання.

10. Що таке «виписки»?

- а) стислий писаний виклад змісту чого-небудь; основний вид тексту, який створений у результаті аналітико синтетичної обробки інформації першоджерела;
- б) спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження;
- в) короткий перелік проблем, досліджуваних у науковому тексті;
- г) цитати, або короткий, близький дослівному, виклад змісту потрібного уривка тексту.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

ОСНОВНА:

1. Ботвина Н.В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : [навчальний посібник] / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 1998. – 190 с.
2. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови : [навчальний посібник] / Волкотруб Г.Й. – К. : МАУП, 2002. – 208 с.

3. Дротянко Л.Г. Наукова і побутова мови у процесі взаємопроникнення культур / Л.Г. Дротянко // Вісник НАН України. – 2005. – № 11. – С. 51–58.

4. Иванов Л.Ю. Текст научной дискуссии : Дейксис и оценка / Иванов Л.Ю. – М. : НИП «2Р», 2002. – 208 с.

5. Мацько Л.І. Стилїстика української мови : [підручник] / Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.

6. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.

7. Пентилюк М.І. Культура мови і стилїстика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

8. Пономарів О.Д. Культура слова. Мовностилїстичні поради : [навчальний посібник] / Пономарів О.Д. – К. : Либідь, 1999. – 240 с.

9. Радзїєвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Радзїєвська Т.В. – К. : НАН України, 1998. – 194 с.

10. Сурмін Ю.П. Науковий текст : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.

ДОДАТКОВА:

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

2. Боярова Л.Г. Російсько-український словник сучасних банківських фінансово-кредитних та комерційних термінів / Л.Г. Боярова, О.П. Корж. – Х. : Основа, 1997. – 715.

3. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

5. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

6. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

7. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.

8. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.

9. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

10. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 3

У процесі вивчення теми *«Стилі сучасної української мови у професійному діловому спілкуванні»* рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

– ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: абзац, власне науковий підстиль наукового стилю, епістолярний стиль, жанр, конфесійний стиль, літературне (офіційне) мовлення, літературний жанр, мовний жанр, мовний стиль, надфразна єдність, науковий стиль, науково-навчальний

підстиль наукового стилю, науково-популярний підстиль наукового стилю, неформальне спілкування, офіційно-діловий стиль, підстиль, побутове мовлення, професійна мова, публіцистичний стиль, розмовний стиль, стилістика, стилістика мови, стилістика мовлення, стилістична система мови, стиль, стиль мовлення, текст, формальне спілкування, функціональний стиль, художній стиль та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

- із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

- завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

- реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

- тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 4

НАУКОВИЙ СТИЛЬ І ЙОГО ЗАСОБИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

МЕТА: набути знання про особливості наукового стилю: специфічні риси й основні ознаки, жанри наукового мовлення та особливості їх оформлення; оволодіти уміннями й навичками аналізувати тексти наукового стилю, скорочувати текст, складати план, конспект, реферат, робити необхідні записи, виписки відповідно до поставленої мети, створювати навчально-наукові тексти в жанрах, які відповідають фаховій підготовці; розширити знання про текст як складник комунікативного процесу, посередник, засіб комунікації.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Науковий стиль української мови має свої особливості. Його основна функція – інформативна (повідомлення, пояснення, з'ясування, обґрунтування, класифікація понять, систематизація знань, аргументований доказ); завдання – передавання інформації.

До загальних ознак наукового стилю належать: поняттєвість, об'єктивність, точність, логічність, доказовість, аргументованість, переконливість, узагальнення, абстрагованість, висновки.

Основними мовними ознаками є: усна і писемна форми, широке використання термінів та іншомовної лексики, номенклатурних назв, символів, таблиць, діаграм, схем, графіків, цитат, переважання складних речень.

Форма наукового тексту – монологічна (опис, міркування).

Активно функціонуючи в різних формах вираження наукової думки (найчастіше – у письмовій, рідше – в

усній), науковий стиль розгалужується, за традиційною класифікацією, на чотири основні різновиди: **власне науковий, науково-навчальний, науково-популярний, науково-публіцистичний.**

Науковий текст – це спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження.

Особливостями наукового тексту є те, що він:

- обов'язково відображає певну проблему, висуває гіпотези, орієнтує на нове знання, характеризується доцільністю і раціональністю всіх положень, орієнтований на досягнення дослідницької мети та відповідних завдань;

- має раціональний характер, складається із суджень, умовиводів, побудованих за правилами логіки;

- оперує понятійним і категорійним апаратом науки;

- не ґрунтується на образі, не активізує почуттєвий світ читача, а орієнтований на сферу раціонального мислення;

- призначений, щоб довести, обґрунтувати, аргументувати істину.

Структура наукового тексту:

1. Вступна частина, у якій окреслюють проблему, мету і завдання, гіпотези і методи дослідження.

2. Дослідна частина тексту описує дослідження і його результати.

3. Висновкова частина регламентує висновки і рекомендації для проведення подальших наукових досліджень.

Мистецтво наукового тексту полягає у тому, щоб не тільки рельєфно відобразити окремі його складові, а й інтегрувати їх у цілісність.

Загальні вимоги до наукового тексту:

- він має бути чітко структурованим, поділятися на розділи і параграфи (необхідно прагнути того, щоб

кожен розділ був самостійним науковим дослідженням з певної складової загальної проблеми, щоб кожную складову було викладено в тексті, а текст був цілісним, не фрагментарним);

- абзаци мають бути обґрунтованими і зводитися до викладу однієї думки;

- текст повинен вирізнятися композиційністю;

- початок і кінець абзаців у науковому тексті мають бути найбільш інформативними (інші речення тільки розкривають, деталізують, обґрунтовують, конкретизують головну думку або є сполучними елементами);

- необхідно уникати понять, які не можна тлумачити однозначно;

- у тексті не повинно бути повторів, зокрема, це стосується висновків, написання яких передбачає новий рівень систематизації та узагальнення;

- науковий текст позбавлений авторського «Я», тому перевагу варто надавати безособовим формам викладу;

- він має вирізнятися стислістю і ясністю викладу (слід уникати повторів, багатослів'я, зайвих слів, канцеляризмів тощо).

Наукові дослідження здійснюються з метою одержання наукового результату. **Науковий результат** – нове знання, здобуте під час наукової діяльності та зафіксоване на носіях інформації у формі звіту, наукової праці, доповіді, повідомлення про науково-дослідницьку роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття тощо.

Будь-яке наукове дослідження спирається на роботу з літературними джерелами, що вимагає володіння методами фіксації і збереження наукової інформації.

План – це короткий перелік проблем, досліджуваних у науковому тексті; порядок розміщення частин певного викладу, його композиція.

За допомогою плану узагальнюють і скорочують інформацію наукового джерела; за ним розкривають про що написано, яка основна думка, яким чином доведено її істинність, який висновок зробив автор тексту.

Формулювання пунктів плану має бути лаконічним і чітким; перший і останній пункти повинні логічно розпочинатися і завершувати виклад основних питань тексту. Необхідно вміти виокремлювати в тексті головні думки, встановлювати співвідношення між ними і на цій підставі членувати текст, добирати заголовки до розділів.

Цінність плану полягає у тому, що він допомагає усвідомити прочитане і стисло відтворити в пам'яті зміст наукового джерела, зосереджуючи увагу на найсуттєвішій інформації.

За структурою план може бути *простим* і *складним*.

Простий, якщо в ньому зазначені лише основні питання, основні мікротеми тексту.

Складний, якщо поруч з основним є додаткові запитання (пункти складного плану розбивають на підпункти).

Питальний план складають за допомогою питальних речень, які розкривають проблематику тексту в логічній послідовності; кожному інформативному центру відповідає одне запитання, а кожне наступне пов'язане з попереднім.

У **номінативному** (називному) плані послуговуються називними реченнями, у яких головний член (підмет) виражений іменником або субстантивованою частиною мови (прикметником, дієприкметником) тільки у формі називного відмінка.

Тезовий план – сформульоване основне положення абзацу, його мікротема.

Випуски – це цитати (дослівне відтворення думок автора роботи), або короткий, близький до дослівного, виклад змісту потрібного уривка тексту. Виписувати

теоретичні положення, статичні, хронологічні відомості можна як під час читання, так і після нього. Цитату обов'язково брати в лапки, а на кожному виписку зазначати покликання на джерело. Для полегшення наступної систематизації виписок їх краще робити на окремих аркушах, каталожних картках.

Одним із видів наукового викладу думки є тези.

Теза – це:

- положення, висловлене в книзі, доповіді, статті тощо, правдивість якого потрібно довести;
- положення, що коротко й чітко формулює основну ідею чого-небудь або провідне завдання, що стоїть перед певною особою;
- коротко сформульовані основні положення доповіді, лекції, статті тощо.

Теза у широкому розумінні означає будь-яке твердження, яке стисло викладає ідею; у вузькому розумінні – певний текст, що формулює сутність, обґрунтовує доказ.

Відповідно до мети тези бувають:

- вторинні;
- оригінальні.

Вторинні тези слугують для виділення основної інформації в тому чи іншому джерелі (наприклад, підручнику, монографії, статті) під час читання, реферування. Їх призначення полягає у створенні моделі змісту тексту, яку можна було б осмислювати далі. Обсяг тез має відповідати кількості інформаційних центрів тексту (зазвичай їх складають мовою автора).

Вимоги до складання тез:

- формулювання думок повинно бути чітким і стислим, але зі збереженням самобутності форми;
- викладання основних авторських позицій слід оформляти у вигляді послідовних пунктів, записуючи тези (нумеруючи кожен) та виокремлюючи ключові слова;

– якщо текст великий за обсягом, то в кінці кожної тези необхідно вказувати номер сторінки джерела.

Оригінальні тези створюють як первинний текст. Вони можуть бути:

– ключовими елементами майбутньої наукової розвідки (планом, основними положеннями);

– стислою формою презентації результатів наукових досліджень під час виступу на науковій конференції.

Оригінальні тези – предметно-логічне ціле, об'єднане спільною думкою, що відображена в заголовку, призначення якого – зорієнтувати читача у змісті наукового тексту. Прагнення автора тез до стислості обумовлює незначну кількість (відсутність) прикладів і цитат. Загальна норма жанру тез – висока насиченість висловлювання предметно-логічним змістом – реалізовується в оптимальному поєднанні складності думки з ясністю і доступністю викладу.

Тези мають чітко регламентовану змістово-композиційну структуру, в якій виокремлюють такі складові: преамбулу (1-2 тези); основний тезовий виклад (3-6 тез); висновкову тезу/тези (1-2).

У преамбулі стисло формулюють проблему дослідження і обґрунтовують актуальність теми з погляду сучасного стану науки і практики.

Основний тезовий виклад передбачає розв'язання таких завдань:

– формулювання мети дослідження, характеристика об'єкта та аналізованого матеріалу;

– опис перебігу дослідження;

– визначення критерій оцінювання і технології обробки результатів.

Висновкова теза презентує результати, загальний висновок, перспективи подальшого дослідження.

Друкують тези у спеціальних збірниках, матеріалах конференцій тощо.

Оформлення тез у вигляді публікації передбачає дотримання таких вимог:

- поля – 3-2-2-1,5; міжрядковий інтервал – 1,5; кегль – 14; шрифт Times New Roman; абзацний відступ 1,25 см;

- у правому верхньому куті аркуша зазначають ім'я та прізвище автора, необхідні відомості про нього;

- назва тез – **НАПІВЖИРНИМ ШРИФТОМ** – по центру;

- формулювання кожної тези починають з нового рядка, акцентуючи увагу на актуальності проблеми, стані її розроблення в науці, положеннях, висновках дослідження;

- через рядок після основного тексту – література (**Література** – посередині) за абеткою (згідно з вимогами ВАК України);

- покликання всередині тексту: [5, с. 146];

- приклади, ілюстративний матеріал – *курсивом*;

- обсяг тез становить 4-6 сторінок друкованого тексту.

У роботі з текстами досить часто вдаються до **конспектування**, яке акцентує увагу на короткому, але точному відображенні тексту.

Конспект – стислий писаний виклад змісту чогонебудь, який складається з плану й тез, доповнених фактичним матеріалом, що в сукупності є коротким письмовим викладом змісту книжки, статті, лекції тощо.

Конспект є особливим видом тексту, який створений у результаті аналітико-синтетичної обробки інформації першоджерела, тобто скорочений запис певної інформації, що дозволяє його авторові одразу чи через деякий час із необхідною повнотою відновити інформацію. Обов'язково докладно фіксують найбільш суттєві думки автора із зазначенням сторінок у тексті-оригіналі. Конспект

служує для збереження основного змісту роботи. У ньому репрезентовано лише думки автора роботи, яку конспектують; мета його – глибоко осмислити інформацію і подати її адекватно, стисло та в зручній для подальшого використання письмовій формі.

Складання конспекту мобілізує увагу, допомагає виділити головне в тексті. Коли людина має намір щось записати, вона читає більш уважно, тим паче, що чергування читання із записуванням підвищує працездатність і зменшує втому. Конспектування – це певною мірою контроль за сприйняттям матеріалу: не розуміючи прочитаного, почутого, важко виділити і записати основну думку. Записи полегшують запам'ятовування, оскільки за такої умови навчальний матеріал краще фіксується в пам'яті.

Під час прочитання та прослуховування тексту (промови, доповіді, виступу) для конспектування звертається увага на опорні (ключові) слова, що є інформаційними центрами, які несуть найбільше смислове навантаження.

Вибір ключових моментів залежить від мети та завдань конспектування, власних знань у цій галузі, особистих зацікавлень, можливостей пам'яті тощо.

Зміст першоджерела передають:

- своїми словами;
- цитатами з першоджерела;
- своїми словами і цитатами.

До конспекту ставлять такі вимоги:

– залишають певну частину сторінки (це може бути половина аркуша або широкий берег) для запису власних думок, оцінки законспектованого;

– цитуючи, вказують відповідну сторінку першоджерела.

На відміну від тез, текст конспекту оформляють довільно.

Окрім основних положень, конспект містить і фактичний матеріал.

Для конспектування, як і реферування, використовуються такі способи викладу матеріалу: опис, розповідь, міркування.

За своїм обсягом конспект не повинен перевищувати 1/3 всього первинного тексту.

Способи фіксації відомостей можуть бути різними: мовними (виділення ключових слів, фраз, повний детальний запис), позамовними (план, схема, таблиця, виділення ключових понять підкресленням або іншим кольором).

Стислий конспект передає в узагальненому вигляді найсуттєвішу інформацію тексту, а **докладний** (розгорнутий) – містить відомості, які конкретизують, мотивують, деталізують основні його положення у вигляді доведень, пояснень, аргументів, ілюстрацій тощо.

Не будь-який короткий запис є конспектом, адже конспект – це системне, логічне, зв'язне об'єднання плану, виписок, тез. Без змін зберігають авторські конструкції, цитати. Аналітичний запис прочитаного передбачає перероблення первинного тексту шляхом трансформації більших мовних одиниць у менші: зміст словосполучення передають словом; зміст речення – окремим словосполученням; складне речення замінюють на просте тощо. Для швидкості та зручності в конспекті можуть подаватися скорочені слова, абревіатури. Не слід зловживати скороченням слів; варто робити це лише за правилами. Повторювані в конспекті терміни рекомендують позначати першою великою літерою слів, що входять до їх складу, наприклад: Р – *речення*, ДС – *ділове спілкування*, К – *конспект* тощо. Особливо важливі думки в конспекті варто підкреслювати.

Процес конспектування наукової інформації, що сприймається на слух складається з трьох

взаємообумовлених та паралельних мисленнєво-мовленнєвих дій:

- **аудіювання** (розуміння інформації, що сприймається на слух);

- **мисленнєвого оброблення почутого** (визначення головної і допоміжної інформації, переформулювання);

- **письмової фіксації інформації**.

Під час аудіювання лекції (доповіді, повідомлення тощо) необхідно постійно усвідомлювати й переробляти зміст почутого, максимально лаконізуючи інформацію, але без втрати головного й цінного в ній. Для цього потрібно:

- рему (нове) записувати якнайточніше та найповніше;

- ті частини речень, що складають тему (відоме), записувати скорочено;

- слухаючи, обов'язково зберігати актуально значуще в кожному блоці інформації;

- уникати фраз, що дублюються;

- переконструювати лише можливі речення.

Вимоги до конспекту:

- варто відображати всю головну інформацію, згідно з темою;

- не слід порушувати логічний зв'язок під час скороченого запису інформації;

- застосовані символи та аббревіатури повинні бути абсолютно точними відповідниками слів і словосполучень;

- за умови переконструювання речень, необхідно зберігати точність інформації;

- не варто допускати орфографічні, лексичні, граматичні помилки під час запису.

Конспекти поділяють на **планові, текстуальні, вільні, тематичні, опорні**.

Плановий конспект укладається за попередньо складеним планом статті, книги, лекції. Кожному питанню

плану відповідає певна частина конспекту, але якщо пункт зрозумілий, то детально не розкривається. Якість такого конспекту цілком залежить від якості складеного плану. Він лаконічний, простий за своєю формою, але за ним не завжди легко вдається відтворити прочитане, почуте.

Текстуальний конспект – створений переважно з цитат; він є джерелом дослівних висловлювань автора. Текстуальні виписки можуть бути пов'язані між собою низкою логічних переходів, супроводжуватися планом і включати окремі тези викладу особи, що конспектує. Цей конспект доцільно використовувати під час опрацювання науковий праць.

Вільний конспект – це поєднання виписок, цитат, тез. Він вимагає уміння самостійно, чітко й лаконічно формулювати основні положення. Для цього необхідне глибоке осмислення матеріалу, великий і активний запас слів, уміння використовувати всі типи запису: плани, тези, виписки, цитати тощо.

Тематичний конспект укладається на одну тему, але за декількома джерелами. Специфіка такого конспекту полягає у тому, що, відображаючи певну тему за низкою праць, він може не характеризувати зміст кожної з них у цілому. Тематичне конспектування дозволяє всебічно розглянути і проаналізувати різні точки зору на одне й те ж питання.

Під **опорним** конспектом розуміють систему опорних сигналів, що мають структурний зв'язок; це наочна конструкція, яка заміщає систему значень, понять, ідей як взаємозалежних елементів.

Творчим опорним конспектом називають такий, що складається самим студентом під час вивчення певної теми. Його основою може бути електронний конспект, електронний підручник або електронний навчальний посібник як види навчального електронного видання.

За походження конспекти поділяються на:

- конспекти усних відповідей;
- конспекти друкованих праць;
- конспекти електронних джерел.

Реквізити конспекту усного виступу: 1. Дата складання. 2. Прізвище та ініціали автора виступу. 3. Назва. 4. Текст.

Конспектування друкованої праці багато в чому подібне до конспектування лекції, але є суттєва відмінність: під час конспектування статті чи монографії є можливість повернутися до прочитаного, осмислити його, писати не поспішаючи, робити менше скорочень.

Реквізити конспекту друкованої праці: 1. Дата складання. 2. Бібліографічні відомості першоджерела. 3. Текст.

Процес конспектування джерела в електронній формі спрощується і, водночас, ускладнюється: текст уже існує у файловій структурі, тому можливі такі режими роботи як копіювання, вирізання, вставки об'єктів тощо.

Незалежно від того, який вид, тип чи форму конспектування обрано, слід пам'ятати: конспект потрібен для того, щоб навчитися опрацьовувати будь-яку інформацію; визначати найнеобхідніше; спрощувати процес запам'ятовування тексту, оволодіння спеціальними термінами; накопичувати інформацію для написання більш складної роботи у вигляді доповіді, реферату, статті, курсової тощо.

Анотування – процес аналітично-синтетичного опрацювання інформації, мета якого – отримання узагальненої характеристики документа, що розкриває логічну структуру і зміст. Анотації використовуються для стислої характеристики наукової статті, монографії, дисертації тощо, а також у видавничій, інформаційній та бібліографічній діяльності.

Анотації виконують дві основні функції:

- ***сигнальну*** (подається важлива інформація про документ, що дає можливість встановити основний його зміст і призначення; вирішити, чи варто звертатися до повного тексту праці);
- ***пошукову*** (анотація використовується в інформаційно-пошукових, зокрема, автоматизованих системах, для пошуку конкретних документів).

Анотація складається з двох частин: бібліографічного опису і власне тексту. Вона не розкриває зміст наукового джерела, а лише інформує про характер роботи. Анотація дозволяє користувачеві скласти достатнє й об'єктивне попереднє уявлення про незнайому для нього наукову публікацію і тим самим допомагає в пошуку та систематизації потрібної інформації.

За функціональним призначенням анотації бувають ***довідкові*** та ***рекомендаційні***.

Довідкова анотація уточнює заголовок і повідомляє відомості про автора, зміст, жанр та інші особливості документа, що відсутні в бібліографічному описі.

Рекомендаційна анотація покликана активно пропагувати, зацікавлювати, переконувати в доцільності прочитання документа, тому в таких анотаціях є дидактична спрямованість, педагогічні рекомендації, методичні поради тощо; за обсягом вони ширші, а ніж довідкові.

За обсягом та глибиною розрізняють анотації ***описові*** та ***реферативні***.

Описові анотації, узагальнено характеризуючи зміст первинного документа і подаючи перелік основних тем, що в ньому відображені, інформують про що повідомляється у документі.

Реферативні анотації не тільки подають перелік основних тем, а й розкривають їх зміст. Вони відповідають

на два питання: про що повідомляється в основному документі? що саме з цього приводу повідомляється?

Текст анотації вирізняється лаконічністю, високим рівнем узагальнення інформації, що представлена в первинному документі. У тексті анотації не варто використовувати складні синтаксичні конструкції, що перешкоджають його сприйманню.

План аналізу документа під час складання довідкової анотації:

1. Відомості про автора.
2. Відомості про форму (жанр) тексту.
3. Предмет, об'єкт або тема.
4. Характеристика змісту анотованого документа.
5. Характеристика довідкового апарату видання.
6. Цільове й читацьке призначення документа.

План аналізу документа під час складання рекомендаційної анотації:

1. Відомості про автора.
2. Характеристика анотованого твору.
3. Оцінка твору.
4. Характеристика художньо-поліграфічного та редакційно-видавничого оформлення.
5. Цільове й читацьке призначення документа.

Для того, щоб швидко віднайти в тексті аналізованого документа основне, варто послуговуватися маркерами – словами і словосполученнями, які стали стійкими ознаками певного аспекту.

Реферування – процес аналітично-синтетичного опрацювання інформації, що полягає в аналізі первинного документа, знаходженні найвагоміших у змістовому відношенні даних (основних положень, фактів, доведень, результатів, висновків). Реферування має на меті скоротити фізичний обсяг первинного документа за збереження його основного смислового змісту;

використовується у науковій, видавничій, інформаційній та бібліографічній діяльності.

Реферат – це:

- вторинний документ, результат аналітично-синтетичного опрацювання інформації, поданий у вигляді стислого викладу наукової праці, вчення, змісту джерела із зазначенням характеру, методики, результатів дослідження та збереженням його мовностилістичних особливостей;

- вид письмового повідомлення, короткий виклад головних думок, поєднаних однією темою; їх систематизація, узагальнення й оцінка.

Студентам усіх напрямів вищої освіти навички реферування допомагають опрацьовувати на якісному рівні та в значних обсягах науково-навчальну, науково-популярну, суто наукову літературу за спеціальністю. Реферативне читання наукових джерел за фахом є обов'язковим під час написання курсових і кваліфікаційних робіт.

Основні функції реферату:

- **інформаційна** – реферат відображає інформацію про певний документ;

- **пошукова** – реферат використовується в інформаційно-пошукових та автоматизованих системах для пошуку конкретних тематичних документів (інформації).

Реферати класифікують за кількома ознаками:

- належністю до певної галузі знань (реферати з суспільних, гуманітарних, природничих, технічних, точних та інших галузей науки);

- способом характеристики первинного документа (загальні реферати або реферати-конспекти, що послідовно передають у загальному вигляді зміст усього первинного документа; спеціалізовані або проблемно-орієнтовані реферати, що акцентують увагу читача на окремих темах або проблемах первинного документа);

– кількістю джерел реферування (монографічні – в основу покладений один первинний документ; реферати-фрагменти, складені на окрему частину первинного документа, його розділ, підрозділ, параграф; оглядові або зведені, групові реферати, коли до роботи залучається кілька або ціла низка тематично споріднених реферованих праць);

– формою викладу (текстові, табличні, ілюстровані або змішані);

– обсягом або глибиною розгортання теми (короткі, обсяг яких обмежений – не більше 850 знаків; розширені, обсяг яких не лімітується і може складати 10-15% від обсягу первинного документа, залежно від його значущості, новизни й доступності);

– укладачем (автором) реферату (автореферати, написані самим автором дисертації, монографії чи іншого твору; неавторські, складені працівниками реферативної чи інформаційно-бібліографічної служби);

– рівнем формалізації реферування (наприклад, інтелектуальні реферати, складені людиною на підставі її інтуїтивного уявлення про значення інформації, що подається у первинному документі; або формалізовані реферати, складені на основі формалізованих методик – анкетні, аспектні реферати, реферати-екстракти (уривки) тощо).

Об'єктами реферування можуть бути: наукові статті (теоретичні, експериментальні, методичні, описові та ін.); розділи монографій, збірників праць тощо; патентні документи; депоновані рукописи.

Реферат, як доповідь на будь-яку тему, написану на основі критичного огляду літературних та інших джерел, готується за одним або кількома джерелами; у ньому автор подає чужі та власні думки.

Рекомендований обсяг реферату – 10-12 сторінок друкованого тексту (0,5 друкованого аркуша).

Автореферат – короткий письмовий виклад наукового твору самим автором. Найчастіше використовують автореферат дисертації, призначення якого – ознайомити наукових працівників з методикою, результатами й основними висновками дослідження.

Покликання – уривок, витяг з певного тексту, який цитують у викладі матеріалу, з точною назвою джерела і вказівкою на відповідну сторінку. **Бібліографічні покликання** – це сукупність бібліографічних відомостей про цитовану працю.

Під час написання наукової роботи дослідник зобов'язаний оформляти покликання на кожную цитату, наслідувану думку, приклад того чи іншого автора, у якого їх запозичено, ті ідеї чи висновки, на підставі яких розробляють проблеми чи розв'язують завдання, поставлені у статті, монографії тощо. Це дає змогу відшукати потрібний документ і перевірити точність зазначених відомостей, з'ясувати інформацію, обставини, контекст.

Відсутність покликань – підстава говорити про **плагіат**, а їх наявність визначає етику дослідника. Науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, адже найменше скорочення наведеного витягу може спотворити зміст, викладений автором.

Загальні вимоги до цитування такі:

- текст цитати беруть у лапки і наводять у тій граматичній формі, у якій його подано у джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання;

- цитування повинно бути повним, без довільного скорочення авторського тексту, без спотворення думки автора. Пропуск слів, речень, абзаців за цитування позначають трьома крапками (...) або крапками в кутових дужках; якщо перед випущеним текстом або за ним стояв розділовий знак, то його опускають;

- кожна цитату обов'язково супроводжують покликанням на джерело;

- за непрямого цитування слід максимально точно викладати думку автора, робити відповідні покликання на джерела.

Покликання в тексті на літературне джерело зазвичай оформляють у квадратних дужках, де першою цифрою позначають номер літературного джерела у списку, а другою – сторінку, з якої запозичено цитату, наприклад, [13, с. 23].

Покликання бажано робити на останні видання публікацій, на більш ранні видання – лише в тих випадках, коли праці, у яких міститься необхідний матеріал, не перевидавалися. Покликання на ілюстрації, таблиці або формули, використані в дослідженні, вказують відповідно до їх порядкового номера. Наприклад: «рис. 1.1», «див. табл. 1.1.», «у формулі 1.1» тощо.

Список використаних джерел – важливий елемент бібліографічного апарату наукового дослідження, його вміщують наприкінці роботи, але готують до початку її написання. До нього вносять цитовані, аналізовані джерела, архівні матеріали, дотичні до теми.

Розрізняють такі способи розташування літератури у списку:

- **абетковий список** використаних джерел має самостійну нумерацію за прізвищами авторів; перших слів назв, якщо авторів не зазначено. Авторів з однаковими прізвищами розміщують за абеткою їх ініціалів, а роботи одного автора – за назвами праць;

- **за типами документів**: матеріал у списку розташовують за типом видання (книги, статті, офіційні документи, стандарти тощо), а в межах розділу – за абеткою;

- **хронологічний список** зазвичай використовують у працях історичного спрямування, де важливо

продемонструвати періоди і звернути увагу на те, коли опубліковано те чи інше джерело;

– **за ступенем використання:** такий спосіб застосовують зазвичай у статтях (доповідях), де список використаних джерел невеликий.

Бібліографування – це вид аналітико-синтетичного опрацювання, який полягає в укладанні опису документа. Такі описи можуть бути різними: бібліографічними, архівними, інтернетними тощо. Бібліографічні описи описують опубліковані паперові видання, архівні – архівні документи, інтернетні – веб-сторінки Інтернет.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Абетковий список використаних джерел – список літератури, який має самостійну нумерацію за прізвищами авторів або перших слів назв праць, якщо авторів не зазначено.

Автореферат – короткий виклад наукової праці самим автором.

Анотування – процес аналітично-синтетичного опрацювання інформації, мета якого полягає в отриманні узагальненої характеристики документа, що розкриває його логічну структуру і зміст.

Аудіювання – процес сприйняття усного мовлення та його розуміння.

Бібліографічні покликання – сукупність бібліографічних відомостей про цитовану працю.

Бібліографування – вид аналітико-синтетичного опрацювання, який полягає в укладанні опису документа.

Виписки – цитати (дослівне відтворення думок автора книжки) або короткий, близький до дослівного, виклад змісту потрібного уривка тексту.

Вільний конспект – поєднання виписок, цитат і тез.

Вторинні тези – виділення основної інформації в тому чи іншому джерелі (наприклад, підручнику, монографії, статті) під час читання, реферування; призначені для створення моделі змісту тексту, яку можна було б осмислювати далі.

Довідкова анотація – уточнює назву документа, відображає додаткові відомості про автора, а також про форму, жанр, призначення та інші особливості твору, яких немає в бібліографічному описі.

Докладний (розгорнутий) конспект – письмовий виклад матеріалу, що містить відомості, які конкретизують, мотивують, деталізують основні положення тексту у вигляді доведень, пояснень, аргументів, ілюстрацій тощо.

Конспект – короткий письмовий виклад змісту книги, статті, лекції тощо, який складається з плану, стисло викладених основних положень, фактів і прикладів.

Науковий результат – нове знання, одержане в процесі фундаментальних або прикладних наукових досліджень та зафіксоване на носіях інформації у формі звіту, наукової праці, доповіді, повідомлення про науково-дослідницьку роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття тощо.

Науковий стиль – функціональний різновид літературної мови, що використовується з пізнавально-інформативною метою в галузі науки та освіти.

Науковий текст – унікальне мовленнєве ціле певного оригінального чи перекладного наукового твору, яке функціонально спрямоване на втілення задуму автора, об'єктивоване в писемній формі як первинний і характеризується завершеністю, горизонтальною і вертикальною когерентністю, жанровою специфікою та рисами мови наукової літератури.

Номінативний (називний) план – план, у якому послуговуються називними реченнями, головний член

яких (підмет) виражений іменником або субстантивованою частиною мови (прикметником, дієприкметником) тільки у формі називного відмінка.

Описова анотація – узагальнена характеристика змісту первинного документа, що подає перелік основних тем, які в ньому відображені; відповідає на питання: про що повідомляється в документі?

Опорний конспект – короткий письмовий виклад змісту, який має творчу форму.

Оригінальні тези – предметно-логічне ціле, об'єднане спільною думкою, що відображена в заголовку, призначення якого – зорієнтувати читача у змісті наукового тексту.

Питальний план – план, що складають за допомогою питальних речень, які розкривають проблематику тексту в логічній послідовності; кожному інформативному центру відповідає одне запитання, а кожне наступне пов'язане з попереднім.

План – заздалегідь визначений порядок, послідовність здійснення накресленої на конкретний період програми (роботи) із зазначенням її мети, змісту, обсягу, методів, засобів, етапів і термінів виконання.

Плановий конспект – короткий письмовий виклад змісту за попередньо складеним планом статті, книги, лекції тощо; лаконічний, простий, але за ним не завжди легко вдається відтворити прочитане чи почуте.

Покликання – уривок, витяг з певного тексту, який цитують у викладі матеріалу, з точною назвою джерела й вказівкою на відповідну сторінку.

Простий план – план, що складається з декількох пунктів, які належать до основної частини тексту.

Рекомендаційна анотація – подає не лише характеристику, а й оцінку твору, сприяє його пропагуванню.

Реферат – публічний усний виступ чи письмовий твір, у якому стисло викладаються основні положення первинного документа – статті, результатів наукового дослідження тощо.

Реферативна анотація – синтез індикативних та інформативних методів згортання інформації; подає перелік основних тем і розкриває їх зміст.

Реферування – процес аналітично-синтетичного опрацювання інформації, що полягає в аналізі первинного документа, знаходженні найвагоміших у змістовому відношенні даних (основних положень, фактів, доведень, результатів, висновків).

Складний план – своєрідне поширення простого плану шляхом розгалуження основних питань.

Список використаних джерел – елемент бібліографічного апарату, що містить бібліографічні описи використаних джерел і розміщується у кінці тексту чи видання.

Стислий конспект – письмовий виклад матеріалу, який передає в узагальненому вигляді найсуттєвішу інформацію тексту.

Схематичний конспект – письмове узагальнення матеріалу у вигляді схем, графіків, таблиць, що дають змогу розкрити сутність предмета дослідження, відкинувши другорядні деталі.

Творчий опорний конспект – письмовий виклад матеріалу, який здійснюється самим студентом під час вивчення певної теми.

Теза – фігура думки, яка в лаконічній формі містить основне змістове навантаження повідомлення.

Тези – коротко сформульовані положення наукових матеріалів (статей, лекцій, доповідей), які розкривають суть усієї інформації.

Тезовий план – сформульоване основне положення абзацу, його мікротема.

Текстуальний конспект – створений переважно з цитат письмовий виклад матеріалу, що є джерелом дослівних висловлювань автора.

Тематичний конспект – письмовий виклад матеріалу, що полягає в усебічному аналізі різних поглядів на одне й те ж питання.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 2; 7; 12; 22; 28; 32; 41; 49; 51; 57; 65; 76; 82; 89; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Науковий текст та професійний науковий виклад думок.
2. Оформлення результатів наукової діяльності.
3. Тези як елемент комунікаційного процесу.
4. Анотування та реферування наукових текстів.
5. Бібліографічний опис та правила оформлення покликань.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Із поданими словами утворіть словесні моделі, що в сучасному науковому мовленні набули стандартної форми.

Закрити, розповсюджувати, поширювати, створити, утворити, зачинити, брати, запобігати, набирати, нехтувати, опанувати, скористатися.

Завдання 2. Підготуйте пакет документів, необхідних для проведення студентської наукової конференції з Вашого майбутнього фаху.

Завдання 3. Підготуйте 3-4 взірці клішованих анотацій різних видів для подальшого користування ними в самостійній науковій роботі з анотуванням першоджерел.

Завдання 4. Сформулюйте всі правила наведення та оформлення цитат у науковій роботі, проілюструйте їх прикладами з фахових текстів.

Завдання 5. Знайдіть у наукових статтях різні форми наведення цифрової інформації та схарактеризуйте правила її презентації.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Доберіть літературу до теми «Діловий етикет». Напишіть розгорнутий план, укладіть словник ключових понять.

Завдання 2. Напишіть описову анотацію до одного з фахових видань. Подайте ключові слова.

Завдання 3. Із наукового часопису доберіть статтю з Вашого фаху. Визначте в ній такі структурні елементи: постановка проблеми, її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми і на які опирається автор; визначення раніше не вивчених частин загальної проблеми або напрямів дослідження; формулювання мети статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;

висновки дослідження та перспективи подальших наукових розвідок у визначеному напрямі. Випишіть мовні конструкції, властиві тому чи іншому структурному елементу.

Завдання 4. Напишіть наукову статтю за темою Вашої курсової роботи (дотримуючись вимог).

Завдання 5. Запишіть текст анотації відповідно до норм сучасної літературної мови. Укажіть на характер помилок.

Ця стаття рекомендується фахівцям, які бажають досягти успіху у своїй діяльності. Дуже корисна буде та інформація котру дає не тільки автор, а й авторитетні підприємці, які користуючись своїм досвідом допомагають реалізувати себе. Але не тільки хороші знання і досвід допоможуть у формуванні власного іміджу, потрібно дбати і про психологічне здоров'я і про зовнішній вигляд. За допомогою чітко сформованої активної життєвої позиції і знання про самопрезентацію, вміння нею користуватися, допоможуть Вам досягти успіху в житті.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про сучасні проблеми та перспективи наукової мови.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Особливості усної і писемної наукової комунікації».
- «Науковий текст і професійний виклад думки».
- «Науковий етикет як фактор професійного становлення особистості».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. У яких жанрах реалізується власне науковий підстиль наукового стилю мовлення?

- а) листи, щоденники, мемуари, записки;
- б) закон, кодекс, наказ, оголошення, доручення, список, прес-конференція тощо;
- в) підручники і посібники;
- г) дисертація, монографія, наукова стаття, доповідь, дипломна, магістерська, курсова робота тощо.

2. У яких жанрах реалізується науково-навчальний підстиль наукового стилю мовлення?

- а) листи, щоденники, мемуари, записки;

- б) закон, кодекс, наказ, оголошення, доручення, список, прес-конференція тощо;
- в) підручники і посібники;
- г) дисертація, монографія, наукова стаття, доповідь, дипломна, магістерська, курсова робота тощо.

3. Що таке «науковий текст»?

- а) спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження;
- б) короткий перелік проблем;
- в) нове знання, здобуте під час наукової діяльності та зафіксоване на носіях наукової інформації у формі наукового звіту, наукової праці, наукової доповіді, наукового повідомлення про науково-дослідницьку роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття тощо;
- г) нове знання, здобуте під час наукової діяльності та зафіксоване на носіях наукової інформації.

4. Що таке «науковий результат»?

- а) спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження;
- б) короткий перелік проблем, досліджуваних у науковому тексті;
- в) нове знання, здобуте під час наукової діяльності та зафіксоване на носіях наукової інформації у формі наукового звіту, наукової праці, наукової доповіді, наукового повідомлення про науково-дослідницьку роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття тощо;
- г) висновок.

5. Що таке «теза»?

- а) положення, висловлене в книзі, доповіді, статті тощо, правдивість якого потрібно довести;
- б) спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження;

в) короткий перелік проблем, досліджуваних у науковому тексті;

г) нове знання, здобуте під час наукової діяльності та зафіксоване на носіях наукової інформації у формі наукового звіту, наукової праці, наукової доповіді, наукового повідомлення про науково-дослідницьку роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття тощо.

6. У якому випадку план називають «тезовим»?

а) якщо у ньому послуговуються називними реченнями, у яких головний член виражений іменником або субстантивованою частиною мови тільки у формі називного відмінка;

б) якщо у ньому сформульовані основні положення абзаців тексту, його мікротема;

в) якщо в ньому зазначені лише основні питання;

г) якщо поряд з основним є додаткові запитання.

7. Що таке «анотування»?

а) вид аналітико-синтетичного опрацювання, який полягає в укладанні опису документа;

б) процес аналітико-синтетичного опрацювання інформації, мета якого – отримання узагальненої характеристики документа, що розкриває логічну структуру і зміст;

в) стислий писаний виклад змісту чого-небудь; основний вид тексту, який створений у результаті аналітико-синтетичної обробки інформації першоджерела;

г) спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження.

8. Де друкують тези?

а) у спеціальних збірниках, матеріалах конференцій тощо;

- б) у тезаурусах;
- в) у різних наукових виданнях;
- г) усі відповіді правильні.

9. Що презентує висновкова теза?

- а) результати і загальний висновок;
- б) результати і загальний висновок, перспективи подальшого дослідження;
- в) перспективи подальшого дослідження;
- г) результати і загальний висновок, особисті думки автора, перспективи подальшого дослідження.

10. Як передають зміст першоджерела?

- а) своїми словами;
- б) цитатами з першоджерела;
- в) своїми словами і цитатами;
- г) усі відповіді правильні.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ**

ОСНОВНА:

1. Баженова Е.А. Научный текст в аспекте политекстуальности / Баженова Е.А. – Пермь : Издательство Пермского университета, 2001. – 272 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
3. Гальперин И.Р. Научный текст как объект лингвистического исследования / Гальперин И.Р. – М. : Наука, 1999. – 139 с.
4. Коваль А.П. Науковий стиль сучасної української літературної мови. Структура наукового тексту / Коваль А.П. – К. : Наукова думка, 1970. – 306 с.

5. Онуфрієнко Г.С. Науковий стиль української мови : [навчальний посібник з алгоритмічними приписами] / Онуфрієнко Г.С. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.

6. Основи наукового мовлення : навчально-методичний посібник / [уклад. Т.В. Симоненко]. – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2005. – 80 с.

7. Свойкин К.Б. Диалогика научного текста / Свойкин К.Б. – Саранск : Издательство Мордовского университета, 2006. – 148 с.

8. Семеног О.М. Культура наукової української мови : [навчальний посібник] / Семеног О.М. – К. : Видавничий центр «Академія», 2010. – 216 с.

9. Синиця І.А. Діалогічність у науковому тексті / І.А. Синиця // Мовознавство. – 2004. – № 2–3. – С. 55–60.

10. Сурмін Ю.П. Наукові тексти : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.

ДОДАТКОВА:

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

2. Боярова Л.Г. Російсько-український словник сучасних банківських фінансово-кредитних та комерційних термінів / Л.Г. Боярова, О.П. Корж. – Х. : Основа, 1997. – 715.

3. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

4. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

5. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

6. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.

7. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.

8. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

9. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

10. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 4

У процесі вивчення теми *«Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні»* рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

– ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: анотування, аудіювання, бібліографічні покликання, бібліографування, виписки, вільний конспект, вторинні тези, довідкова анотація, докладний (розгорнутий) конспект, конспект, науковий результат, науковий стиль, науковий текст, номінативний (називний) план, описова анотація, опорний конспект, оригінальні тези, питальний план, план, плановий конспект, покликання, простий план, рекомендаційна анотація, реферат, реферативна анотація, реферування,

складний план, список використаних джерел, стислий конспект, схематичний конспект, творчий опорний конспект, теза, тези, тезовий план, текстуальний конспект, тематичний конспект та ін.;

– зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

– у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

– завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

– із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

– завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне із студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2 ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ

ТЕМА 5 СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

МЕТА: набути знання про спілкування, його функції, види, етапи й роль у професійній діяльності; розширити знання про невербальні засоби спілкування, гендерні особливості спілкування; виховати любов, повагу до рідного слова й бажання досконалості, ґрунтовно оволодіти нормами спілкування.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Серед чинників, що формують особистість виділяють насамперед трудову діяльність, пізнання і спілкування. У спілкуванні виявляється людська сутність, через нього (комунікацію) людина реалізує себе, стверджує, вирішує питання, проблеми тощо. Успіхи людини в житті, її взаємини з іншими членами суспільства теж залежать від уміння спілкуватися.

Спілкування є складним процесом встановлення та розвитку контактів між людьми, взаємодії особистостей, в основі якого лежить обмін думками, почуттями, волевиявленнями з метою інформування.

Отже, **спілкування** – це цілеспрямований, соціально зумовлений процес обміну інформацією між людьми в різних сферах їхньої пізнавально-трудової та творчої діяльності, який реалізується переважно за допомогою вербальних засобів.

Зазвичай спілкування спрямоване на досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або

реалізацію професійної цілі. Воно є необхідною умовою будь-якої діяльності. Через спілкування відбувається навчання й виховання людини, засвоєння нею різних форм соціального досвіду, норм і правил поведінки, традицій і звичаїв.

Фахівці з проблем спілкування виокремлюють **професійне (ділове) спілкування**, що відбувається в умовах конкретної діяльності і є її засобом. Воно вбирає в себе особливості цієї діяльності і є її важливою частиною. Професійне спілкування, спираючись на загальні норми, часто має індивідуальний характер і виявляється у способах спілкування, що їх обирає суб'єкт у певних комунікативних ситуаціях.

Спілкування відбувається за визначеними правилами і вимагає серйозної, ґрунтовної підготовки.

Правила спілкування – рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу. Ці правила засвоюються у процесі навчання та шляхом наслідування й репрезентуються автоматично.

Спілкування іноді ототожнюють із комунікацією, однак вони не є синонімами. У сучасній лінгвістиці існує 100 дефініцій комунікації, що зумовлені різноманітністю її способів, специфікою мети передачі та способом адресованості.

Комунікація – це цілеспрямований інформаційний обмін у різноманітних процесах спілкування.

Комунікація опосередковує всі види соціальної діяльності; акумулює суспільний досвід і передає його від покоління до покоління, є чинником етнічної ідентифікації, зберігає культуру. **Поняття «комунікація» ширше поняття «спілкування»**. Ми розглядатимемо ці терміни як синоніми з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії, що розглядаються в їхньому знаковому втіленні.

У професійній сфері спілкування (комунікація) належить до фундаментальних вимірів людського світу. Особливої актуальності ця проблема набуває в умовах глобалізаційних процесів, коли необхідними є уміння спілкуватися і результативно вирішувати професійні проблеми. Інтереси справи, а не конкретних співрозмовників, переважають у діловому спілкуванні.

Так, **ділове спілкування** – це цілеспрямований процес обміну інформацією, що має конкретну мету.

Метою ділового спілкування є організація, регулювання, оптимізація професійної, наукової, комерційної чи іншої діяльності. У його основі лежить рух суб'єктів до успіху. Воно концентрує в собі все те, що сприяє згуртованості, комунікативному співробітництву учасників спілкування та прояву індивідуальної ініціативи.

Ділове спілкування є двостороннім процесом, що репрезентує спільну мовленнєву діяльність, особливу форму контактів між суб'єктами, які представляють певну організацію, установу, компанію тощо.

Шляхом зіставлення ділового спілкування, як специфічної форми взаємодії, і спілкування в цілому, як загального, дослідниками виявлено такі його **особливості**: наявність певного офіційного статусу об'єктів; спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку стосунків між представниками взаємозацікавлених установ; регламентованість, тобто підпорядкованість загальноприйнятим правилам і обмеженням; передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст, можливі наслідки; творчий характер взаємин, спрямованість їх на розв'язання конкретних ділових питань, досягнення мети; взаємоузгодженість рішень та подальша організація співпраці партнерів; взаємодія

економічних інтересів і соціальне регулювання у правових межах (ідеальний результат таких взаємин – партнерські стосунки, що ґрунтуються на спільній повазі й довірі); значущість кожного партнера як особистості; безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що хвилюють їх внутрішній світ.

Таким чином, ділове спілкування – це будь-яка професійна комунікативна діяльність (головномовленнєва), репрезентована сферою, що дає відповідь на чотири запитання: задля якої мети ми це говоримо? що ми хочемо сказати? за допомоги яких мовних засобів ми це робимо? яка реакція на наше мовлення?

Ділове спілкування проникає в усі сфери суспільного життя. Компетентність у сфері ділового спілкування безпосередньо пов'язана з успіхом чи неуспіхом у будь-якій справі, адже здатність спілкуватись і ладнати із людьми набагато важливіша за професійну (так звану технічну) компетентність.

Зміст і засоби спілкування визначаються соціальними функціями осіб, що беруть участь у цьому процесі, їх статусом у структурі суспільних відносин, належністю до тієї чи іншої спільноти. Людське суспільство не може існувати без спілкування, яке виступає як засіб формування і безпосереднього розвитку індивідів.

Ураховуючи складність цього процесу як соціально-психологічного явища визначимо його основні функції.

Функції спілкування є зовнішнім проявом властивостей спілкування; це ті завдання, які воно виконує у процесі діяльності індивіда в соціумі.

Відомі різні класифікації функцій спілкування: одні науковці, виокремлюючи їх, розглядають спілкування в контексті його органічної єдності з життям суспільства в цілому та безпосередніми контактами людей, інші –

як обмін інформацією, взаємодію та сприйняття людьми один одного; ще інші – з погляду мети спілкування. Узагальнюючи різні підходи на проблему, можна говорити про багатоаспектний характер цього феномену.

Деякі дослідники виділяють три функції спілкування, а саме: комунікативну, перцептивну, інтерактивну. **Комунікативна** функція полягає в обміні інформацією між особами, що спілкуються; **перцептивна** – означає процес сприймання один одного партнерами по спілкуванню та встановлення на цій основі взаєморозуміння; **інтерактивна** функція має на меті організацію взаємодії між партнерами, тобто обмін не тільки знаннями, ідеями, а й діями, вчинками.

Відомий фахівець з теорії та практики спілкування Ф. Бацевич виокремлює такі функції спілкування: **контактну**, що полягає у створенні атмосфери спільної готовності передавати і сприймати інформацію та підтримувати зв'язок до завершення акту спілкування; **інформаційну**, яка відповідає за обмін інформацією, запитаннями і відповідями; **спонукальну** – заохочення адресата до певних дій; **координаційну** – узгодження дій комунікантів; **пізнавальну** – адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень; **емотивну** – обмін емоціями; **налагодження стосунків** – розуміння свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних стосунків; **регулятивну** – організація свого спілкування з дотриманням певної стратегії й тактики.

У процесі спілкування усі ці функції між собою тісно взаємодіють.

Професійне спілкування у сфері ділових взаємовідносин репрезентує й інші **функції**, а саме: **інструментальну** – отримання і передавання інформації, необхідної для здійснення певної професійної дії,

прийняття рішення; *інтегративну* – засіб об'єднання ділових партнерів для здійснення спільного комунікативного процесу; *функцію самовираження* – демонстрування особистісного інтелекту і потенціалу; *трансляційну* – передавання конкретних способів діяльності; *функцію соціального контролю* – регламентування поведінки, а іноді, коли йдеться про комерційну таємницю, і мовної акції учасників ділової взаємодії; *функцію соціалізації* – розвиток навичок культури ділового спілкування; *експресивну* – намагання ділових партнерів передати і зрозуміти емоційні переживання один одного.

Спілкування не можна вважати суто інформаційним процесом, – це, насамперед, взаємна активність: інформація не тільки передається, а й формується, уточнюється, розвивається тощо.

Складність спілкування визначає різноманітність його *видів*. Класифікацію його можна проводити за різними ознаками:

- за участю чи неучастю мовних засобів: *вербальне* (словесне) і *невербальне* (*міміка, жести, постава тощо*), *комбіноване*;

- за формою представлення мовних засобів: *усне, письмове, друковане*;

- за темою: *політичне, наукове, побутове, релігійне, філософське, навчально-педагогічне, виховне, побутове*;

- за метою: *ділове і розважальне*;

- за кількістю учасників: *внутрішнє* (комунікант спілкується сам із собою), *міжособистісне* (спілкуються двоє), *групове* (3-5 учасників), *публічне* (20 і більше), *масове* (спрямоване не на певного індивіда, а на великі маси людей і найчастіше здійснюється з допомогою засобів масової комунікації);

– за характером: *опосередковане* і *безпосереднє*; *діалогічне*, *монологічне* і *полілогічне*;

– за мірою офіційності: *офіційне* (рольове) (передбачає стосунки, що опосередковуються соціальними професійними ролями: начальник – підлеглий, викладач – студент, колега – колега) і *неофіційне* (приватне) (спілкування друзів, приятелів тощо);

– за тривалістю: *постійне* (у колективі, у сім'ї), *періодичне* (кількаразові зустрічі), *короткотривале* (у транспорті, у черзі), *довготривале* (із друзями);

– за свободою вибору партнера: *ініціативне* спілкування (співрозмовники мають змогу вибирати партнерів, уникати спілкування з неприємними людьми) і *вимушене* (особа спілкується незалежно від своїх бажань: розмова з керівником);

– за соціальними чинниками: *особистісно зорієнтоване* (встановлення особистісних стосунків, насамперед товариських) і *соціально зорієнтоване* (встановлення статусних, рольових стосунків: лікар – пацієнт тощо);

– за результативністю спільної взаємодії та досягнутим ефектом: *необхідне* (міжособистісні контакти, без яких спільна діяльність практично неможлива); *бажане* (міжособистісні контакти, що сприяють успішному вирішенню професійних, виробничих проблем); *нейтральне* (міжособистісні контакти не заважають, але й не сприяють розв'язанню проблеми); *небажане* (міжособистісні контакти, які заважають досягненню мети спільної взаємодії);

– за додержанням норм: *нормативне* (відповідно до літературних норм); *ненормативне* (з порушеннями нормативних норм); *етикетне* і *неетикетне*.

У сучасних умовах провідним є мовне спілкування або вербальна комунікація, що реалізується за допомогою

мовлення. Відомий спеціаліст, який вивчав особливості спілкування між людьми, Л. Виготський писав: «Спілкування, не опосередковане мовою чи якоюсь іншою системою знаків або засобів, як воно спостерігається серед тварин, робить можливим спілкування лише найбільш примітивного типу та в найбільш обмежених розмірах. Щоб передати якесь переживання чи зміст свідомості іншій людині, немає іншого шляху, окрім віднесення цього змісту до певного класу, до певної групи явищ, а це потребує узагальнення. Таким чином, вищі, властиві людині форми психологічного спілкування можливі лише завдяки тому, що людина за допомогою мислення узагальнено відображає дійсність».

Згідно з класифікацією, в основу якої покладено організаційний аспект професійної взаємодії, виокремлюють такі **форми спілкування: індивідуальні й групові бесіди; телефонні розмови; наради; конференції; збори; дискусії; полеміка.**

Бесіда є найпоширенішою формою спілкування. Вона здійснюється з метою передавання інформації, обміну думками, почуттями тощо.

Відповідно до мети спілкування розрізняють бесіди **ритуальні** (люди, спілкуючись, дотримуються певного мовленнєвого етикету); **особистісні** (спілкування між близькими людьми – рідними, друзями, дітьми тощо); **ділові** (їхнім предметом є, як правило, конкретна справа).

Залежно від кількості співрозмовників бесіди поділяють на **індивідуальні** та **групові**.

Ділова бесіда може виконувати такі функції: обмін діловою інформацією; контроль і координація розпочатих дій; формування перспективних заходів; стимулювання активності партнера по спілкуванню і розвиток його розумових здібностей; пошук, розроблення стратегій і міжособистісних стосунків поведінки тощо.

Індивідуальна бесіда характеризується наявністю діалогу між двома співрозмовниками. Метою проведення ділових індивідуальних бесід є уточнення позиції кожного учасника взаємодії; одержання додаткової інформації про них; знаходження пояснення тим чи іншим їхнім діям. Зазвичай ділові індивідуальні бесіди поділяються на дві групи:

- бесіди «вільні» з двостороннім обміном інформацією, що відбуваються без спеціальної підготовки;
- спеціально підготовлені й суворо регламентовані бесіди.

Водночас ділова бесіда може бути **офіційною** і **неофіційною**, **короткочасною** або **довготривалою**, **корисною** або **некорисною**, **добровільною** або **вимушеною**. Кожну ділову бесіду доцільно розглядати з таких позицій:

- досягнення позитивного результату для учасників взаємодії;
- презентація професійних характеристик, їх перевірка в процесі ділового спілкування;
- утвердження іміджу засобом ефекту «особистої привабливості», привернення до себе симпатій присутніх під час бесіди;
- збір даних про співбесідника;
- актуалізація ділового інтересу та людського взаєморозуміння.

Майстерне втілення в життя названих аспектів – гарант високої результативності ділової бесіди.

Ділові люди великого значення надають **телефонній бесіді**. І це не випадково, адже таке спілкування є найпростішим способом встановлення контакту.

Вважається, що вміння ділової особи розмовляти телефоном впливає на її особистісний авторитет і авторитет установи, якою вона керує. Організації, що дбають про свою марку й реноме, широко практикують

усередині фірми короткотривалі курси з питань оволодіння основами роботи з оргтехнікою, у тому числі й телефоном.

Ще однією формою професійної взаємодії є *нарада*. Вона належить до елементів групового осмислення й розв'язання проблем організації чи установи. Наради дають можливість спільно обговорювати важливі питання, аналізувати їх, висловлювати власні думки, пропозиції, погоджувати позиції тощо. Окрім цього, на нараді керівник може поінформувати членів колективу про плани на майбутнє.

Знайти взаємовигідне рішення, уникаючи крайньої форми прояву конфлікту, допомагають *перемовини*. Їх призначення пов'язане із співпрацею й розв'язанням спірних питань. Зазвичай ця форма спілкування виконує такі функції:

- інформаційно-комунікативну, яка сприяє обміну інформацією, поглядами, налагодженню нових зв'язків;
- регулятивну, що передбачає встановлення певної взаємодії на перемовинах, упорядкування спільної діяльності;
- координаційну, яка спрямована на узгодження дій між учасниками перемовин;
- контрольну, що передбачає перевірку виконання досягнутих раніше угод.

Досить поширеною формою обговорення спільних проблем є *збори*. Вони проводяться з метою осмислення певних ситуацій. Передумовами успішного проведення зборів є здатність промовців орієнтуватися на слухача та його проблеми, вміння помічати реакцію в залі.

Загалом слід наголосити, що всі зазначені форми спілкування мають спрямовуватися на розвиток зацікавленості учасників обговорення проблеми, підвищення активності особистості, актуалізацію її творчого й комунікативного потенціалу.

Ф. Бацевич у підручнику «Основи комунікативної лінгвістики» мовне спілкування класифікує за такими **критеріями**:

- залежно від форми втілення мовних засобів: **монологічне, діалогічне, полілогічне**;

- залежно від специфіки каналів спілкування: **мовлення безпосереднього спілкування** (обличчям до обличчя); **мовлення опосередкованого спілкування** (записки, друкована продукція, телефон, радіо, телебачення, Інтернет тощо);

- залежно від функції та змісту повідомлення: **побутове, наукове, офіційно-ділове, естетичне**;

- за способом організації: **стихийне** (випадкова зустріч) та **організоване** (збори, мітинги, конференції тощо);

- за сферами спілкування або стосунками комунікантів: **дружнє** (розмова друзів, добрих знайомих, закоханих тощо); **антагоністичне** (спілкування ворогів; людей, які сваряться); **офіційне** (рольове).

Усі названі форми спілкування різняться мовними засобами і мають стильову специфіку.

Спілкування, як цілісний комунікативний процес, включає взаємозалежні етапи встановлення контакту, орієнтації у кризовій ситуації, обговорення проблем, прийняття рішень, виходу з контакту. Процес спілкування, зазвичай, починається із встановлення психологічного контакту між партнерами і закінчується його розривом.

Будь-який акт спілкування складається з кількох **етапів**, а саме:

Ретельна підготовка до спілкування. Цей етап передбачає: складання плану майбутнього акту спілкування; збирання матеріалів з предмета спілкування та їх систематизація; умотивування аргументів на користь власної позиції та контраргументів іншої сторони;

обґрунтування свого варіанта рішення та розгляд реакції співрозмовника.

Орієнтація в ситуації і встановлення контакту, тобто початок спілкування. На цьому етапі важливо: дбати про створення доброзичливої атмосфери спілкування (доцільно поговорити про спільні інтереси, сказати щось приємне співрозмовникові); не протиставляти себе співрозмовникові; демонструвати повагу й увагу до нього (доброзичливий погляд і усмішка допоможуть установити контакт); уникати критики, зверхності та негативних оцінювань.

Обговорення питання (проблеми). На цьому етапі доцільно дотримуватися таких правил: лаконічно й доступно викладати інформацію; уважно вислуховувати співрозмовника й намагатися адекватно сприймати те, про що йдеться мова; сприймати інформацію; пам'ятати, що спілкуванню характерний діалоговий характер; аргументувати свою позицію (наводити переконливі докази). **Аргументування** – це важливий спосіб переконання за допомогою вмотивованих, обґрунтованих логічних доказів.

Прийняття рішення. Щоб прийняти правильне рішення, варто: запропонувати кілька варіантів вирішення проблеми; уважно вислухати аргументи співрозмовника щодо можливого рішення; визначити за його настроєм момент для закінчення зустрічі й запропонувати кращий варіант прийняття рішення; не виказувати ні найменшої роздратованості, навіть якщо мети не було досягнуто; триматися впевнено.

Вихід із контакту. З огляду на статуси співрозмовників, ініціатива завершення розмови має належати особі жіночої статі, людині, старшій за віком або вищій за посадовими обов'язками тощо. Наприкінці спілкування варто підсумувати результати зустрічі, попрощатися і висловити сподівання на подальшу співпрацю.

Мета професійного спілкування – регулювати ділові відносини у виробничо-професійній діяльності через розв’язання відповідних завдань. Успіх професійного спілкування залежить від: мовця як особистості з індивідуальними ознаками; його знань сучасної української літературної мови як основи мови професійного спілкування; умінь ефективно застосовувати ці знання залежно від мети, ситуації спілкування.

Щоб правильно спілкуватися і досягти мети спілкування, мовець повинен володіти комунікативною професійно орієнтованою компетенцією, у якій взаємодіють загальнокультурні і професійно орієнтовані знання, вміння, навички і здібності спілкування.

Основним універсальним засобом спілкування людей, висловлення їх думок, почуттів є **мова** (усна і письмова). За допомогою мови ми здобуваємо знання, зберігаємо їх у нашій пам’яті, передаємо іншим.

Учені виділяють такі **функції мови у спілкуванні**:

- засіб існування, передавання і засвоєння суспільно-історичного досвіду;
- засіб інтелектуальної діяльності (сприйняття, мислення, уява);
- універсальний засіб передачі інформації, тобто слова, словосполучення, речення і тексти є вербальними засобами передачі інформації.

Вербальні засоби є найважливішими компоненти спілкування, оскільки вони головні носії повідомлень.

Формою існування мови є **мовлення**.

Мовлення – це реалізація мови людьми в процесі спілкування, тобто процес реалізації мовної діяльності. Мовець використовує засоби спілкування (звуки, слова та їхні форми, сталі звороти, моделі речень, тексти) для передавання певного змісту, до якого можуть входити, окрім думок, почуття і волевиявлення.

Отже, мова, спілкування і мовлення взаємопов'язані. Мовлення неможливе без мови, а мова створена для того, щоб здійснювати процес спілкування.

Мова є спільною для всіх, хто нею послуговується, а мовлення завжди індивідуальне, оскільки мовні засоби кожен з нас застосовує, добирає по-своєму.

Розвиток і збагачення мови відбувається в процесі спілкування. Якщо мовленнєва діяльність засобами певної мови припиняється, вона стає мертвою. Мова живе тільки у мовленні та спілкуванні.

Вивчення мови, збагачення пам'яті різноманітними засобами і способами вираження думок сприяють розвитку мовлення. Не менш важливе значення має також систематична й цілеспрямована практика мовлення – спілкування рідною мовою під час виконання професійних обов'язків, оскільки вміння і навички виробляються лише в процесі спілкування.

Отже, **мова** – це система засобів спілкування, **мовлення** – вибір цих засобів у процесі спілкування, **спілкування** – процес обміну інформацією за допомогою мови, тобто мовленнєва діяльність.

Зразкове фахове мовлення характеризується такими найважливішими ознаками: змістовністю (розкриття суті висловлювання); логічністю (послідовне висловлення думки); точністю (відбір мовних засобів, що найбільше відповідають висловлюваному змісту); правильністю (дотримання норм літературної мови); доречністю та доцільністю (використання мовних засобів відповідно до мети висловлювання та умов спілкування); емоційністю (наявність певного настрою і відповідних почуттів).

Отже, високу культуру фахового мовлення людини визначає досконале володіння літературною мовою, її нормами в процесі спілкування.

Сучасний фахівець – це висококваліфікований професіонал, який поєднує ерудицію зі знанням певної сфери діяльності, вміє окреслити стратегічні завдання, налагодити взаєморозуміння і взаємодію із окремими особами чи соціальною групою, тобто володіє високою культурою комунікативної діяльності. Сьогодні можемо спостерігати потребу (чи навіть дефіцит) комунікативних знань і навичок у фахівців найрізноманітніших сфер діяльності. Однак мовлення – не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією й за допомогою інших засобів – жестів, міміки, погляду, пози, рухів тіла, які часто поєднуються в різних комбінаціях. Усе це невербальні (несловесні) засоби.

Невербальні засоби спілкування – це система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми.

На думку американських учених, для формування першого враження від співрозмовника важливими є перші чотири хвилини зустрічі, а деякі вважають, що досить і двох хвилин.

У наукових дослідженнях є різні класифікації невербальних засобів.

Кінетичні невербальні засоби є найважливішими у спілкуванні. Серед них важлива роль відводиться **міміці**.

Міміка – це експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрій людини в певний момент часу.

Міміка репрезентує шість основних емоційних станів: гнів, радість, страх, страждання, подив і презирство.

З мімікою тісно пов'язаний візуальний контакт, тобто **погляд**, що становить важливу частину спілкування. Залежно від локалізованої спрямованості на співрозмовника, розрізняють **діловий, світський та інтимний погляди**. Погляд має завжди відповідати типу мовленнєвої ситуації.

Неабияке значення у спілкуванні відіграють жести.

Жести є виражальними рухами рук, що передають внутрішній стан людини. За функціональним призначенням і природою вирізняють такі їх види:

- **ритмічні жести** (дублюють інтонацію, виокремлюють певні частини висловлювання, підкреслюють логічний наголос, сповільнення чи прискорення темпу мовлення);

- **емоційні жести** (передають найрізноманітніші відтінки почуттів: подив, радість, захоплення, ненависть, роздратування, розчарування);

- **вказівні жести** (виконують функцію виділення якогось предмета серед однорідних);

- **зображувальні жести** (відтворюють предмети, тварин, інших людей, їхню форму, рухи, розміри);

- **жести-символи** (інформують про певні дії, властивості, наміри тощо).

Наведемо приклади поширених жестів і їх тлумачення:

- пальці рук зціплені – знак розчарування і бажання співрозмовника приховати своє негативне ставлення;

- прикривання рота рукою – слухач розуміє, що ви говорите неправду;

- почухування і потирання вуха – співрозмовник наслухався і хоче висловитися;

- потирання скронь, підборіддя, прикривання обличчя руками – особа не налаштована розмовляти в цей момент;

- схрещення рук на грудях – людина нервує, краще розмову закінчити чи перейти до іншої теми;

- схрещення рук і тримання пальців у кулаці – людина налаштована вкрай вороже;

- відтягування комірця – особа гнівається або дуже схвильована;

– вказівний палець спрямований прямо до скроні, а великий підтримує підборіддя – негативне або критичне ставлення до почутого;

– руки за головою – впевненість, перевага над співрозмовником;

– потирання ока – людина говорить неправду;

– тримання рук за спиною – упевненість у собі.

Поза теж має комунікативний сенс і репрезентує не тільки душевний стан людини, але й її наміри, налаштованість на розмову.

Поза – це мимовільна або зумисна постава тіла, яку приймає людина. Вирізняють **«закриті»** й **«відкриті»** пози. Відомо, що особа, зацікавлена в спілкуванні, буде орієнтуватися на співрозмовника, нахилитиметься у його бік, повернеться до нього всім тілом, а якщо не хоче його слухати – то відійде назад, стоятиме напівобернувшись; людина, яка хоче заявити про себе, буде стояти прямо й напружено, а якщо їй не потрібно підкреслювати свій статус – займе спокійну невимушену позу.

І насамкінець, **хода** людини, тобто стиль пересування, теж належить до важливих невербальних засобів спілкування. За ходою можна впізнати емоційний стан співрозмовника – гнів, страждання, гордість, щастя.

Окрему систему становлять **ритміко-інтонаційні невербальні засоби** спілкування: **інтонація, гучність, темп, тембр, тональність**. Радість, недовіра, гнів і страх зазвичай передаються високим голосом; горе, сум, втома – м'яким і приглушеним.

Темп мовлення теж відтворює певний стан людини: швидкий – переживання і стривоженість; повільний – пригнічення, горе, зарозумілість чи втома.

До **тактичних засобів спілкування** відносять і динамічні **дотики** у формі потиску руки, поплескування по плечах, поцілунку. Доведено, що динамічні дотики

є не лише сентиментальною дрібницею спілкування, а й біологічно необхідним засобом стимуляції. Вони зумовлені багатьма чинниками: професійним статусом партнерів, віком, статтю, характером їх знайомства. Так, поплескування по плечу можливе лише за умови близьких стосунків партнерів спілкування.

Потиск руки може бути трьох типів: домінантним (рука зверху, долоня розвернута вниз), покірним (рука знизу, долоня розвернута вверх) та рівноправним.

Екстралінгвістична система – це наявність під час спілкування *пауз*, а також різних вкраплень у голос (сміху, плачу, покашлювання, зітхання), які доповнюють словесні висловлювання.

Спілкування завжди просторово організоване. Учені виокремлюють чотири *дистанції* між учасниками мовленнєвого акту: інтимна (від 0 до 45 см) – спілкування з дітьми, дружиною, коханими, найближчими друзями; особиста (від 45 до 120 см) – спілкування під час зустрічей, на вечірках, у кулуарах конференцій тощо; соціальна (суспільна) (від 120 до 400 см) – міжособистісне спілкування з малознайомими людьми; громадська (відкрита) (від 400 до 750 см) – виступ лектора перед аудиторією.

Невербальна мова менше контролюється свідомістю, тому вона більш правдива. Якщо інформація, яка надходить невербальним каналом, суперечить інформації, отриманій вербальним, то вірять невербальним засобам спілкування, оскільки вони керуються підсвідомістю.

Однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики є дослідження комунікативної взаємодії індивідів (жінка-чоловік) у співвідношенні з параметрами мови. Гендерний статус учасників комунікації впливає не лише на стратегію і тактику мовленнєвого спілкування, а й на його тональність, стиль, характер.

Гендерні пошуки в лінгвістиці мають такі напрямки:

- маніфестація гендеру в стилі спілкування;
- виявлення особливостей мовлення чоловіків та жінок – мовні гендерні стереотипи;
- вираження гендеру на різних мовних рівнях: морфологічному, лексичному та текстуальному;
- гендер і традиції мовленнєвого етикету.

Як стверджують психологи й лінгвісти, стиль спілкування жінок і чоловіків найяскравіше репрезентується в діловій та професійній сферах. Чоловічий стиль спілкування зорієнтований на систему домінування (ім притаманна завищена самооцінка, самовпевненість, зосередженість на завданні, схильність до стереотипів у спілкуванні). Такий стиль називають **авторитарним**. Для чоловіків найважливішою є інформація, результат, факти і цифри.

Жінки репрезентують **демократичний** стиль спілкування (колегіальне вирішення питань; заохочення до активності учасників комунікативного процесу, що сприяє зростанню ініціативності співрозмовників, кількості нестандартних творчих рішень).

У процесі налагодження професійних ділових контактів для чоловіків характерним є виокремлення свого «Я», а для жінок – «Ми».

Типовою рисою жіночої вербальної поведінки є прагнення створити доброзичливу атмосферу спілкування; уникати засобів, що можуть образити співрозмовника; демонструвати загальну позитивну налаштованість. Щодо чоловічої вербальної поведінки, то вона часто демонструє загальний негативний настрій комуніканта, зосередження на своїх власних проблемах, небажання враховувати інтереси співрозмовників.

Однією з проблем дослідження особливостей вияву людського чинника в мові є встановлення лексико-

стилістичних засобів і способів їх транслювання (залежно від статі комунікантів). У цьому аспекті варто наголосити на вживанні лексичних одиниць із семантичною функцією кваліфікації ступеня вияву ознаки. Для зображення вербальної поведінки жінок типовим є підсилення ступеня вияву певної ознаки шляхом таких інтенсифікаторів: *дуже, надто, надзвичайно, вельми, сильно, страх (як), здорово, не на жарт, ой! ох! аж он як* тощо.

Отже, жінки схильні перебільшувати вияв ознаки, а чоловіки – уживати вульгаризми, грубі й лайливі слова для висловлення негативних емоцій. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (*мабуть, напевне, певно, очевидно, либонь*), а чоловіки демонструють свою незаперечну переконаність (*я глибоко переконаний, звісно, що й казати, зрозуміло*). Бажання чоловіків показати у спілкуванні з жінками високий рівень ерудиції спонукає їх до вживання професійної лексики.

Гендерні особливості спілкування виразно відображаються в етикетних ситуаціях. Під час розмови жінки зазвичай відверто дивляться у вічі співрозмовника, чоловіки ж частіше уникають прямого погляду; жінки здебільшого починають і підтримують розмову, а чоловіки контролюють і керують перебігом її; жінки частіше, а ніж чоловіки просять вибачення і докладно щось пояснюють.

В етикетних ситуаціях знайомства чи прощання домінує чоловіче мовлення, що виявляється у компліментах тощо.

Однак гендерні особливості в процесі мовної комунікації значною мірою залежать від психічного складу, характеру професії, соціальної ролі досліджуваних.

Отже, у процесі мовної комунікації гендерним особливостям належить значна роль. Головним критерієм комунікативної поведінки є саме стереотипні уявлення про комунікативні ролі чоловіка й жінки в просторі

міжмовної комунікації. Збіг або змішування різних соціальних і комунікативних гендерних ролей вважають загрозою віковим суспільним установкам, чинниками руйнування жорсткої ієрархічної моделі або відхиленням від норми. На сучасному етапі розвитку науки це питання є дискусійним, тому потребує подальшого дослідження.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Бесіда – форма спілкування, яка застосовується з метою обміну думками, інформацією, почуттями тощо; інструмент спільного пошуку оптимального вирішення різних проблем.

Вербальні засоби спілкування – засоби, пов'язані з використанням мови.

Гендер – складний соціокультурний конструкт, який відображає відмінності в ролях, поведінці, ментальних і емоційних характеристиках чоловіка і жінки.

Гучність – суб'єктивна якість слухового відчуття, що дозволяє розташовувати звуки за шкалою від тихих до гучних.

Дискусія – форма колективного обговорення, мета якої – виявити істину через зіставлення різних поглядів.

Дистанція – відстань між чим-небудь у просторі або часі.

Ділова бесіда – найпоширеніший різновид прямого спілкування, у процесі якого партнери (принаймні один із них) прагнуть досягти певних цілей.

Ділове спілкування – різновид спілкування, метою якого є досягнення певної узгодженості у сферах трудової, підприємницької, професійної, суспільної діяльності, кооперації, співпраці.

Дотик – сприйняття форми, величини, густини, температури різних предметів.

Жести – рухи тіла, які супроводжують мову для піднесення її виразності або заміняють її.

Збори – форма колективного обговорення ділових питань (проблем), які потребують вирішення.

Індивідуальна бесіда – форма ділового спілкування двох важливих одне для одного осіб, які прагнуть досягти певної мети.

Інтонція – ритміко-мелодійна побудова промови, яка передає її зміст і почуття за допомогою висоти тону, сили звуку, темпу мови і тембру голосу.

Кінетичні невербальні засоби – засоби спілкування, які людина сприймає зорово.

Комунікація – обмін інформацією між людьми, за допомогою слів, букв, символів, жестів, через які висловлюється ставлення одного працівника до знань і розуміння іншого, досягається довіра і взаємоприйняття поглядів.

Конференція – процес обміну інформацією між двома або більше особами, який забезпечує їх взаєморозуміння.

Міміка – експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрої людини в певний момент часу.

Мова – система засобів спілкування.

Мовлення – історично сформована в ході діяльності людей форма спілкування, опосередкована мовою.

Нарада – форма організації ділового спілкування колективу чи групи з метою обміну інформацією та прийняття спільного рішення з актуальних питань (проблем).

Невербальні засоби спілкування – система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми.

Перемовини – обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди.

Погляд – один із способів невербальної передачі інформації за допомогою очей.

Поза – мимовільна або зумисна постава тіла, яку приймає людина.

Полеміка – публічне обговорення принципово протилежних думок (гостра дискусія) з приводу певного спірного питання.

Правила спілкування – рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу.

Просодика – система фонетичних засобів, які реалізуються в процесі мовлення на всіх рівнях мовних сегментів; спільна назва таких ритміко-інтонаційних сторін бесіди, як висота, гучність голосового тону, тембр голосу, сила наголосу.

Професійне (ділове) спілкування – усний мовний контакт між людьми, що пов'язані інтересами справи і мають повноваження для вирішення ділових проблем; відбувається в умовах конкретної діяльності і є її засобом.

Спілкування – складний процес взаємодії між людьми, що полягає в обміні інформацією, а також у сприйнятті й розумінні партнерами один одного.

Телефонна розмова – один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками, зумовленими екстрамовними причинами (відсутність візуального контакту між співрозмовниками, обмеженість у часі, наявність технічних перешкод тощо).

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 4; 7; 16; 34; 38; 42; 43; 56; 60; 64; 75; 82; 89; 93; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Спілкування, ділове спілкування і комунікація, їх функціональні особливості.
2. Види, форми та етапи спілкування.
3. Мова, мовлення і спілкування.
4. Невербальні засоби спілкування.
5. Гендерні аспекти спілкування.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Запишіть найуживаніші види спілкування, які можна описати таким чином:

Залежно від специфіки об'єктів (особистість чи група) –

За характером – спілкування може бути

За цільовою спрямованістю розрізняють спілкування

Завдання 2. Запишіть навпроти кожного прикладу загальноприйнятої міміки її значення.

- примруження ока – ... ;
- широко відкриті очі ... ;
- кліпання повіками ... ;
- підняття брів ... ;
- зближення брів до перенісся –

Завдання 3. Підготуйтеся і проведіть тренінг. За допомогою невербальних засобів передайте різні почуття, зокрема: захоплення, радість, подив, розчарування.

Завдання 4. Доберіть із наукової літератури декілька текстів про спілкування. На їх основі напишіть тези власної доповіді, зробивши відповідні покликання.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Напишіть твір-роздум про особливості ділового спілкування, використовуючи нижчеподані слова і словосполучення.

Спільна діяльність; процес взаємозв'язку і взаємодії; обмін діяльністю, інформацією і досвідом; вирішення конкретної проблеми; контакт між людьми; продуктивне співробітництво; механізми спілкування.

Завдання 2. Випишіть 5-7 висловів відомих особистостей про спілкування і комунікацію.

Завдання 3. Укладіть словничок іншомовних запозичень, без яких складно обійтися у Вашому фаховому спілкуванні.

Завдання 4. Поясніть ненормативність слів і словосполучень. Запишіть нормативний варіант.

Зустрівся з Валентином Петренко, бажаю усього самого кращого, давайте поспілкуємося, на слідуючій неділі, відношення у колективі, вибачте мене, особистий листок з обліку кадрів.

Завдання 5. Перегляньте телевізійні виступи відомих політиків-чоловіків і політиків-жінок. Схарактеризуйте їх (виступи) з погляду гендерних особливостей. Свої думки оформіть у вигляді тез доповіді.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про особливості гендерного спілкування студентської молоді.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Особливості міжособистісного спілкування».
- «Віртуальне спілкування і його особливості».
- «Стратегії мовленнєвого спілкування».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке «спілкування»?

а) багатоплановий процес розбудови контактів між людьми, породжуваний потребами спільної діяльності;

б) взаємодія між людьми, які входять до комунікативного простору;

в) реакція особи, зумовлена впливом на неї сигналів суспільства;

г) мистецтво правильного мовлення, наука про те, як впливати на людей своїм мовленням.

2. Що таке «спілкування»?

а) обмін інформацією між двома або більшою кількістю людей;

б) складний процес встановлення та розвитку контактів між людьми, взаємодії особистостей, в основі якого лежить обмін думками, почуттями, волевиявленнями з метою інформування;

в) мистецтво правильного мовлення, наука про те, як впливати на людей своїм мовленням;

г) взаємодія між людьми, які входять до комунікативного простору.

3. Що розуміють під поняттям «функції спілкування»?

а) зовнішній прояв властивостей спілкування, ті завдання, які воно виконує у процесі діяльності індивіда в соціумі;

б) сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, які закріплюються у процесі суспільної комунікації;

в) сукупність стандартів культурної поведінки, етичних і естетичних норм у використанні вербальних і невербальних засобів комунікативної взаємодії;

г) сукупність мовних засобів, зумовлених змістом, метою висловлювання.

4. На які типи поділяють усне фахове спілкування за способом взаємодії між комунікантами?

а) монологічне й діалогічне;

б) монологічне й полілогічне;

в) полілогічне й діалогічне;

г) усі відповіді правильні.

5. Яке виділяють спілкування за формою представлення мовних засобів?

- а) вербальне й невербальне, комбіноване;
- б) усне, письмове, друковане;
- в) політичне, наукове, побутове, релігійне, філософське, навчально-педагогічне, виховне;
- г) ділове, розважальне.

6. Що таке «невербальні засоби спілкування»?

- а) мережа Internet;
- б) система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми;
- в) технічні засоби в сукупності;
- г) вплив на особу різних чинників навколишнього середовища й техногенної цивілізації.

7. Що таке «міміка»?

- а) експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрої людини в певний момент часу;
- б) система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми;
- в) виражальні рухи рук, що передають внутрішній стан людини;
- г) мимовільна або зумисна постава тіла, яку приймає людина.

8. Що таке «жести»?

- а) експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрої людини в певний момент часу;
- б) система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми;

в) виражальні рухи рук, що передають внутрішній стан людини;

г) мимовільна або зумисна постава тіла, яку приймає людина.

9. Які властивості мають ритмічні жести?

а) дублюють інтонацію, виокремлюють певні частини висловлювання, підкреслюють логічний наголос, сповільнення чи прискорення темпу мовлення;

б) відтворюють предмети тварин, інших людей;

в) передають найрізноманітніші відтінки почуттів: подив, радість, захоплення, ненависть, роздратування, розчарування;

г) виконують функцію виділення якогось предмета серед однорідних.

10. Які розрізняють види поглядів?

а) діловий і побутовий;

б) ритмічний і неритмічний;

в) діловий, світський та інтимний;

г) немає правильної відповіді.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

ОСНОВНА:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.

2. Коваль А.П. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Коваль А.П. – К. : Либідь, 1992. – 280 с.

3. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

5. Коломієць М.П. Словник іншомовних слів / М.П. Коломієць, Л.В. Молодова. – К. : Освіта, 1998. – 190 с.

6. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] / Косенко Ю.В. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 281 с.

7. Кузнецова Г.П. Стилїстика і культура ділового українського мовлення в освітній сфері спілкування : [навчальний посібник] / Г.П. Кузнецова, І.О. Кухарчук. – Глухів : [б. в.], 2013. – 216 с.

8. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

9. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : [навчальний посібник] / Чайка Г.Л. – К. : Знання, 2005. – С. 13–30.

10. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Видавництво «Алерта», 2011. – 306 с.

ДОДАТКОВА:

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б.Д. – К. : Освіта, 1991. – 228 с.

2. Білодід І.К. Дбаймо про високу культуру мови / І.К. Білодід // Питання мовної культури. – К. : Наукова думка, 1969. – № 3. – С. 3–10.

3. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

4. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

5. Мацько Л.І. Культура української фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.
6. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
7. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.
8. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.
9. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.
10. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 5

У процесі вивчення теми «Спілкування як інструмент професійної діяльності» рекомендується:

- опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;
- ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: бесіда, вербальні засоби, спілкування, гендер, гучність мовлення, дискусія, дистанція, ділова бесіда, ділове спілкування, дотик, жести, збори, індивідуальна бесіда, інтонація, кінетичні невербальні засоби, комунікація, конференція, міміка, мова, мовлення, нарада, невербальні засоби спілкування, перемовини, погляд, поза, полеміка, правила спілкування, просодика, професійне (ділове) спілкування, спілкування, телефонна розмова та ін.;

– зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

– у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

– завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

– із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

– завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 6

РИТОРИКА І МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

МЕТА: оволодіти навичками доцільної побудови промови, різними способами переконання і всілякими видами аргументації, прийомами полемічного мовлення і створення певних риторичних емоцій; формувати уміння і навички правильного й переконливого мовлення, аргументованого доведення і спростування тез.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Публічне монологічне мовлення є предметом дослідження *риторики* – теорії ораторського мистецтва, науки красномовства.

Поняття «ораторське мистецтво» («красномовство») має два значення:

- вид громадсько-політичної та професійної діяльності, мета якої – інформувати та переконувати аудиторію засобами живого слова;
- високий ступінь майстерності публічного виступу, мистецьке володіння словом.

Із моменту свого зародження в античному світі ораторське мистецтво вважалося ефективним засобом переконання людей. Ще 335 р. до н.е. було створено першу теорію ораторського мистецтва, що зберегла своє значення й донині. Йдеться про «Риторику» Аристотеля, у якій філософ визначав її як мистецтво переконливого впливу.

Своєрідність ораторського мистецтва як засобу переконання полягає в тому, що будь-який публічний виступ має на меті викликати духовність аудиторії, певним чином вплинути на неї. Метою переконання, на відміну від інших видів впливу на людей, є передавання

інформації в такій формі, щоб вона перетворилася на систему настанов і принципів особистості або істотно вплинула на цю систему. Це можливо лише за активної діяльності аудиторії, критичного сприйняття нею думок оратора. Встановлюючи зворотний зв'язок, промовець залучає аудиторію до процесу спільної мисленнєвої діяльності. Тому важливо, щоб присутні не просто погодилися з ним, а, критично осмисливши те, про що говориться, свідомо сприйняли інформацію. Тоді це буде вже власний погляд людини, який відповідатиме її цінностям, етичним нормам і правилам і, яким вона керуватиметься у практичній діяльності.

Особливим жанровим різновидом мовленнєвої діяльності, своєрідним за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками є **публічний виступ**. У ньому найповніше реалізується система мисленнєво-мовленнєвих дій – уміле використання форм людського мислення (логічно-образного) та мовних засобів вираження.

Діяльність людини, професія якої пов'язана з виголошенням промов, доповідей, читанням лекцій, вимагає набуття певної вправності у виборі відповідного жанру, формулюванні теми, доборі фактичного матеріалу та послідовності його викладу, а також високої культури мовлення та спілкування в цілому.

Залежно від змісту, призначення, способу проголошення й обставин спілкування, виділяють такі жанри публічного виступу: **доповідь, промова, виступ, повідомлення**.

Доповідь – найпоширеніша форма публічного виступу, важливий елемент системи зв'язків з громадськістю, яка порушує проблеми, що потребують розв'язання. Доповідь може бути політичною, діловою, звітною, науковою.

Політична доповідь – різновид доповіді з політичних питань, у ній з'ясовуються сутність, причини, наслідки

певної політичної події, розкриваються шляхи розвитку суспільства.

Ділова доповідь – це офіційне повідомлення про шляхи розв’язання окремих виробничих питань діяльності певного колективу чи організації.

Звітна доповідь – доповідь, у якій повідомляється про роботу, виконану особою чи колективом за певний період.

Наукова доповідь – доповідь, яка узагальнює наукову інформацію, досягнення, відкриття та результати наукових досліджень. Такі доповіді виголошують на різноманітних наукових зібраннях – конференціях, симпозіумах тощо.

Промова – заздалегідь підготовлений публічний виступ на певну актуальну тему, звернений до широкого загалу. Розрізняють **розважальні, інформаційні, агітаційні, вітальні промови**.

Виступ – публічне виголошення промови з одного чи декількох питань. Поширеним є виступ за доповіддю, у якому має бути вступ (вказівка на предмет обговорення), основна частина (виклад власних поглядів на певне питання), висновки (пропозиція, оцінка).

Повідомлення – невеликий публічний виступ з певної теми.

Названі жанри публічного виступу близькі за змістом і формою.

Публічний виступ потребує ретельної попередньої підготовки, що відбувається у кілька **етапів**:

- обдумування та формулювання теми, визначення ключових питань, виокремлення принципових положень;
- добір теоретичного і практичного матеріалу (опрацювання літератури). На цьому етапі важливо не просто знайти й опрацювати інформацію, а глибоко її осмислити, визначити головне й другорядне; інтегрувати основні положення за кількома джерелами;

– складання плану, тобто визначення порядку розташування окремих частин тексту, їх послідовності та обсягу;

– складання тез виступу;

– написання остаточного тексту виступу.

Архітектоніка (будова) виступу. Спочатку потрібно скласти план, у якому відтворити основні пункти виступу та інформацію, яка потребує точності (дати, статистичні дані, цитати, які повинні бути лаконічними з покликанням на джерело).

Наступний етап підготовки полягає у структуруванні зібраного матеріалу, компонуванні тексту виступу, який має містити вступ, основну частину та висновки.

Вступ. Початок виступу є визначальним, тому він повинен чітко й переконливо висвітлювати причину його оприлюднення. Першочергове завдання доповідача на цьому етапі – привернути й утримати увагу аудиторії. Для того, щоб не дозволити думкам слухачів розпорошитися, уже після перших речень виступу необхідно висловлюватися чітко, логічно та змістовно, уникаючи зайвого; речення мають бути короткими і стосуватися сутності питання. Варто інтонаційно виділяти найважливіші місця висловлювання і виражати свою позицію з приводу предмета мовлення.

Вступ має три рівні: **структурний** (повідомлення теми та мети виступу); **змістовий** (актуальність та специфіка теми; значення її для аудиторії; стислий виклад історії питання); **психологічний** (створення атмосфери доброзичливості та зацікавлення).

Залежно від категорії аудиторії використовують: **штучний** (для критично налаштованої аудиторії); **природний** (для позитивно налаштованої аудиторії) і **змішаний** види вступу.

Види штучного вступу: притча, легенда, казка, афоризм, аналогія, співпереживання, апеляція до інтересу

аудиторії, гумор, проблемне питання, покликання на авторитети, наочний матеріал, раптовий початок.

Види природного вступу: пояснення мети, теми, причини, презентація односторонніх, історичний огляд.

Змішаний вид полягає в поєднанні названих вище видів вступу.

Варто уникати у вступі таких висловлювань: *Перепрошую, що займаю Ваш час..., Основне було сказане попереднім доповідачем..., Ось тут, як Ви чули, багато говорили і Дякую вельмишановному голові, який люб'язно дав мені можливість... тощо.*

Основна частина. В основній частині висвітлюється суть проблеми, наводяться докази, пояснення, міркування відповідно до попередньо визначеної структури виступу. Слід пояснювати кожен аспект проблеми, добираючи переконливі цифри, факти, цитати (проте кількість подібних прикладів не має бути надто великою). Варто подбати про зв'язки між частинами, поєднавши їх в єдину струнку систему викладу; усі питання мають висвітлюватися збалансовано (при цьому не обов'язково кожному з них приділяти однакову кількість часу). Статичний опис мусить плавно перейти в динамічну, рухливу розповідь, щоб за допомогою системи логічних аргументів розкрити сутність питання, поступово нарощуючи аргументацію так, аби кожна наступна думка підсилювала попередню, а найсильніші аргументи виголошувати в кінці – це забезпечить стійкий інтерес слухачів, дасть змогу підтримувати увагу аудиторії. Окрім того, варто постійно стежити за відповідністю між вжитим словом і його значенням.

Надзвичайно важливо продумати, у яких місцях виступу потрібно звернутися до своєрідних «ліричних» відступів, адже суцільний текст погано сприймається, при цьому не слід забувати, що вони мають обов'язково бути лаконічними й ілюструвати текст.

Висновки. Ключовою композиційною складовою будь-якого виступу є висновок. У ньому варто повторити основну думку, заради якої він виголошувався, підсумувати сказане, узагальнити думки, що висловлені в основній частині. Висновки мають певним чином узгоджуватися зі вступом і не випадати із загального стилю викладу.

Закінчивши промову, в аудиторії варто з'ясувати, чи є запитання. І, якщо так, то дати на них ґрунтовні відповіді.

У тому разі, якщо, готуючись до виступу, доповідач вирішить записати промову на папері, йому слід урахувати, що розмовна мова значною мірою різниться від писемної, вона менш формалізована, вільніша, краще сприймається. При цьому не можна нехтувати дотриманням загальноприйнятих літературних норм у користуванні орфоепічними, морфологічними та стилістичними засобами мови, адже важливою умовою успіху є бездоганна грамотність. Мовлення має бути не тільки правильним, а й лексично багатим, синтаксично різноманітним.

Безперечно, успіхові будь-якого публічного виступу сприяє виразне мовлення. До технічних чинників його належать *дихання, голос, дикція (вимова), інтонація (тон), темп, жести, міміка*. Лише досконале володіння кожним складником техніки виразного мовлення може гарантувати високу якість мовлення.

Жести у поєднанні зі словами підсилюють емоційне звучання сказаного. Щоб оволодіти методикою жестикулювання, необхідне тривале тренування, розуміння значення кожного жесту.

Загальні рекомендації щодо використання невербальних засобів:

— не жестикулюйте руками упродовж усього виступу;

- кількість жестів, їх інтенсивність повинна відповідати призначенню тощо;
- голос, тон, виклад, уся сукупність виразових засобів і прийомів має свідчити про істинність думки й почуття промовця;
- перед виступом варто обов'язково проводити репетицію.

Аргументація у широкому розумінні означає майстерний добір переконливих доказів. В основі аргументації лежить складна логічна операція, що є комбінацією суджень як елементів доведення.

Доведення – це сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомоги інших істинних і пов'язаних з ним суджень. Структура доведення складається з тези, аргументів, демонстрації (форми доведення).

Теза – це судження, істинність якого потребує доведення.

Переконати когось означає створити у нього впевненість в істинності тези. Порушення цього правила призводить до логічної помилки – втрати або підміни тези. Якщо втрата тези є мимовільною помилкою недосвідченого оратора, то підміна тези – цілеспрямованою дією особи, яка її висунула.

Аргументи (докази) – це ті істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези. Розрізняють такі види аргументів: вірогідні одиничні акти, визначення, аксіоми та постулати, раніше доведені закони науки та теореми.

Докази мають відповідати таким логічним вимогам, як істинність, підтвердження висунутої тези, очевидна істинність поза висунутою тезою. Необхідно заздалегідь підготувати достатню кількість вивірених аргументів і послідовно навести їх.

Демонстрацією (формою доведення) є засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини.

За формою докази поділяються на **прямі** та **непрямі**. **Прямим** називають такий доказ, у якому безпосередньо (прямо) обґрунтовується істинність тези; **непрямим** — у якому істинність обґрунтовується шляхом доведення помилковості протилежного твердження. Інколи непрямий доказ називають доведенням від супротивного.

Спростування — це логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези. Тезою спростування називають судження, за допомоги якого заперечується теза. Існують три засоби спростування: **критика аргументів, спростування тези** (пряме і непряме), **виявлення неспроможності демонстрації**.

Критика аргументів, які висунуті опонентом в обґрунтуванні його тези, зреалізовується доведенням їхньої хибності або неспроможності. Але хибність аргументів ще не означає хибності самої тези.

Спростування тези досягається відкиданням фактів; встановленням хибності (або суперечності) наслідків, що випливають з тези; спростуванням тези через доведення антитези.

Виявлення неспроможності демонстрації полягає в тому, що встановлюються помилки у формі самого доведення.

Правила доказового міркування, що стосуються тези:

- вона повинна бути логічно визначеною, ясною і чіткою;
- вона має лишатися тотожною самій собі упродовж усього доведення.

Правила щодо аргументів:

- вони мають бути істинними і не суперечити один одному;

– вони повинні бути достатньою основою для підтвердження тези; такими судженнями, істинність яких доводиться самостійно, незалежно від неї.

Правила щодо форми обґрунтування тези:

- вона повинна бути висновком, що логічно випливає з аргументів за загальними правилами;
- вона має бути одержаною згідно з правилами непрямого доведення.

Порушення правил висновку:

- помилки в дедуктивних висновках;
- помилки в індуктивних висновках через підміну реальних відношень;
- паралогізми, софізми і парадокси.

Паралогізм – це ненавмисна логічна помилка в міркуванні, яка виникає внаслідок порушення законів і правил логіки та зазвичай призводить до хибних висновків.

Софізм – навмисно хибно зроблений висновок, який має видимість істинного.

Парадокс – міркування, у якому доводиться як істинність, так і хибність певного судження.

Вирішення теоретичних і практичних проблем іноді переростає в ***дискусію*** – широке публічне обговорення якого-небудь спірного питання, висловлення різних думок з приводу нього. Логічна основа дискусії полягає в правильно побудованому процесі доведення тези та її спростуванні. Суб'єктами дискусії є ***пропонент, опонент*** та ***аудиторія***.

Пропонент – учасник дискусії, доповідач, дисертант, дипломник, що висунув і відстоює певну тезу, ідею або концепцію.

Опонент – особа (учасник дискусії, співдоповідач або рецензент), яка заперечує або спростовує думки пропонента, чи оцінює її.

Існують різні ступені незгоди опонента з пропонентом: **незгода у формі сумніву** (в пасивній формі висловлюється певний сумнів щодо тези пропонента); **деструктивна незгода** (руйнується теза пропонента); **конструктивна незгода** (не тільки руйнується теза пропонента, а й висувається та доводиться інша, власна).

Якщо опонент не погоджується з аргументом пропонента, то останній може обрати той чи інший варіант поведінки: відмовитися від аргументу; замінити його іншим; знайти додаткові факти на користь висунутого аргументу.

Аудиторія – це третій, колективний суб'єкт дискусії, оскільки як пропонент, так і опонент не тільки намагаються переконати один одного, а й схилити всіх присутніх до своєї думки.

Досягнення певної мети суттєво полегшується, якщо ретельно продумати і майстерно застосувати адекватні цій меті засоби.

Мовленнєва стратегія – це комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети. Стратегії, що орієнтовані на майбутні мовленнєві дії, пов'язані з прогнозуванням ситуації.

Мовленнєва тактика – це конкретні мовленнєві дії під час спілкування, спрямовані на реалізацію стратегії і досягнення комунікативної мети.

Уміння представляти проекти (презентації), звітувати, переконувати, якісно інформувати аудиторію є досить важливою складовою професіограми майбутнього фахівця.

Презентація – спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого переконати або спонукати її до певних дій. Презентацію здійснюють через три канали: **вербальний** (те, що я говорю); **вокальний** (те, як я

говорю); **невербальний** (вираз очей, жести, рухи). Вплив на аудиторію суттєво посилюється завдяки володінню вокальним і невербальним засобами.

Презентація може бути **успішною** і **неуспішною**. **Успішна презентація** – це та, під час якої досягнуто поставленої мети; **неуспішною** можна вважати ту презентацію, під час якої аудиторію не вдалося переконати; підсумком стало розчарування як аудиторії, так і презентатора.

Основними причинами неуспішної презентації є:

- нездатність подолати хвилювання перед великою аудиторією;

- недоліки у плануванні й підготовці презентації;
- погано організований, неструктурований зміст;
- недостатній контакт з аудиторією;
- неуважність до деталей;
- відсутність відчуття часу;
- неефективне використання наочних засобів;
- перевантаження інформацією.

Важливим для успіху презентації є її планування.

План презентації

1. Мета і завдання презентації.
2. Тема і предмет презентації.
3. Аудиторія, на яку спрямована презентація.
4. Початок і тривалість виступу.
5. Місце проведення презентації.

Сучасному фахівцеві досить часто доводиться готувати й виголошувати публічні виступи як у межах своєї установи, так і поза нею. Ефективній підготовці сприяють засоби PowerPoint, що є складовою пакета Microsoft Office. Вони допомагають швидко підготувати набір слайдів, що супроводжують виступ. Цей набір називається **презентацією** (текст, таблиці, діаграми, рисунки, відеокліпи, звуковий супровід тощо).

Розрізняють такі види презентацій:

Презентація за сценарієм – традиційна презентація зі слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор.

Використання анімаційного тексту в поєднанні з діаграмами, графіками та ілюстраціями дає змогу зосередити увагу аудиторії на основних твердженнях і сприяє кращому запам'ятовуванню інформації. Озвучує матеріал зазвичай сам ведучий.

Інтерактивна презентація – це діалог користувача з комп'ютером. Користувач приймає рішення, який матеріал для нього важливий, і обирає на екрані потрібний об'єкт за допомоги миші або натисненням на клавіші. У цьому випадку видається інформація, на яку є запит.

Інтерактивна презентація дає змогу здійснювати пошук інформації, заглиблюючись у неї настільки, наскільки це було передбачено її розробником. Така презентація захоплює користувача та утримує його увагу.

Автоматична презентація – це закінчений інформаційний продукт, перенесений на відеоплівку чи компакт-диск і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості.

Навчальна презентація призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне і наочне викладання теоретичного та практичного матеріалу.

Навчальні презентації поділяються на такі ***види***: презентації-семінари; презентації для самоосвіти; презентації-порадники.

У процесі навчання можуть використовуватися й інші види презентацій. Успіх будь-якої з них, незалежно від мети, типу, теми, складу аудиторії, визначається умінням доповідача презентувати свій задум.

Структурні компоненти презентації:

Експозиція – встановлення миттєвого контакту з аудиторією, створення атмосфери доброзичливості, утримування уваги та спонукання інтересу до теми. Вона повинна бути короткою, захопливою, оригінальною.

Вступ (5-10% часу від перебігу всієї презентації) – встановлення (якщо це не вдалося під час експозиції) чи закріплення контакту з аудиторією, виклад лаконічних зауважень з приводу теми презентації.

Вступна частина презентації передбачає такі етапи:

- привітання, вступні зауваження;
- пояснення мети презентації;
- огляд основних етапів презентації, використання допоміжних засобів;
- пропозиція ставити запитання після або під час презентації.

Вступ повинен допомогти аудиторії знайти відповіді на такі запитання, як: *Що я почую, побачу?, У якій послідовності я це почую?, Чому це мені буде цікаво?*

Основна частина – «серцевина» виступу, плануючи яку доцільно виокремити ключові положення, переходи-зв'язки. Будь-яке велике повідомлення для того, щоб бути засвоєним, повинно містити від одного до трьох пунктів (ключових тез). Це дозволяє логічно структурувати матеріал, аби він був зручним для сприймання.

Основна частина становить 70-85% презентації. Завдання її – схарактеризувати ситуацію, подати можливі засоби для її покращення й обов'язково запропонувати власний варіант реалізації – **кульмінація** презентації. При цьому варто спонукати аудиторію до прийняття рішень і дій, вказавши на переваги своєї пропозиції.

Залежно від типу презентації за цільовим критерієм (інформаційна, спонукальна, переконлива), розрізняють **методи її розгортання**:

– інформаційна презентація послуговується хронологічним, географічним чи просторовим, індуктивним, причинно-наслідковим, дефініційним викладом;

– спонукальна та переконлива – методами індукції, дедукції, аналогії, причинно-наслідкового зв'язку чи за певною схемою (теорія і практика, обов'язок і «вигода», факт і його практичне завдання).

Здебільшого використовують змішаний тип композиції, за якою презентатор комбінує різні методи викладу матеріалу, що дозволяє зробити структуру основної частини більш оригінальною.

Для роботи на цій стадії доповідачеві необхідно вміти аналізувати ситуацію та поведінку аудиторії, пояснювати матеріал і аргументувати викладену думку.

Резюме підсумовує сказане, ущільнює зміст і свідчить про те, що презентація наближається до завершення.

Висновок – вихід з контакту, завершення спілкування. Це не тільки висловлення подяки за увагу, а ще одна фінальна спроба переконати аудиторію, тобто досягти мети презентації. Висновок має бути виразним, коротким і обов'язково оптимістично-мажорним.

Відомо, що промовця слухають більш уважно на початку й наприкінці презентації (це називають «законом краю»). Продумуючи експозицію та висновок, важливо виявити почуття міри, адже занадто яскравий, образний початок зобов'язує витримати цю тональність під час усієї презентації.

Способи завершення презентації:

- неочікуване завершення;
- резюме;
- жарт;
- оптимістичний або спонукальний заклик;
- заклик до дії;

- комплімент на прощання;
- висловлення вдячності.

Презентація закінчується лише тоді, коли доповідач повідомляє про її завершення.

Важливим компонентом техніки професійного спілкування є вміння слухати. **Слухання** – не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота, якій передують бажання почути, інтерес до співрозмовника. Розпізнання істинного змісту повідомлення або поведінки означає перший крок до правильного вибору засобів впливу на співрозмовника.

Часто трапляється так, що у процесі слухання відбувається своєрідна імітація уваги до співрозмовника.

Поширеним є **«агресивне» слухання** – прагнення якомога швидше висловити власні погляди і судження, не беручи до уваги позицію партнера.

«Вибіркове» слухання дає можливість зосередитися лише на деяких деталях повідомлення, найбільш важливих або цікавих для реципієнта; за цих умов не вимальовується загальна картина, вона залишається мозаїчною.

Розглядаючи слухання як елемент техніки професійного спілкування, виділяють два його типи: **пасивне** й **активне**.

Пасивне – це таке слухання, за якого відсутні дії реципієнта, що інформували б про те, чи сприйняли й зрозуміли його повідомлення.

З метою кращого порозуміння співрозмовників рекомендують використовувати техніку **активного** слухання: *з'ясування, дослівного повторювання, перефразування і резюмування*.

З'ясування полягає у зверненні до співрозмовника за уточненнями та у постановці перед ним відкритих запитань.

Дослівне повторення – відтворення частини висловлювання партнера або усієї його фрази. Воно допомагає зосередитися на словах і постійно стежити за міркуваннями співрозмовника. Повторення дає змогу партнерові зрозуміти, що його чують і сприймають.

Перефразування – коротке відтворення основного змісту повідомлення співрозмовника, сутності його висловлення.

Резюмування використовується, якщо під час виступу увага переключається на інше, часто другорядне питання.

Під час сприймання публічного виступу слухачів зазвичай дратують:

- розповіді про особисті справи;
- банальність (розмова про відомі всім речі, повторення жартів та афоризмів);
- пасивність (підтакування співрозмовникові та небажання висловлювати вмотивовану думку);
- самозаглиблення (зосередженість лише на своїх успіхах і проблемах);
- надмірна серйозність;
- відсутність такту, схильність до спішних висновків;
- гордовитість і зневага до співрозмовника;
- брутальність, надмірна балакучість.

Логічності виступу сприяють питальні конструкції, оскільки розвиток суджень відбувається шляхом переходу від раніше відомого до нового, більш точного твердження.

Функції питальних висловлювань визначаються їх місцем у структурі тексту виступу і комунікативним завданням. З їх допомогою визначається проблема, викладається нова інформація. Існують різні види запитань, якими послуговуються під час виголошення і сприймання публічного виступу:

– **закрите запитання** (на яке можна відповісти однозначно («так/ні», назвати точну дату, ім'я або число тощо); його використовують, щоб отримати конкретну інформацію, уточнити твердження, сфокусувати розмову);

– **відкрите запитання** (на яке важко відповісти одним словом; воно висловлюється на початку дискусії і вимагає розгорнутої відповіді (починається словами *чому, навіщо, у який спосіб, яка Ваша думка з цього приводу, що Ви могли б нам запропонувати* тощо));

– **альтернативне запитання** (ставлять у відкритій формі, але при цьому пропонують варіанти відповіді);

– **риторичне запитання** (не потребує відповіді; до них вдаються у двох випадках: відповідь і так усім слухачам відома, треба тільки актуалізувати її для сприймання; таке запитання, на яке ніхто не знає відповіді або її й зовсім не існує, наприклад: *Хто винен? Що робити? Куди йдемо?* тощо);

– **підтверджувальне запитання** (техніка Сократа) (за допомогою якого можна одержати від співрозмовника низку відповідей «так», щоб створити атмосферу згоди або додати розмові інерції);

– **спрямовувальне запитання** (використовують, коли потрібно скерувати розмову в потрібному напрямку);

– **запитання-кристалізатор** (допомагає шліфувати думку);

– **інформаційне запитання** (забезпечує отримання інформації);

– **однопольсне запитання** (віддзеркалює запитання співрозмовника);

– **проблемне запитання** (формулює мету виступу, мікротему, визначає завдання);

– **провокаційне запитання** (підбурює до певних дій, спонукає до бажаних);

– **навідне запитання** (стимулює мислення, спрямовує хід думок у потрібному напрямку (*Що б трапилося, якщо...? Чи віддаєте Ви перевагу...?*));

– **прикінцеве запитання** (використовують на етапі завершення розмови, виступу, йому мають передувати одне-два підтверджувальні запитання).

Уміле використання промовцем у виступі різних видів запитань сприятиме ефективному сприйманню слухачами його доповіді.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

«Агресивне» слухання – прагнення якомога швидше висловити власні погляди і судження, не беручи до уваги позицію партнера.

«Вибіркове» слухання – слухання, яке дає можливість зосередитися лише на деяких деталях повідомлення, найбільш важливих або цікавих для реципієнта.

Автоматична презентація – закінчений інформаційний продукт, перенесений на електронний ресурс і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості.

Агітаційна промова – промова, що зосереджується на якому-небудь політичному питанні, ідеї, факті, містить заклик до певної діяльності й адресована до широких мас.

Альтернативне запитання – запитання, що дозволяє зробити вибір варіанта відповіді з двох або трьох альтернативних.

Аргумент – судження, за допомогою якого в процесі логічного доведення встановлюється істинність тези.

Аргументація – форма розумової діяльності, мета якої полягає в обґрунтуванні твердження про істинність або хибність певного висловлювання.

Аудиторія – соціальна спільність людей, об'єднана взаємодією з певним індивідом, який володіє інформацією та доводять її до цієї спільності.

Виступ – усне монологічне висловлення з метою впливу на аудиторію.

Відкрите запитання – таке, що вимагає розгорнутої відповіді і створює сприятливу атмосферу для діалогу.

Вітальна промова – така, що вимагає певної емоційності й особливо точного врахування специфіки слухачів, характеру події та ситуації.

Демонстрація – засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини.

Дискусія – форма колективного обговорення, мета якої – виявити істину через зіставлення різних поглядів.

Ділова доповідь – виклад інформації та шляхів розв'язання різних практичних питань діяльності певного колективу чи організації.

Доведення – сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомогою інших істинних і пов'язаних з ним суджень.

Доповідь – прилюдне повідомлення, у якому висвітлюються певні питання, висновки, робляться пропозиції.

Закрите запитання – таке, що передбачає однозначну відповідь «так» або «ні», а також вибір одного із варіантів запропонованих відповідей.

Запитання-кристалізатор – таке, що допомагає формулюванню точності думки.

Звітна доповідь – промова, у якій офіційна особа повідомляє уповноваженому зібранню про здійснену колективом роботу, аналізує й оцінює її результати.

Інтерактивна презентація – діалог користувача з комп'ютером.

Інформаційна промова – така, що має на меті не лише спонукати до пізнання, але й дати певне уявлення про предмет.

Інформаційне запитання – таке, що забезпечує отримання необхідної, важливої і цікавої інформації.

Мовленнєва стратегія – комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети.

Мовленнєва тактика – конкретні мовленнєві дії під час спілкування, спрямовані на реалізацію стратегії і досягнення комунікативної мети.

Навідне запитання – таке, що стимулює мислення, спрямовує хід думок у потрібному напрямку.

Навчальна презентація – така, що призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне і наочне викладання теоретичного і практичного матеріалу.

Наукова доповідь – публічне повідомлення, розгорнутий виклад певної наукової проблеми (теми, питання).

Однополюсне запитання – віддзеркалене запитання співрозмовника; іноді звичайне його повторення, іноді – з коментарями.

Опонент – особа, яка заперечує, піддає сумніву істинність або слушність тези, що висунув пропонент у публічній бесіді, на диспуті, під час захисту дисертації тощо.

Парадокс – міркування, у якому доводиться як істинність, так і хибність певного судження.

Паралогізм – ненавмисна логічна помилка в міркуванні, яка виникає внаслідок порушення законів і правил логіки та зазвичай призводить до хибних висновків.

Перефразування – коротке відтворення основного змісту повідомлення співрозмовника, сутності його висловлення.

Підтверджувальне запитання – таке, за допомогою якого можна одержати від співрозмовника низку відповідей «так», щоб створити атмосферу згоди або додати розмові інерції.

Повідомлення – цілісний, зв'язний, завершений за смислом, структурований, автономний та цілеспрямований твір мовлення, що реалізується у конкретних умовах спілкування.

Політична доповідь – різновид доповіді з політичних питань, у якій з'ясовуються сутність, причини, наслідки певної політичної події, розкриваються шляхи розвитку суспільства.

Презентація – спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого переконати або спонукати її до певних дій.

Презентація за сценарієм – традиційна презентація зі слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор.

Прикінцеве запитання – таке, що використовується на етапі завершення розмови, виступу; йому мають передувати одне-два підтверджувальні запитання.

Проблемне запитання – таке, що за змістом виражає певну проблему.

Провокаційне запитання – таке, що містить приховану інформацію, на підставі якої, незалежно від відповіді «так» або «ні», визнається, що властивість, про яку йдеться у запитанні, існує.

Промова – усний виступ з метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів; характеризується логічною стрункістю тексту, емоційною насиченістю та вольовими імпульсами мовця.

Пропонент – особа, яка висуває та обстоює певну тезу.

Публічний виступ – привселюдне виголошення промови, заяви, інформації з певної проблеми.

Резюмування – техніка переформулювання, за допомогою якої підбивають підсумок не окремої фрази, а значної частини розповіді або всієї розмови (доповіді) в цілому.

Риторика – теорія та майстерність ефективного (доцільного, впливового, гармонійного) мовлення; наука і водночас мистецтво переконання.

Риторичне запитання – фігура, що містить у собі ствердну відповідь; ставиться з метою афористичного узагальнення очевидної думки.

Розважальна промова – така, що підтримує інтерес – самоціль.

Слухання – активний процес, який стає можливим у результаті взаємодії усного мовлення і розумової діяльності слухача.

Софізм – навмисно хибно зроблений висновок, що подібний істинному.

Спростування – логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези.

Спрямовувальне запитання – таке, що використовується за потреби скерувати розмову в потрібному напрямку.

Теза – судження, істинність якого потребує доведення.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 4; 6; 7; 17; 33; 40; 60; 63; 75; 86; 92; 96; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Публічний виступ як важливий засіб комунікації переконання.
2. Мистецтво аргументації та його особливості.

3. Презентація як різновид публічного мовлення.
4. Культура сприймання публічного виступу.
5. Види запитань та культура їх формулювання.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Сформулюйте поради недосвідченому промовцеві «Як готуватися до виступу з науковою доповіддю».

Завдання 2. Доберіть і запишіть 2-3 аргументи, щоб підтвердити такі думки:

Людина відчуває свій обов'язок лише тоді, коли вона вільна (А. Бергсон). Свобода – це воля до особистої відповідальності (Ф. Ніцше). Світ належить тим, хто вміє хотіти (Д. Донцов).

Завдання 3. Підготуйте виступи, у яких Ви могли б використати такі цитати:

Любов виникла з любові, і коли хочу, щоб мене любили, я сам перший люблю (Г. Сковорода). Ніколи не думайте, що Ви уже все знаєте. І хоч би як високо не оцінили Вас, завжди майте мужність сказати про себе: я – неук (І. Павлов).

Завдання 4. Підготуйте тренінг на тему «Мистецтво презентації».

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Укладіть словник основних риторичних термінів, послуговуючись нижчеподаною літературою.

Завдання 2. Підготуйте наукову доповідь з проблем свого фаху, використовуючи логічну аргументацію. Зробіть риторичний аналіз промови за схемою.

Схема риторичного аналізу промови

– Як оратор сформулював тему, мету, представив предмет?

– Яка композиція тексту і як вона спрямована на досягнення мети?

– Монолог, діалог, полілог.

– Логічність, послідовність і доцільність побудови промови.

– Як сформульовано тези, наскільки вдало вибрано тип аргументації та види доказів?

– Образна система тексту. Ключові слова.

– Характеристика засобів милозвучності: евфонічні чергування голосних і приголосних; вимовна легкість (повноголосся, подовження, спрощення).

– Засоби активізації уваги слухачів.

Завдання 3. Складіть цитатний план до теми «Мовленнєва комунікація у фаховій діяльності». Подумайте, у якій послідовності варто розташувати вислови видатних людей.

Завдання 4. Підготуйте кілька виступів на одну тему, але різних за метою, наприклад, інформаційний виступ, рекламний, критичний. Що різнить ці виступи?

Завдання 5. Підготуйте презентацію професії, яку опановуєте в університеті. Скористайтеся навідними питаннями.

– Чим приваблює обрана професія?

– Що Вам відомо про цей фах? (Історичний екскурс)

- Наскільки Ваша спеціальність важлива й актуальна сьогодні, у перспективі?
- Які ділові й моральні якості допоможуть Вам у професійній діяльності?
- Ким Ви бачите себе у майбутньому?

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про мовленнєву стратегію і тактику в процесі організації сучасної ділової комунікації.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Логічні аспекти культури риторичної комунікації».
- «Професійна риторика: традиції і сучасність».

– «Комунікативні вимоги до мовної поведінки під час публічного виступу».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке «риторика»?

- а) теорія ораторського мистецтва;
- б) наука красномовства;
- в) публічне монологічне мовлення;
- г) усі відповіді правильні.

2. Що таке «виступ»?

- а) заздалегідь підготовлений публічний виступ на певну актуальну тему, звернений до широкого загалу;
- б) найпоширеніша форма публічного виступу, важливий елемент системи зв'язків із громадськістю, яка порушує проблеми, що потребують розв'язання;
- в) публічне виголошення промови з одного чи декількох питань;
- г) невеликий публічний виступ з певної теми.

3. Що означає «автоматична презентація»?

- а) традиційна презентація зі слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор;
- б) діалог користувача з комп'ютером;
- в) закінчений інформаційний продукт, перенесений на відеоплівку, дискету, компакт-диск і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості;
- г) призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне й наочне викладання теоретичного і практичного матеріалу.

4. Що означає «навчальна презентація»?

а) традиційна презентація зі слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор;

б) закінчений інформаційний продукт, перенесений на відеоплівку, дискету, компакт-диск і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості;

в) призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне й наочне викладання теоретичного і практичного матеріалу;

г) діалог користувача з комп'ютером.

5. Що таке «демонстрація»?

а) істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези;

б) сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомогою інших істинних і пов'язаних з ним суджень;

в) засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини;

г) логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези.

6. Що таке «аргументи»?

а) логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези;

б) істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези;

в) сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомогою інших істинних і пов'язаних з ним суджень;

г) засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини.

7. Що таке «доведення»?

а) сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомогою інших істинних і пов'язаних з ним суджень;

б) істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези;

в) засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини;

г) логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези.

8. Які рівні має вступ виступу?

а) структурний, змістовий;

б) структурний, змістовий, психологічний;

в) структурний, змістовий, психологічний, логічний;

г) структурний, змістовий, психологічний, логічний, аналітичний, узагальнювальний, творчий.

9. Яке запитання називають «альтернативним»?

а) запитання, яке не потребує відповіді;

б) запитання з варіантами відповідей;

в) запитання, на яке важко відповісти одним словом;

г) запитання, яке використовується, коли потрібно скерувати розмову у потрібному напрямку.

10. Яке запитання називають «провокаційним»?

а) запитання, яке використовується, коли потрібно скерувати розмову у потрібному напрямку;

б) запитання, яке підбурює до певних дій, спонукає до бажаних;

в) запитання, яке стимулює мислення, спрямовує хід думок у потрібному напрямку;

г) запитання, яке використовують на етапі завершення розмови, виступу.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

ОСНОВНА:

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

2. Вандишев В.М. Риторика : екскурс в історію вчень і понять : [навчальний посібник] / Вандишев В.М. – К. : Кондор, 2003. – 264 с.

3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

4. Голуб Н.Б. Риторика у вищій школі : [монографія] / Голуб Н.Б. – Черкаси : Брама-Україна, 2008. – 400 с.

5. Когут О.І. Основи ораторського мистецтва : [практикум] / Когут О.І. – Тернопіль : Астон, 2005. – 296 с.

6. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

7. Мацько Л.І. Риторика : Л.І. Мацько, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с.

8. Сагач Г.М. Ділова риторика : мистецтво риторичної комунікації : [навчальний посібник] / Сагач Г.М. – К. : Зоря, 2003. – 255 с.

9. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

10. Чулінда Л.І. Риторична майстерність : [посібник] / Л.І. Чулінда, І.С. Паримський. – К. : [б. в.], 2000. – 79 с.

ДОДАТКОВА:

1. Вагапова Д.Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах / Вагапова Д.Х. – М. : Цитадель, 1999. – 460 с.

2. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Гриценко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

3. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін.]. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.

4. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.

5. Палеха Ю.І. Ділова етика : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2002. – 180 с.

6. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.

7. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

8. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

9. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.

10. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 6

У процесі вивчення теми *«Риторика і мистецтво презентації»* рекомендується:

- опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

- ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: «агресивне» слухання, «вибіркове» слухання, автоматична презентація, агітаційна промова, альтернативне запитання, аргумент, аргументація, аудиторія, виступ, відкрите запитання, вітальна промова, демонстрація, дискусія, ділова доповідь, доведення, доповідь, закрите запитання, запитання-кристалізатор, звітна доповідь, інтерактивна презентація, інформаційна промова, інформаційне запитання, мовленнєва стратегія, мовленнєва тактика, навідне запитання, навчальна презентація, наукова доповідь, однополюсне запитання, опонент, парадокс, паралогізм, перефразування, підтверджувальне запитання, повідомлення, політична доповідь, презентація, презентація за сценарієм, прикінцеве запитання, проблемне запитання, провокаційне запитання, промова, пропонент, публічний виступ, резюмування, риторика, риторичне запитання, розважальна промова, слухання, софізм, спростування, спрямовувальне запитання, теза та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в

окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

– із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

– завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 7

ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

МЕТА: засвоїти основні поняття і критерії культури фахової мови й мовлення; формувати комунікативну професіограму майбутнього фахівця; збагачувати фаховий словниковий запас; засвоїти правила поведінки, які регламентують взаємини між людьми в різних комунікативних ситуаціях; виробляти вміння і навички послуговуватися впорядкованою парадигмою знаків у різних етикетних комунікативних ситуаціях; виховувати ввічливість, повагу, гречність, толерантність, чемність.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

В умовах розбудови української держави все більшого значення набувають проблеми духовної культури нації, адже лише повноцінна й багата етнокультура гарантує буття народу в часі. Істотним елементом духовної культури є мова – акумулятор знань і соціального досвіду, першооснова нагромадження культурних цінностей, один із найголовніших засобів самовираження особистості. Розвиток духовної культури соціуму детермінується насамперед станом функціонування мови в усіх сферах суспільної діяльності й особливо – мовною культурою особистостей.

Мова – явище фізичне, фізіологічне, антропологічне, суспільне. Це феномен людської цивілізації. Суспільна сутність людини виявляється уже в тому, що вона щодня спілкується, пристосовується до свого оточення, зміцнює суспільні зв'язки, взаємодіє зі суспільними групами.

Мова є засобом спілкування, мислетворення, інтелектуального та естетичного освоєння світу, нагромадження і збереження людського досвіду, а також умова подальшого поступу всього людства.

Мова і слово є показниками загальної культури людини, її інтелекту, мовної культури. **Слово** виступає візитною карткою віку, статі, професії, соціального стану особистості. Мовна культура шліфується і вдосконалюється у процесі спілкування, зокрема під час виконання професійних обов'язків. Вона виявляється у володінні фаховою мовою, умінні висловлюватися правильно, точно, логічно, майстерно послуговуватися комунікативно виправданими мовними засобами залежно від мети і ситуації спілкування. Усі ці критерії регламентує мовознавча наука – **культура мови**.

До якої б сфери не відносилось поняття «культура мови», воно завжди репрезентує три основні аспекти: **ортологічний, комунікативний і етичний**.

Отже, **культура мови** – це галузь мовознавства, що кодифікує норми, стандарти репрезентації мовної системи. Вона не лише утверджує норми літературної мови, а й пропагує їх, забезпечуючи стабільність і рівновагу мови.

Правильність мовлення – це базова вимога культури мови, її основа.

Особливо важливо для всіх фахівців оволодіти нормами мови документів і усного ділового спілкування.

Нормативний аспект культури мови є одним із найважливіших, але не єдиним. Адже можна, не порушуючи норми української літературної мови, справити негативне враження на співбесідника.

Мова має величезний запас відповідних засобів, якими варто послуговуватися, ураховуючи ситуацію, сферу спілкування, статусні ознаки співбесідників. Усі ці засоби мають бути мобілізовані на досягнення комунікативної мети. Ці питання передусім становлять **комунікативний аспект культури мови**.

Етичний аспект культури мовлення вивчає лінгвістична дисципліна – **мовний етикет** (типові

формули вітання, побажання, запрошення, прощання). Неабияке значення мають і тон розмови, уміння вислухати іншого, вчасно й доречно підтримати тему.

Отже, високу культуру мовлення фахівця визначає досконале володіння літературною мовою, її нормами в процесі мовленнєвої діяльності. Важливе значення для вдосконалення культури мовлення має систематична й цілеспрямована практика мовлення – спілкування рідною мовою із співробітниками, колегами, знайомими, приятелями, оскільки вміння і навички виробляються лише в процесі мовленнєвої діяльності.

Культура мовлення – невід’ємна складова загальної культури особистості. Володіння нею – важлива умова професійного успіху та фахового зростання.

Мова і культура перебувають в одній поняттєвій площині і як духовні цінності органічно пов’язані між собою. Слово **культура** означає сукупність матеріальних і духовних цінностей, які створило людство протягом своєї історії. Мова є проявом культури. Вона утримує в одному духовному полі національної культури всіх представників певного народу і на його території, і за її межами; цементує всі явища культури, є їх концентрованим виявом. Плакаючи мову, дбаючи про її розвиток, оберігаючи її самотність, ми зберігаємо національну культуру.

Культура мови – галузь мовознавства, що займається утвердженням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях. Використовуючи відомості історії української літературної мови, граматики, лексикології, словотвору, стилістики, культура мови виробляє наукові критерії в оцінюванні мовних явищ, виявляє тенденції розвитку мовної системи, проводить цілеспрямовану мовну політику, сприяє втіленню норм у мовну практику. Культура мови має регулювальну функцію, адже пропагує нормативність,

забезпечує стабільність, рівновагу мови, хоча водночас живить її, оновлює. Вона діє між літературною мовою і діалектами, народнорозмовною, між усною і писемною формами.

Культура мови невіддільна від практичної стилістики, яка досліджує і визначає оптимальність вибору тих чи інших мовних одиниць залежно від мети і ситуації мовлення.

Культура мовлення – передбачає дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство й доречність мовлення, а також дотримання правил мовленнєвого етикету.

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

- **нормативність** (дотримання усіх правил усного й писемного мовлення);
- **адекватність** (точність висловлювань, ясність і зрозумілість мовлення);
- **естетичність** (використання експресивно-стилістичних засобів мови, які роблять мовлення багатим і виразним);
- **поліфункціональність** (забезпечення застосування мови у різних сферах життєдіяльності).

Висока культура мовлення означає досконале володіння літературною мовою у процесі спілкування та мовленнєву майстерність. **Основними якісними комунікативними ознаками**, їх ще називають критеріями, культури мовлення є **правильність, точність, логічність, змістовність, доречність, багатство, виразність, чистота**.

Правильність – одна з визначальних ознак культури мовлення. Мова має свої закони розвитку, які відображаються у її нормах. Вільно володіти

мовою означає засвоїти літературні норми, які діють у мовній системі. До них належать правильна вимова звуків і звукових комплексів, правила наголошування слів, лексико-фразеологічна, граматична, стилістична нормативність, написання відповідно до правописних і пунктуаційних норм.

Точність пов'язується з ясністю мислення, а також зі знанням предмета мовлення і значення слова. Уміння оформляти і виражати думки адекватно предметові або явищу дійсності зумовлюється знанням об'єктивної дійсності, постійним прагненням пізнавати реальний світ, а також знанням мови. Мовлення буде точним, якщо вжиті слова повністю відповідатимуть усталеним у цей період розвитку мови їхнім лексичним значенням. Розуміння предметно-понятійної віднесеності слова, його емоційно-експресивного забарвлення, місця у стилістичній палітрі, сполучуваності з іншими словами – усе це в комплексі дає нам знання слова, уміння виокремити його з мовної системи. Точність досягається не лише на лексико-семантичному рівні, вона тісно пов'язана з граматичним (особливо синтаксичним) рівнем. Це уважне ставлення до мови, правильний вибір слова, добре знання відтінків значень слів-синонімів, правильне вживання фразеологізмів, крилатих висловів, чіткість синтаксично-сміслових зв'язків між членами речення.

Точність мовлення залежить від інтелектуального рівня мовця, багатства його активного словникового запасу, ерудиції, володіння логікою думки, законами її мовного вираження. Вона визначається і етикою мовця. Саме повага до співрозмовника не дозволить погано знати предмет розмови.

Точність у різних стилях мови виявляється по-різному. У науковому – це одна з найперших вимог до тексту, вживання термінів; в офіційно-діловому

стилі вона реалізується передусім на лексичному рівні, тобто виявляється на рівні слововживання і пов'язана з урахуванням таких мовних явищ, як багатозначність, синонімія, омонімія, паронімія; художня точність відображає художньо-образне сприйняття світу і підпорядкована певній пізнавальній та естетичній меті; неточність у розмовному мовленні компенсує ситуація спілкування, міміка, жести.

Логічність. Дотримання цієї ознаки культури мовлення означає логічно правильне мовлення, розумне, послідовне, у якому є внутрішня закономірність, яке відповідає законам логіки і ґрунтується на знаннях об'єктивної реальної дійсності.

Логіка – це прийоми, методи мислення, з допомогою яких формується істина. Логічність виявляється на рівні мислення, залежить від ступеня володіння прийомами розумової діяльності. Логічність пов'язана з точністю мовлення на всіх мовних рівнях, тобто знанням мови. Правильні, конструктивні думки і добре знання мови породжують логічно правильне мовлення.

Розрізняють **предметну** логічність, що полягає у відповідності смислових зв'язків і відношень одиниць мови у мовленні зв'язкам і відношенням, що існують між предметами і явищами об'єктивної дійсності, і **понятійну** логічність, яка є відображенням структури логічної думки і логічного її розвитку в семантичних зв'язках елементів мови у мовленні.

Логічність – поняття загальномовне. Це ознака кожного функціонального стилю. У науковому – суворо дотримуються логіки викладу, вона «відкрита», адже ми простежуємо хід пізнавальної діяльності мовця і процес пошуку істини; в офіційно-діловому – це несуперечливість, логічно правильна будова тексту, послідовність, смислова погодженість частин тощо;

у розмовному стилі нелогічність компенсує ситуація мовлення.

Логічні помилки виявляють увесь спектр мисленнєво-сміслових порушень. Так звані алогізми виникають унаслідок:

- поєднання логічно несумісних слів, наприклад: *жахливо добрий, страшно гарний*;

- уживання семантично порожніх (зайвих) слів, тавтологія, наприклад: *місяць травень, моя особиста справа, особисто я звільнити із займаної посади, о 20 годині вечора, захисний імунітет*;

- порушення порядку слів у реченні, наприклад: *Успіх породжує старання*;

- зіставлення незіставних понять, наприклад: *Структура фірми відрізняється від інших фірм*;

- порушення хронологічної точності, наприклад: *У XVII ст. у Львівській області*;

- підміна понять, наприклад: *У всіх кінотеатрах міста демонструють ту саму назву фільму; Ревматичний діагноз не дає можливості мені ходити*;

- розширення чи звуження поняття, наприклад: *письменники і поети*;

- нечітке розмежування конкретного й абстрактного поняття, наприклад: *Нам розповіли про видатного письменника і прочитали уривки з його творчості*;

- невідповідність причини і наслідку, наприклад: *Збільшення кількості порушень залежить від того, наскільки активно ведуть з ними боротьбу*.

Багато логічних помилок можуть виникати внаслідок відхилення від синтаксичних норм, наприклад, неправильної побудови ряду однорідних членів речення, вибору сполучних засобів у складному реченні, порушень смислового зв'язку між окремим висловлюваннями у тексті та ін.

Змістовність мовлення передбачає глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з різною інформацією з цієї теми, уміння добирати потрібний матеріал та підпорядковувати його обраній темі, а також повноту розкриття теми без пустослів'я чи багатослів'я.

Доречність. Це такий добір мовних засобів, що відповідає змісту, характеру, експресії, меті повідомлення. Доречність мовлення – це врахування ситуації спілкування, комунікативних завдань, складу слухачів (читачів), їхнього стану, настрою, зацікавлень. По-іншому цю вимогу можна назвати **комунікативною доцільністю**. Передусім це використання належних мовних засобів, досягнення стильової відповідності. Наприклад, стандартні типові вислови-кліше доречні в діловому мовленні, але не в розмовному. Доречність – це і вміння вибрати форму спілкування (монолог, діалог, полілог), тон, інтонацію, намагання бути тактовним. Стильова, контекстуальна, ситуаційна доречність свідчить про правильну мовленнєву поведінку.

Показником **багатства** мовлення є великий обсяг активного словника, різноманітність уживаних морфологічних форм, синтаксичних конструкцій. Звичайна людина використовує близько 3 тис. слів, добре освічена – 6-9 тис. слів, хоча розуміє в десять разів більше.

Багате мовлення – це естетично привабливе мовлення, що відображає вміння застосувати тропи, образно-емоційну лексику, стійкі вислови, синоніми, знання синтаксичних виражальних засобів. Мати «дар слова» означає вміти так організувати своє мовлення, щоб воно вплинуло на людину не лише змістом, а й своєю формою, чуттєвим моментом, щоб принести задоволення тим, на кого воно спрямоване.

Виразність. Ця невід’ємна частина культури мовлення означає використання невичерпних ресурсів виражальних засобів української мови і лежить в основі мистецтва володіння словом. Виразність мовлення забезпечується виразністю дикції і чіткістю вимови. Значною мірою – це вміння застосовувати виражальні засоби звукового мовлення: логічний наголос, видозміни голосу, паузи, емоційну тональність, що передає настрій, оцінку, викликає потрібне сприйняття. Технічними чинниками виразності є дихання, інтонація, темп, жест, міміка. Виразність мовлення – це його «душа», засіб самовираження.

Чистота. Мова тоді буде чистою, коли вона правильно звучатиме, коли вживатимуться тільки літературно-нормативні слова і словосполучення, будуть правильні граматичні форми. Недоречним є вживання діалектизмів, надмірне захоплення просторічною лексикою, канцеляризмами, запозиченнями. Вживання цих слів може бути доречним у відповідному стилі чи ситуації, а вжиті без потреби, вони роблять мову незрозумілою і важкою для сприйняття. Не варто використовувати в мові жаргонні вислови, особливо лайливі. Чистота мовлення – це відсутність суржику.

Суржик означає штучно змішану, нечисту мову, гібрид української і російської, що, безперечно, є загрозою для існування рідної мови, соціальним злом.

Потрібно усвідомити, що розмова суржиком – ознака мовленнєво-мисленнєвого примітивізму, неосвіченості, провінційності, байдужості до своєї мовної поведінки, а отже, неповага до української мови, свідчення неможливості професійного зростання.

До виділених комунікативних ознак можна додати й інші, що свідчать про високий рівень культури, бездоганність і зразковість мовлення,

уміння використовувати дар слова з усією повнотою: *достатність, стислість, чіткість, нестандартність, емоційність, різноманітність, внутрішня істинність, вагомість, щирість* та ін.

Усі шляхи підвищення особистої культури мовлення передбачають тільки наполегливу й самовіддану працю. Їх можна визначити як чіткі принципи і звичайні практичні поради:

- свідомо і відповідально ставитися до слова;
- стежити за своїм мовленням, аналізувати його, контролювати слововживання, у разі потреби перевіряти за відповідним словником; навчитися чути себе і таким чином виробляти чуття правильного мовлення;
- створити настанову на оволодіння нормами української літературної мови, на удосконалення знань; звертатися до правопису, посібників, довідників, учитися самостійно, стежити за змінами норм;
- читати художню літературу – джерело збагачення мовлення, записувати цікаві думки майстрів слова, вчити напам'ять афоризми, вірші;
- оволодівати жанрами функційних стилів;
- активно пізнавати світ, культуру, розвивати здібності до наук, адже це підвищує інтелектуальний рівень особистості і віддзеркалюється у мовленні;
- удосконалювати фахове мовлення;
- прислухатися до живого слова високих авторитетів на сцені, на трибуні, за кафедрою, у храмі та в інших сферах і наслідувати найкращі зразки;
- не піддаватися впливам «модних» тенденцій, аби прикрасити мовлення екзотичним чужомовним словом; уникати мовної агресії;
- намагатися не впадати в крайнощі – не бути ні сором'язливим маломовним мовчуном, ні самовпевненим балакуном, а говорити тільки тоді, коли є що сказати.

Праця над своїм мовленням викликає повагу і, без сумніву, дає результати. Шляхів удосконалення є безліч, а процес триває все життя.

Усі названі комунікативні ознаки (критерії) культури мовлення тісно пов'язані між собою, тому й засвоювати їх треба в цілому. Висока культура мовлення – суттєвий показник загальної культури і її перспектива. З неї починається кар'єрне зростання особистості.

Професіограма – це науково обґрунтовані норми і вимоги професії до видів професійної діяльності та якостей особистості фахівця, які дозволяють йому ефективно виконувати вимоги фаху, отримувати необхідний для суспільства продукт і водночас створюють умови для розвитку особистості самого працівника; це узагальнена еталонна модель успішного фахівця в певній галузі; це не жорстка стандартна схема, а гнучка орієнтовна основа розвитку фахівця. Вона повинна давати орієнтири об'єктивних вимог професії до людини. Професіограма може змінюватися залежно від фаху, тому звертатися до неї необхідно так чи інакше протягом усього життя. Можливі різні підходи до змісту та структури професіограм.

Важливою складовою діяльності будь-якого фахівця є комунікативна компетенція, яка належить до ключових професійних характеристик. Вона містить **три основні компоненти**: робота з документами, уміння вести міжособистісний і соціальний діалог, виступати публічно.

З огляду на це, можна виокремити низку характеристик, які репрезентуватимуть професійний портрет фахівця:

- уміння формувати мету і завдання професійного спілкування;

- уміння аналізувати предмет спілкування, організовувати обговорення;
- уміння керувати спілкуванням, регламентуючи його;
- уміння послуговуватися етикетними засобами для досягнення комунікативної мети;
- уміння проводити бесіду, співбесіду, дискусію, діалог, дебати, перемовини тощо;
- уміння користуватися різними тактиками для реалізації вибраної стратегії;
- уміння аналізувати конфлікти, кризові ситуації і вирішувати їх;
- уміння доводити, обґрунтовувати, вмотивовувати, аргументувати, спростовувати, заперечувати, відхиляти, оцінювати;
- уміння перефразовувати, тезово висловлюватися, володіти навичками вербалізації;
- уміння трансформувати усну інформацію в письмову і навпаки;
- володіння основними жанрами ділового спілкування (службові листи, факсові повідомлення, контракт, телефонна розмова, ділова бесіда, перемовини, нарада тощо);
- володіння бездоганим грамотним літературним мовленням;
- володіння технікою спілкування;
- уміння адекватно послуговуватися тропами та риторичними фігурами;
- уміння використовувати «слово» для корегування поведінки співбесідника.

Це лише частина професійних навичок, без яких не може бути справжнього фахівця. Мати здібності розмовляти так, щоб тебе розуміли правильно інші, слухати й розуміти, уміти впливати на рішення

співбесідника, ненав'язливо переконувати, створювати атмосферу довіри та взаєморозуміння – важливі атрибути комунікативної професіограми.

У мовознавстві існує спеціальний розділ, що займається теорією і практикою укладання словників, – **лексикографія**.

Предметом лексикографії є збирання слів тієї чи іншої мови, систематизація їх, опис словникового матеріалу.

Словники – це зібрання слів, розташованих у певному порядку (алфавітному, тематичному, гніздовому тощо). Вони є одним із засобів нагромадження результатів пізнавальної діяльності людства, показником культури народу, його скарбницею. У них зберігаються знання і досвід багатьох поколінь. Праця над укладанням словників вимагає глибоких знань і великих зусиль.

Словники виконують інформативну та нормативну функції. Вони є універсальними інформаційними джерелами для розуміння того чи іншого явища та найчіткішою консультацією щодо мовних норм.

Залежно від призначення словники поділяються на два типи: **енциклопедичні** й **лінгвістичні**. Суттєва відмінність між ними саме в характері матеріалу, який описують словникові статті: об'єктом опису в енциклопедичному словнику є поняття, у лінгвістичному – слово.

Слово **енциклопедія** первинно означало сім вільних мистецтв: граматику, риторику, логіку, геометрію, арифметику, музику та астрономію. Праці енциклопедичного характеру створювали ще до нашої ери у Давній Греції і Давньому Римі, Китаю, а також у країнах арабської писемності.

Енциклопедичні словники подають стислу характеристику предметів, явищ, історичних подій,

видатних політичних діячів, провідних учених, діячів культури, різних понять, що позначаються тими чи іншими словами. Вони вносять до реєстру здебільшого тільки іменники та іменникові словосполучення, не дають власне мовних ознак реєстрових слів, широко наводять власні назви. З-поміж енциклопедичних словників виділяють *загальні*, що розраховані на відображення найширшої інформації, і *спеціальні* (галузеві) енциклопедії (медична, сільськогосподарська, педагогічна тощо). Прикладом загальної енциклопедії є найбільша за обсягом сімнадцятитомна Українська Радянська Енциклопедія (УРЕ), вперше видана протягом 1959–1965 рр. Друге дванадцятитомне видання згаданої енциклопедії вийшло українською і російською мовами у 1974–1985 рр. Таким є Український Радянський Енциклопедичний словник у трьох томах, що виходив двома виданнями – у 1966–1968 рр. та 1985–1987 рр.

Важливу роль виконують *галузеві* (спеціальні) *енциклопедичні* словники, що систематизують знання певної галузі науки, техніки, наприклад: Українська мова : енциклопедія / [ред. : В.М. Русанівський, О.О. Тараненко, М.П. Зяблюк]. – К. : Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.; Філософський енциклопедичний словник / [редкол. : В.І. Шинкарук (голова)]. – К. : Абрис, 2002. – 742 с.; Політологічний енциклопедичний словник / [упоряд. В.П. Горбатенко]. – К. : Генеза, 2004. – 736 с. та ін.

У *лінгвістичних словниках* по-різному пояснюються слова: з погляду властивого їм лексичного значення, походження, правопису, наголошування тощо.

Лінгвістичні словники можуть бути *одномовними*, *двомовними*, *багатомовними*. Однак, яким би не був поділ, для всіх лінгвістичних словників характерні такі ознаки, як: заголовне слово; реєстр; словникова стаття;

тлумачення, дефініція і т. ін.; системність подання матеріалу.

У лінгвістичних словниках слово характеризують усебічно. Тому їх поділяють на тлумачні, перекладні, історичні, орфографічні, орфоепічні, словники наголосів, іншомовних слів, термінологічні, синонімічні, фразеологічні, діалектні, етимологічні, словники омонімів, антонімів, паронімів, частотні, інверсійні, словники мови письменників, ономастичні та ін.

Тлумачні словники пояснюють, розкривають значення слова та його відтінки, вказують на граматичні й стилістичні властивості, подають типові словосполучення і фразеологічні звороти з цим словом, наприклад: Словник української мови : в 11 т. / [за ред. І.К. Білодіда]. – К. : Наукова думка, 1970–1980. – Т. 1–11.; Новий тлумачний словник української мови : у 4 т. / уклад. : В.В. Яременко, О.М. Сліпушко]. – К. : Аконт, 1998. – Т. 1–4.; Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2001. – 1440 с. та ін.

Термінологічні словники – різновид лінгвістичних словників, що подають значення термінів певної галузі знань. Українська мова має термінологічні словники з багатьох галузей: біології, медицини, математики, літературознавства, мовознавства, геології, спорту тощо. Ці словники є одномовними, двомовними чи багатомовними, наприклад: Рогачова Г.П. Російсько-український словник економічних термінів / Рогачова Г.П. – К. : Слід і Ко, 1992. – 46 с.; Українсько-англійський словник бізнесових термінів / [уклад. : П. Дарлін, М. Кларк ; перекл. М. Комолова-Романець за участю П. Войтковської та К. Микоти]. – Чернівці : Час, 1992. – 347 с. та ін.

Орфографічні словники подають нормативне написання слів і їх граматичних форм відповідно до

чинного правопису, наприклад: Великий зведений орфографічний словник сучасної української лексики / [ред. і укл. : В.Т. Бусел, М.Д. Василега-Дерибас, О.В. Дмитрієв та ін.]. – Ірпінь : Перун, 2004. – 896 с.; Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с. та ін.

Орфоепічні словники фіксують основні норми літературної вимови. Вимову, відмінну від написання, у словниках подано фонетичною транскрипцією, наприклад: Орфоепічний словник української мови : у 2 т. / [уклад. : М.М. Пешак та ін.]. – К. : [б. в.], 2001. – 955 с. та ін.

Частотні словники, у яких вказано на частотність уживання кожного слова реєстру, наприклад: Частотний словник сучасної української художньої прози : у 2 т. / [ред. Л.К. Артемева, Л.П. Марченко]. – К. : Наукова думка, 1981. – Т.1. – 864 с. ; Т.2. – 856 с. та ін.

Акцентологічні словники – це словники, у яких подано нормативне наголошування слів, наприклад: Головащук С.І. Словник наголосів української мови / Головащук С.І. – К. : Наукова думка, 2003. – 320 с. та ін.

Перекладні словники бувають **двомовні** і **багатомовні**. У двомовних словниках подано переклад слів з однієї мови на іншу, наприклад: Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.; Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с. та ін.

Сьогодні в Україні є багато перекладних словників з різних мов світу: англійської, французької, німецької, болгарської, польської, чеської, іспанської, італійської, турецької, китайської та ін. Деякі з них мають тематичний характер, особливо часто стосуються власне ділової сфери, наприклад: Даниленко Л.І. Чесько-український

словник : Сучасна ділова мова / Даниленко Л.І. – К. : КНУ імені Т. Шевченка, 2000. – 166 с. та ін.

Основним типом лінгвістичних словників є *одномовні*, у яких у певному аспекті розкриваються особливості слів. Вони поділяються на окремі *різновиди: тлумачні, орфоенічні, орфографічні, етимологічні, історичні, словники іншомовних слів, термінологічні, фразеологічні, частотні, інверсійні, словники мови окремих письменників, словники конкретних лексичних груп (антонімів, синонімів, паронімів, омонімів, перифраз), словотвірні, морфемні* тощо.

Словники іншомовних слів подають пояснення слів, запозичених з інших мов. У них переважно зазначається джерело запозичення, тобто мова, з якої або через яку слово прийшло, та розкривається його значення, наприклад: Словник іншомовних слів / [за ред. О.С. Мельничука]. – К. : УРЕ, 1974. – 775 с. та ін.

Словники скорочень подають складноскорочені слова та аббревіатури, розшифровують їх, указують на граматичні ознаки роду і числа, подають відмінкові закінчення при змінних формах, наприклад: Словник скорочень в українській мові / [за ред. Л.С. Паламарчука]. – К. : Вища школа, 1988. – 512 с. та ін.

Активна поява великої кількості нових аббревіатур, їх поширеність у пресі ускладнювала сприйняття тексту, правильне його розуміння. Тому з'явився ще один словник, у якому вміщено аббревіатури та скорочення і їх розшифрування: Зінкевич-Томанек Б. Короткий практичний словник аббревіатур та скорочень української мови / Зінкевич-Томанек Б., Григор'єв О., Прихода Я. – Краків : [б. в.], 1997. – 261 с. та ін.

Етимологічні словники подають інформацію про походження слів, їх первинні значення, найдавніші форми; зазначають, чи слово споконвіку належало мові-

основі, чи воно запозичене, яким шляхом відбувалося запозичення, містять наукові припущення щодо того, як слово утворилося і яка ознака покладена в основу назви, наприклад: Етимологічний словник української мови : в 7 т. / [редкол. : О.С. Мельничук (гол. ред.) та ін.]. – К. : Наукова думка, 1982–2006. та ін.

Історичні словники подають слова певної історичної епохи, зафіксовані в тогочасних писемних пам'ятках, з'ясовують їх значення, наводять ілюстрації, наприклад: Словник української мови XVI – першої половини XVII ст. : у 28 вип. / [ред. кол. Д. Гринчишин (від. ред.), У. Єдлінська, Я. Закревська, Р. Керста та ін.]. – Л. : [б. в.], 1994–2004. та ін.

Діалектні словники з'ясовують значення та особливості вимови і вживання слів певного діалекту чи групи діалектів, наприклад: Словник поліських говорів / [уклад. П.С. Лисенко]. – К. : Наукова думка, 1974. – 260 с. та ін.

Фразеологічні словники містять фразеологічні одиниці мови, пояснюють їхнє значення, особливості вживання, походження, можливі варіанти у живому мовленні. Фразеологічні словники бувають одномовні тлумачного характеру (тлумачать значення стійкого вислову) і перекладні (подають фразеологічні одиниці певної мови і фраземи-відповідники з іншої мови), наприклад: Фразеологічний словник української мови : у 2 т. / [уклад. : В.М. Білоноженко та ін.]. – К. : Наукова думка, 2003. – 1104 с.; Головащук С.І. Російсько-український словник сталих словосполучень / Головащук С.І. – К. : Наукова думка, 2001. – 638 с. та ін.

Ономастичні словники є цікавим джерелом інформації про власні імена і прізвища, назви населених пунктів, гір, річок, озер тощо. Іноді вони мають науково-популярний характер, наприклад: Горпинич В.О. Словник

географічних назв України (топоніми та відтопонімні прикметники) / Горпинич В.О. – К. : Довіра, 2001. – 528 с.; Коваль А.П. Знайомі незнайомці. Походження назв поселень України / Коваль А.П. – К. : Либідь, 2001. – 302 с. та ін.

Словники синонімів охоплюють групи слів, об'єднаних спільним значенням, наприклад: Словник синонімів української мови : у 2 т. / [А.А. Бурячок, Г.М. Гнатюк, С.І. Головащук]. – К. : Наукова думка, 1999–2000. та ін.

Словники омонімів реєструють і пояснюють значення слів, однакових за звучанням, але різних за значенням, наприклад: Демська О.М. Словник омонімів української мови / О.М. Демська, І.М. Кульчицький. – Л. : Фенікс, 1996. – 224 с.; Кочерган М.П. Словник російсько-українських міжмовних омонімів («фальшиві друзі перекладача») / Кочерган М.П. – К. : Академія, 1997. – 245 с. та ін.

Словники антонімів подають групи слів, що мають протилежне значення, наприклад: Полюга Л.М. Словник антонімів / Полюга Л.М. – К. : Довіра, 1999. – 275 с. та ін.

Словники паронімів розкривають значення слів, близьких за звучанням, але різних за значенням, наприклад: Гринчишин Д.Г. Словник паронімів української мови / Д.Г. Гринчишин, О.А. Сербенська. – К. : Рад. школа, 1986. – 222 с. та ін.

Словники мови письменників містять слова і звороти, які використав той чи інший письменник у своїй творчій спадщині. Це словник тлумачного типу, бо в ньому розкрито всі значення слів, з якими вони функціонують у мові письменника. Також подано частоту використання словоформ і типові ілюстрації з творів, наприклад: Словник мови Т. Шевченка : у 2 т. / [редкол. :

В.С. Ващенко, К.П. Дорошенко, Т.К. Маринченко та ін.]. – К. : Наукова думка, 1964. та ін.

Морфемні словники подають структуру слова, словотвірні гнізда і словотвірні ряди, наприклад: Яценко І.Т. Морфемний аналіз : словник-довідник : у 2 т. / [за ред. Н.Ф. Клименко]. – К. : Вища школа, 1980–1981.; Сікорська З.С. Українсько-російський словотворчий словник / Сікорська З.С. – К. : Рад. школа, 1985. – 188 с. та ін.

Частотні словники засвідчують частоту вживання слів у певний час. Існує понад 600 опублікованих і комп'ютерних (на електронних носіях) частотних словників для 40 мов світу. В українській лексикографії відомий: Частотний словник сучасної української художньої прози : у 2 т. / [гол. ред. В.С. Перебийніс]. – К. : Наукова думка, 1981. – Т.1. – 863 с. ; Т.2. – 855 с.

Інверсійні словники – це словники, у яких слова розташовані за алфавітом кінця слова. Вони є корисними для вивчення словотвору і фонетики, наприклад: Інверсійний словник української мови / [за ред. С.П. Бевзенка]. – К. : Наукова думка, 1989. – 811 с. та ін.

Словники-довідники з культури мови допомагають закріпити лексичні, морфологічні та інші норми, адже подають проблемні випадки слововживання. Деякі з них мають форму посібника, оскільки вміщують широкі коментарі, наукові й науково-популярні статті, наприклад: Сербенська О. Екологія українського слова : [практичний словничок-довідник] / О. Сербенська, М. Білоус. – Л. : Видавничий центр ЛНУ, 2003. – 68 с. та ін.

Звичайно, зазначені словники не вичерпують усього багатства української лексикографії, а є лише основними сучасними зразками опрацювання слова. Користуючись словником, Ви підвищуєте фахову культуру мовлення, зокрема знайомитеся з правилами правопису, вимови,

наголошення; вчиться семантично, граматично й стилістично доречно добирати слова тощо.

Життя людини в суспільстві регламентоване системою різних правил, законів. Правила соціальної поведінки людини, які виробилися впродовж усієї культурної еволюції людства і враховують його соціально-історичний досвід, становлять зміст поняття «етикет».

Етикет – це вироблені суспільством норми поведінки; кодекс правил поведінки, що регламентують взаємини між людьми у різних ситуаціях. За ступенем ритуалізації поведінки виділяють різні види етикету: **повсякденний, okazіональний, святковий**.

Етикет має **багаторівневу будову**:

- вербальний (словесний) рівень (етикетні вислови привітання, прощання, подяки, вибачення тощо);
- паралінгвістичний рівень (темп мовлення, гучність, інтонація);
- кінетичний рівень (жести, міміка, постава);
- проксемічний рівень (стандартні дистанції спілкування, почесне місце для гостей тощо).

Своєрідним стрижнем етикету є **словесний рівень**. Він найповніше репрезентує етнічну самобутність. Кожна мова виробила свою систему спеціальних висловів ввічливості – **мовленнєвий етикет**.

Мовленнєвий етикет – це національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і висловів, що рекомендуються для висловлення подяки, прощання тощо в різних ситуаціях ввічливого контакту зі співбесідником, зокрема, під час привітання, знайомства, звертання тощо.

Знання правил мовленнєвого етикету виступає не тільки показником зовнішньої культури людини, але й має безпосередній вплив на формування її особистості,

на виховання високої моралі, духовності. Засвоєння національного мовленнєвого етикету, вміння користуватися ним робить спілкування приємним і бажаним. Для ділової людини користуватися правилами мовленнєвого етикету відповідно до ситуації є конче необхідно.

Мовний етикет українців постає із живої мовної практики українського народу. Він вироблявся впродовж тисячоліть і відбиває культурні традиції української нації, відповідає її духовним засадам. Без сумніву, в основі національних традицій спілкування лежать загальнолюдські морально-етичні цінності: доброзичливість, повага, привітність, гречність.

За умовами та змістом ситуації спілкування в системі українського мовленнєвого етикету розрізняють 15 видів стійких мовних висловів: **звертання, вітання, знайомство, запрошення, прохання, вибачення, згода, незгода, скарга, втішання, комплімент, несхвалення, побажання, вдячність, прощання.**

Відбором етикетних мовних формул у кожному виді мовленнєвого етикету створюється та чи інша тональність спілкування, тобто його соціальна якість, яку можна визначити як ступінь дотримання етичних норм у процесі комунікації. В європейському культурному ареалі виділяють п'ять видів тональностей спілкування: висока, нейтральна, звичайна, фамільярна, вульгарна.

Висока тональність спілкування характерна для зустрічей на найвищому рівні – сфера суто формальних суспільних структур (урочисті збори, засідання, презентації, ювілейні заходи, прес-конференції, брифінги тощо); **нейтральна** тональність панує у сфері офіційних установ під час спілкування з колегами, співробітниками; **звичайна** тональність реалізується у сфері побуту (магазин, майстерня, пошта, транспорт тощо); **фамільярна** – у сім'ї, дружньому товаристві; **вульгарна** –

у соціально неконтрольованих ситуаціях і перебуває за межею літературної мови.

Ділове спілкування пов'язане з вибором етикетних мовних формул двох видів тональностей спілкування – **високої** та **нейтральної**.

Важливо добре засвоїти чинники, що впливають на вибір словесної формули в конкретній ситуації спілкування:

- вік, стать, соціальний статус адресата;
- особисті якості співрозмовників;
- комунікативні умови (місце, час, тривалість спілкування);
- характер взаємин між співрозмовниками тощо.

В офіційному спілкуванні особливе значення мають ті види мовленнєвого етикету, які представляють категорію **ввічливості**, а саме: звертання, вітання, прощання, подяка, вибачення, прохання.

Звертання – найяскравіший і часто вживаний вид мовленнєвого етикету. Суть його полягає в тому, щоб назвати співрозмовника з метою привернути його увагу, звернутись з проханням чи пропозицією.

Система етикетних звертань української мови зазнала у своєму історичному розвитку найбільше змін, що пояснюється особливою залежністю від соціальної організації суспільства. Сьогодні реєстр слів-звертань офіційного вжитку складають: *пане (пані, панове), добродію (добродійко, добродії), друзі, товариство, колеги, громадо, громадянине (громадяanko, громадяни), товаришу (товаришко, товариші)*, які супроводжують етикетні означення *вельмишановний, вельмиповажний, глибокоповажний, високодостойний, шановний, дорогий*.

Вітання виконує важливу функцію в комунікативному акті – з нього починається спілкування, а часто ним же і обмежується як етикетним ритуалом. Цим пояснюється

спеціалізований характер і певний автоматизм вітальних висловів.

Перше враження про людину складається від того, наскільки щиро й привітно вона вітається. У вмінні вибрати доречну форму вітання виявляється загальна й мовна культура людини. Вибір залежить від того, у якому оточенні перебуває особа, від віку співрозмовника чи співрозмовників, характеру стосунків між людьми, що вітаються чи прощаються, від того, де й коли це відбувається тощо.

Набір українських народних вітань надзвичайно різноманітний і поліфункціональний, наприклад: *Доброго ранку! Добрий день! Добрий вечір! Здрастуйте! Привіт! Дай, Боже!* Існує ціла низка сакральних вітань, наприклад: *Христос воскрес! Христос рождається!*

Формул вітання в українській діловій мові порівняно небагато, але завжди можна знайти потрібний вислів, виходячи з конкретної ситуації, щоб висловити пошану до особи.

Вибір етикетних висловів **прощання** залежить від часу, на який розлучаються особи, тональності спілкування.

Діловий, або службовий, мовленнєвий етикет допускає формули прощання, які лімітовані високою тональністю і є закритими для варіантності, наприклад: *До побачення! Прощайте!* Тощо.

У висловах **подяки** виразніше виявляється функція ввічливості, тому їх використання належить до обов'язкових етикетних настанов. Часто такі вислови вживають як знак ввічливої згоди або відмови на будь-яку пропозицію, наприклад: *Дякую! Спасибі! Дуже вдячний за Вашу турботу! Щиро Вам дякую!*

В офіційних ситуаціях слова подяки вживаються зі словами *дозвольте, прийміть, складаю (складаємо),*

наприклад: *Дозвольте висловити Вам подяку! Прийміть мою найщирішу вдячність! Складаю щиру подяку!*

Вибачення означає усвідомлення своєї провини і намагання її спокутувати за допомогою спеціальних висловів. Воно завжди супроводжується проханням виявити поблажливість.

У ситуації невеликої провини використовують у високій тональності конструкцію *Прошу вибачення (пробачення, вибачити, пробачити)* за.... У нейтральній тональності вживають вислови: *Вибачте! Пробачте! тощо.*

Прохання – спонукальна мовленнєва дія у ввічливій формі з метою чогось домогтися від адресата. У таких випадках використовують формули: *Будьте ласкаві! Будь ласка! Ласкаво прошу! Прошу! Будь ласка! тощо.*

Поширеними у діловій сфері є ситуації, які передбачають оцінку діяльності людини, висловлених думок тощо. Їх мовне забезпечення пов'язане з умінням вибрати та застосувати узвичаєні стандартні формули для вираження компліменту чи згоди.

Комплімент – слова, які містять невелике перебільшення позитивних якостей людини (розумово-вольових, морально-етичних), а також стосуються зовнішнього вигляду тощо.

Особливість компліменту як елемента мовленнєвого етикету – викликати симпатію співрозмовника, піднести йому настрій, зробити приємність. Він допомагає людям спілкуватися, жити разом, працювати.

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

Словесна люб'язність є одним із психологічних прийомів досягнення прихильності підлеглих, з одного боку, та керівника, з іншого. Наприклад, керівник може адресувати комплімент співробітникові під час роботи: *Мені приємно разом з Вами працювати! Ви чудовий фахівець!* Вдалий комплімент завжди спонукає до зворотної люб'язності, наприклад: *Я щасливий працювати під Вашим керівництвом!*

Відповідями на комплімент можуть бути вислови: *Дякую! Дякую, але Ви перебільшуєте! Я радий (рада) це чути. Мені приємно це чути.*

Комплімент повинен констатувати, стверджувати наявність характеристики, а не містити рекомендації щодо її покращення.

У постійних системних відношеннях із словесними формулами ввічливості перебувають **немовні (невербальні) засоби вираження**. Сукупність мовних і немовних засобів спілкування, якими послуговуються у різних комунікативних ситуаціях, становить спілкувальний етикет.

Спілкувальний етикет – це гіперпарадигма, яку мовці відтворюють за правилами, узвичаєними в певній мовній спільноті. Йому властива національна своєрідність, ідіоетнічність. В українців, наприклад, здавна побутує пошання форма звертання на *Ви* до старших за віком, посадою, незнайомих, до батьків, наприклад: *Ви, тату ...*, *Ви, мамо* тощо.

Суттєвою диференційною ознакою мовного етикету українців є вживання форми кличного відмінка у звертанні, наприклад: *Петре, Надіє, пане професоре*. Національний мовний колорит в українській мові має усталений зворот *Здоровенькі були!*

Дослідники стверджують, що частота жестикуляції також залежить від національної належності і, зрозуміло,

від загальної культури людини. Отже, важливо пізнавати національні особливості «граматики» мови тіла, яка має гармоніювати з вербальним мовленням, доповнюючи й підсилюючи його.

Досконале спілкування спроможне стати ключем до успіху в суспільстві та на етапах досягнення професійної кар'єри, тоді як неправильність його є причиною багатьох конфліктів між людьми. Подолати перепони на шляху до взаєморозуміння та визнання допомагає ретельне дотримання правил лінгвоетикету.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Адекватність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується точністю висловлювань, ясністю і зрозумілістю мовлення.

Акцентологічний словник – словник, у якому подано нормативне наголошування слів.

Багатство мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується значним обсягом активного словника, різноманітністю уживаних морфологічних форм, синтаксичних конструкцій.

Вибачення – вид мовленнєвого етикету, який є виразом почуття провини і каяття за те, що було зроблено чи сказано неправильно.

Виразність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується умінням застосовувати виражальні засоби звукового мовлення: логічний наголос, видозміни голосу, паузи, емоційну тональність, що передає настрій, оцінку, викликає потрібне сприйняття.

Вітання – вид мовленнєвого етикету, який передусім сигналізує про соціальні відношення, що встановлюються

в рамках комунікативного акту; жест, словосполучення або інший ритуал для вступу в контакт з іншою особою.

Діалектний словник – видання, у якому з'ясовують значення та особливості вимови і вживання слів певного діалекту чи групи діалектів.

Доречність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується урахуванням ситуації спілкування, комунікативних завдань, складу слухачів (читачів), їхнього стану, настрою, зацікавлень.

Енциклопедичний словник – універсальний або спеціалізований лінгвістичний словник, інколи у поєднанні з біографічним словником, який містить стислу енциклопедичну інформацію.

Енциклопедія – наукове або науково-популярне довідкове видання, яке містить найбільш істотну інформацію за всіма або окремими напрямками знань чи практичної діяльності.

Естетичність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, що характеризується використанням експресивно-стилістичних засобів мови, які роблять мовлення багатим і виразним.

Етикет – вироблені суспільством норми поведінки; кодекс правил поведінки, що регламентують взаємини між людьми у різних ситуаціях.

Етимологічний словник – словник, який містить відомості про етимологію слів однієї мови або групи чи сім'ї споріднених мов.

Звертання – вид мовленнєвого етикету, який полягає в тому, щоб назвати співрозмовника з метою привернути його увагу, звернутись з проханням чи пропозицією.

Змістовність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується глибоким осмисленням теми й головної думки

висловлювання, докладним ознайомленням з різною інформацією на тему, умінням добирати потрібний матеріал та підпорядковувати його обраній темі.

Інверсійний словник – словник, у якому слова розташовуються з урахуванням алфавіту не від початку слова до кінця (як у більшості), а від кінця до початку.

Історичний словник – важлива пам'ятка культури, у яких відбито минуле народу, багатовіковий розвиток його мови, звичаї, побут, духовну й матеріальну сторони життя, зв'язки з іншими народами, спільні корені їх надбань; подає слова певної історичної епохи, зафіксовані в тогочасних писемних пам'ятках, з'ясовує їх значення, наводить ілюстрації

Комплімент – особлива форма похвали, вираз схвалення, поваги, визнання, захоплення або люб'язності; приємні слова, утішний відгук, відфільтровані лестощі.

Культура мови – галузь мовознавства, що кодифікує норми, стандарти репрезентації мовної системи; рівень володіння нормами усної і писемної літературної мови, а також свідоме, цілеспрямоване, майстерне використання мовно-виражальних засобів залежно від мети й обставин спілкування.

Культура мовлення – дотримання сталих мовних норм усної і писемної літературної мови, а також свідоме, невимушене, цілеспрямоване, майстерне вживання мовно-виражальних засобів залежно від мети й обставин спілкування.

Лексикографія – розділ мовознавства, пов'язаний зі створенням словників та опрацюванням їх теоретичних засад.

Лінгвістичний словник – тип видання, у якому слова пояснюються з погляду властивого їм лексичного значення, походження, правопису, наголошування тощо.

Логіка – наука про закони і форми мислення, методи пізнання та умови істинності знань і суджень.

Логічність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується логічно правильним мовленням, розумним, послідовним, у якому є внутрішня закономірність, що відповідає законам логіки і ґрунтується на знаннях об'єктивної реальної дійсності.

Мовленнєвий етикет – національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і висловів, що рекомендуються для висловлення подяки, прощання тощо в різних ситуаціях ввічливого контакту зі співбесідником, зокрема, під час привітання, знайомства, звертання тощо.

Мовний етикет – сукупність усіх етикетних мовних засобів і правил їх використання в тих чи інших ситуаціях.

Морфемний словник – словник, що описує морфеми мови переважно шляхом виділення їх у складах слова.

Нормативність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується дотриманням усіх правил усного й писемного мовлення.

Ономастичний словник – словник, у якому зібрано власні назви: антропоніми, топоніми, гідроніми тощо.

Орфографічний словник – словник, що містить перелік слів у їх нормативному написанні та розкриває слова лише в аспекті їх правопису (наприклад, окрім власне слів у називному відмінку надає їх закінчення у родовому).

Орфоепічний словник – словник, який є довідником правильної нормативної вимови і нормативного наголосу.

Перекладний словник – словник, у якому реєстрове слово в різних його значеннях перекладається відповідниками іншої мови.

Подяка – вид мовленнєвого етикету, який є знаком ввічливої згоди або відмови на будь-яку пропозицію.

Поліфункціональність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується забезпеченням застосування мови у різних сферах життєдіяльності.

Правильність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується правильною вимовою звуків і звукових комплексів (правила наголошування слів; лексико-фразеологічна, граматична, стилістична нормативність; написання відповідно до правописних і пунктуаційних норм).

Професіограма – науково обґрунтовані норми і вимоги професії до видів професійної діяльності та якостей особистості фахівця, які дозволяють йому ефективно виконувати вимоги фаху, отримувати необхідний для суспільства продукт і водночас створюють умови для розвитку особистості самого працівника; це узагальнена еталонна модель успішного фахівця в певній галузі; це не жорстка стандартна схема, а гнучка орієнтовна основа розвитку фахівця.

Прохання – вид мовленнєвого етикету, який відображає чесне вираження своєї позиції та своїх бажань, зроблене в такій формі, що інша людина може або погодитися, або відмовити.

Прощання – вид мовленнєвого етикету, який є знаком ввічливого прощання.

Словник антонімів – словник, у якому наводяться антонімічні пари, показано залежність встановлення антонімічних зв'язків від контексту.

Словник іншомовних слів – словник який дає пояснення й етимологічну довідку щодо часто вживаних слів і термінів іншомовного походження, що ввійшли до лексичного складу літературної мови.

Словник мови письменника – словник тлумачного типу, який фіксує багатство лексики, використаної

письменником у його творчості, та наводить частоту вживання словоформ.

Словник омонімів – словник, у якому за алфавітом подано омонімічні гнізда (групи з 3-4 слів), граматичні відомості, стилістичні примітки утворення та походження омонімів.

Словник паронімів – словник, у якому розкрито значення співзвучних слів, указано на відмінності їх семантики.

Словник синонімів – словник, у якому подано синонімічні ряди слів, об'єднаних спільним значенням.

Словник скорочень – словник, у якому подають складноскорочені слова та аббревіатури, розшифровують їх, указують на граматичні ознаки роду та числа, подають відмінкові закінчення при змінних формах.

Словник-довідник – словник, який подає проблемні випадки слововживання.

Словник – зібрання слів, розташованих у певному порядку (алфавітному, тематичному, гніздовому тощо).

Слово – найменша самостійна і вільно відтворювана в мовленні одиниця мови, яка співвідноситься з пізнаним і вичленуваним окремим елементом дійсності (предметом, явищем, ознакою, процесом, відношенням та ін.), основною функцією якого є позначення, знакова репрезентація цього елемента – його називання, вказування на нього або його вираження.

Спілкувальний етикет – гіперпарадигма, яку мовці відтворюють за правилами, узвичаєними в певній мовній спільноті; йому властива національна своєрідність, ідіоетнічність.

Суржик – штучно змішана, нечиста мова, гібрид української і російської, що, безперечно, є загрозою для існування рідної мови.

Термінологічний словник – словник, у якому подана система термінів певної галузі науки, виробництва, мистецтва тощо.

Тлумачний словник – словник, який пояснює, тлумачить значення слів, показує сфери їх використання, подає граматичні, акцентуаційні, правописні, стилістичні характеристики їх, фіксує стійкі словосполучення термінологічного і фразеологічного характеру з розкриттям їхніх значень.

Точність мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується умінням оформляти і виражати думки адекватно предметові або явищу дійсності, постійним прагненням пізнавати реальний світ, а також знанням мови.

Фразеологічний словник – словник, який подає фразеологічні одиниці мови, пояснює їхнє значення, особливості вживання, походження, можливі варіанти у живому мовленні.

Частотний словник – словник, який засвідчує частоту вживання слів у певний час.

Чистота мовлення – комунікативна ознака культури мовлення особистості, яка характеризується правильним уживанням тільки літературно-нормативних слів, словосполучень, граматичних форм.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 4; 7; 14; 15; 18; 24; 26; 30; 34; 35; 38; 39; 42; 48; 50; 56; 58; 59; 60; 64; 66; 69; 70; 71; 72; 73; 75; 77; 78; 79; 82; 83; 84; 85; 90; 97; 100; 101.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Мова і культура мовлення в житті професійного комуніканта.

2. Комунікативні ознаки культури мовлення.
3. Комунікативна професіограма фахівця.
4. Словники у професійному мовленні, їх роль у підвищенні мовленнєвої культури особистості.
5. Мовний етикет та етикетні ситуації.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Запишіть правила мовленнєвого етикету під час вітання.

Завдання 2. Продовжіть подані нижче мовні формули, поясніть їх етичну функцію.

Скажіть, будь ласка Вибачте, дозвольте запитати Допоможіть, будь ласка Будьте ласкаві, поясніть Якщо Ваша ласка, напишіть

Завдання 3. У якому рядку (рядках) є неправильні форми вітання і прощання?

Доброго ранку! Доброго дня! Спокійної ночі! До зустрічі!

*Добрий вечір! Добридень! Прощайте! На все добре!
До завтра! Хай Вам щастить! На добраніч!
Добривечір!*

Завдання 4. Запишіть прощальні формули, ураховуючи вік, стать, соціальне становище співрозмовника.

Викладачеві:

Бабусі:

Керівникові установи:

Колезі по роботі:

Подрузі:

Продавцеві в магазині:

Завдання 5. Підготуйтеся і проведіть комунікативну гру: а) вітання з однокурсником; б) вітання з деканом факультету; в) вітання з викладачем; г) вітання зі священником; д) вітання з дитиною.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. За поданим початком продовжте текст.

Культура мовлення – це дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання й побудови вислову; нормативність, літературність усної й писемної мови, що виявляється в її точності,

Критерії точності –

Завдання 2. Ураховуючи свій майбутній фах, укладіть комунікативну професіограму.

Завдання 3. Доберіть матеріал і підготуйтеся до виступу на тему «Український мовленнєвий етикет».

Завдання 4. Використовуючи етикетні формули, письмово змодельуйте бесіду між директором (керівником) та особою, яка без поважних причин не з'явилася на роботу.

Завдання 5. Змодельуйте мовленнєву ситуацію «Зустріч з професією», запишіть її і проведіть комунікативну гру. З цією метою:

- *запросіть на зустріч осіб різних професій;*
- *підготуйте гостям запитання про особливості їх професій.*

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про важливість словників у процесі організації сучасної ділової комунікації.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету».
- «Мовний «антиетикет» сучасного студента».
- «Запрошення як стандартна етикетна ситуація».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Яку із галузей мовознавства називають «культурою мовлення»?

- а) ту, яка досліджує проблеми мовлення особистості;
- б) ту, яка кодифікує норми, стандарти репрезентації мовної системи;
- в) ту, яка контролює мовну ситуацію в державі;
- г) усі відповіді правильні.

2. Що передбачає багатство мовлення?

- а) послуговування найрізноманітнішими мовними засобами висловлення думки у межах відповідного стилю;
- б) глибину знань та ерудиції особистості;
- в) розкриття власного ставлення до предмета мовлення;
- г) інтереси, стан, настрій адресата.

3. Що визначає високу культуру мовлення фахівця?

- а) досконале володіння літературною мовою та її нормами;
- б) правильна дикція та інтонація;
- в) знання орфоепічних норм;
- г) знання етикетних формул.

4. Що забезпечує культура мови?

- а) багатство мови;
- б) стабільність і рівновагу мови;
- в) варіативність мови;
- г) чіткість і змістовність мови.

5. Що є основною рисою мовленнєвого етикету?

- а) звичайна тональність, щирість, відвертість, доброзичливість, щедрість;
- б) духовність, щедрість, гостинність, доброзичливість;
- в) доброзичливість, порядність, особистісність;
- г) ввічливість, щирість, порядність, тактовність.

6. Що означає імперативна функція мовного етикету?

а) встановлення, збереження чи закріплення стосунків адресата й адресанта;

б) регулювання взаємин між людьми у різних мовленнєвих ситуаціях;

в) привернення уваги, здійснення впливу на співбесідника;

г) реакція співбесідника (вербальна, невербальна, діяльнісна).

7. Що означає апелятивна функція мовного етикету?

а) встановлення, збереження чи закріплення стосунків адресата й адресанта;

б) регулювання взаємин між людьми у різних мовленнєвих ситуаціях;

в) привернення уваги, здійснення впливу на співбесідника;

г) реакція співбесідника (вербальна, невербальна, діяльнісна).

8. Що означає конотативна функція мовного етикету?

а) прояв чемного поводження членів колективу один з одним;

б) регулювання взаємин між людьми у різних мовленнєвих ситуаціях;

в) привернення уваги, здійснення впливу на співбесідника;

г) реакція співбесідника (вербальна, невербальна, діяльнісна).

9. На якій функції ґрунтуються всі функції мовного етикету?

- а) комунікативній;
- б) соціолінгвістичній;
- в) спілкувальній;
- г) вербальній.

10. Як висловлюють подяку по-українськи?

- а) Дякую Вас за статтю-відповідь;
- б) Щиро дякую Вам;
- в) Дозвольте подякувати Вас за добре слово;
- г) усі варіанти нормативні.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ**

ОСНОВНА:

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.
2. Богдан С.К. Мовний етикет українців : традиції і сучасність / Богдан С.К. – К. : Рідна мова, 1998. – 476 с.
3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 2002. – 208 с.
4. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення : [навчальний посібник] / Грищенко Т.Б. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 268 с.
5. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.
6. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
7. Мацько Л.І. Культура української фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.

8. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

9. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

10. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

ДОДАТКОВА:

1. Боярова Л.Г. Російсько-український словник сучасних банківських фінансово-кредитних та комерційних термінів / Л.Г. Боярова, О.П. Корж. – Х. : Основа, 1997. – 715.

2. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

3. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Гриценко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.

4. Масенко Л. Мовна політика / Масенко Л. – К. : Освіта, 1999. – 211 с.

5. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

6. Середняцька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / А.Я. Середняцька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 299 с.

7. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

8. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

9. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

10. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 7

У процесі вивчення теми *«Основи культури української мови»* рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

– ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: адекватність мовлення, акцентологічний словник, багатство мовлення, вибачення, виразність мовлення, вітання, діалектний словник, доречність мовлення, енциклопедичний словник, енциклопедія, естетичність мовлення, етикет, етимологічний словник, звертання, змістовність мовлення, інверсійний словник, історичний словник, комплімент, культура мови, культура мовлення, лексикографія, лінгвістичний словник, логіка, логічність мовлення, мовленнєвий етикет, мовний етикет, морфемний словник, нормативність мовлення, ономастичний словник, орфографічний словник, орфоепічний словник, перекладний словник, подяка, поліфункціональність мовлення, правильність мовлення, професіограма, прохання, прощання, словник антонімів, словник іншомовних слів, словник мови письменника, словник омонімів, словник паронімів, словник синонімів, словник скорочень, словник-довідник, словник, слово, спілкувальний етикет, суржик, термінологічний словник, тлумачний словник, точність мовлення, фразеологічний словник, частотний словник, чистота мовлення та ін.;

– зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

– у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

– завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

– із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

– завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 8

КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ

МЕТА: набути знання про особливості усного спілкування; виробити вміння і навички взаємодії між співрозмовниками за допомогою вербальних і невербальних засобів; засвоїти правила спілкування під час бесіди, співбесіди з роботодавцем, телефонної розмови; виховати ввічливість, повагу, толерантність.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Усне спілкування – це форма реалізації мовної діяльності за допомогою звуків, що є процесом говоріння і первинною формою існування мови. Воно широко застосовується в різних сферах суспільної діяльності людей.

Фахівці з проблем спілкування чітко визначають найважливіші особливості усного спілкування у порівнянні з писемним:

– **усне:** первинне; монологічне, діалогічне, полілогічне; розраховане на певних адресатів у конкретній ситуації; здебільшого непередбачене заздалегідь; живе, без старанного мовного оформлення; імпровізоване; чітко індивідуалізоване; емоційне й експресивне; з використанням повторів тощо; обмежене в часі; йому властива інтонація, міміка, жести (невербальні засоби);

– **писемне:** вторинне; монологічне; найчастіше – з невизначеним адресатом, без урахування ситуації; попередньо обдумане; правильно і чітко оформлене; має докладний і ґрунтовний виклад думок; йому властива можливість багаторазового переписування, вираження, перероблення.

Отже, для усного спілкування визначальним є: безпосередня наявність адресата; замкнена цілісна

комунікативна ситуація, складниками якої є комуніканти й текст, невербальні засоби спілкування, інтонація, емоційність та експресивність.

Українське усне мовлення стало сьогодні засобом широких ділових контактів – у трудовому колективі, на зборах, нарадах, конференціях, з'їздах, а також під час бесід, переговорів з діловими партнерами тощо. Ця широта суспільних функцій стала основою для розвитку та вдосконалення усної літературної мови. Недостатній рівень культури усного ділового мовлення може стати причиною значних економічних втрат. Сьогодні вносять пропозиції про те, щоб до характеристики ділових якостей людини додавати ще й мовну характеристику: вміє чи не вміє чітко та лаконічно висловлювати думки.

Живе усне переконливе мовлення – важливий засіб багатоманітного та різноспрямованого впливу на слухача. Правильне, унормоване усне мовлення може забезпечити швидкість взаєморозуміння між учасниками комунікативного акту.

Головна складність в оволодінні усним спілкуванням полягає в необхідності й вмінні визначати на слух (навіть інтуїтивно) доцільність чи недоцільність того чи іншого слова, звороту, інтонації, манери мовлення в кожній конкретній ситуації.

Неодмінною умовою успіху є дотримання загальних вимог, які визначають рівень культури усного ділового мовлення:

- ясність, недвозначність у формулюванні думки;
- логічність, смислова точність, небагатослів'я в мовленні;
- відповідність між мовними засобами та обставинами мовлення;
- співмірність мовних засобів та стилю викладу;
- різноманітність мовних засобів (багатство лексики в активному словниковому запасі мовця);

- самобутність, нешаблонність в оцінках, порівняннях, зіставленнях, у побудові висловлювань;
- виразність дикції, відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Цілком очевидно, що ці вимоги мають базуватися на: бездоганному знанні норм літературної мови, передусім тих, що реалізуються в усній формі; чутті мови як здатності людини відчувати належність слова до певного стилю, доречність чи недоречність його вживання в певній ситуації. Вони пов'язані з: ерудицією і світоглядом людини; культурою мислення; ступенем оволодіння технікою мовлення; психологічною та комунікативною культурою мовця.

Отже, можна стверджувати, що вміє говорити та людина, яка висловлює свої думки ясно, добирає найбільш доцільні аргументи та мовні засоби, надає їм переконливого оцінного характеру.

Усне літературне професійне мовлення – це різновид розмовно-літературного мовлення, що близький до писемного. Однак існують специфічні елементи та правила, що виявляються лише в ньому і дотримання яких зробить усне мовлення правильним, виразним, доступним і зрозумілим.

Важливим елементом усного мовлення є *інтонація*. За допомогою інтонації у текст вносять різні смислові та емоційні відтінки. Фраза озвучена «перехідною інтонацією» здається непереконливою та малозначущою. Правдивість, природність інтонації забезпечить можливість мовцеві не тільки сказати, але й бути почутим.

Інтонаційна виразність усного мовлення передбачає вміння використовувати різні види наголосу, враховувати темп мовлення, робити паузи, змінювати висоту тону.

Робота над технікою усного мовлення значно полегшується, якщо текст, призначений для виголошення,

попередньо підготувати, тобто скласти його партитуру, зазначивши логічні та інші наголоси, зміни висоти тону, паузи тощо.

Усне фахове спілкування відбувається у межах конкретних форм, яким властива особлива організація мовних засобів. В основу виокремлення цих форм покладено різні критерії:

1. За способом взаємодії між комунікантами виділяють: *монологічне* (говорить один учасник спілкування); *діалогічне* (зазвичай розмовляє двоє осіб); *полілогічне* спілкування (розмовляють троє і більше учасників).

2. За кількістю учасників виокремлюють: *індивідуальне* (спілкуються двоє); *колективне* спілкування (спілкується декілька осіб).

3. З урахуванням каналів комунікації виділяють: *безпосереднє спілкування* («обличчя до обличчя»); *опосередковане* спілкування (телефон, радіо, телебачення).

4. Залежно від змісту повідомлення розрізняють: *побутове* (обговорення щоденних проблем); *наукове* (обговорення наукових проблем); *фахово-ділове* (між представниками фахових установ); *естетичне* спілкування (передавання естетичної інформації).

Усі ці форми мовленнєвого спілкування істотно різняться між собою і мають свою специфіку. Особливе значення для фахової підготовки мають такі форми мовного спілкування як *діалог*, *монолог* і *полілог*.

Діалог – це форма ситуативно зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються (мовець стає адресатом, а адресат перетворюється в мовця).

Висловлювання в діалозі називаються *репліками* (комунікативними кроками).

Діалогічне професійне спілкування завжди прогнозує мету і завдання, формується під впливом мотивів фахової діяльності.

Найхарактерніші ознаки діалогу:

- безпосередність словесного контакту двох учасників спілкування;
- швидкий обмін репліками без попереднього обмірковування;
- ситуативна залежність реплік;
- можливість імпліцитного способу передачі інформації (репліки скорочені, нерозгорнуті);
- використання невербальних засобів (жести, міміка, рухи тіла, погляд, відстань тощо), що реалізуються візуально;
- зорове й слухове сприйняття учасників діалогу;
- важливість інтонації, тембру, тональності (інтонація сприяє формуванню діалогічного контексту).

Монолог – форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом. Отже, реакція слухача не матеріалізується в знаковій формі мови.

Усі форми усного монологічного мовлення можна поділити на ***дві групи***:

- ***безпосередньо-контактне***, або ***аудиторне монологічне мовлення*** (мовець і слухач перебувають у прямому контакті, бачать і чують один одного);
- ***посередньо-контактне***, або ***мікрофонне мовлення*** (радіо, телебачення).

Окреме місце займає ***внутрішній монолог*** – мовлення «про себе», міркування, роздуми.

Найважливіші ознаки монологу:

- однобічний характер висловлювання, не розрахований на негайну реакцію слухача;
- підготовленість і плановість (лекція, доповідь тощо);

- певна тривалість у часі;
- індивідуальна композиційна побудова значних за розміром уривків;
- розгорнуті й складні синтаксичні побудови;
- композиційна завершеність і загальна структурна цілісність висловлювання.

Полілог – форма спілкування між кількома особами.

Полілог характеризується такими ознаками:

- залежність від ситуації, в умовах якої відбувається спілкування;
- високий рівень непередбачуваності;
- істотне значення правил ведення полілогу;
- більш-менш однакова участь у спілкуванні всіх учасників.

У межах названих форм і відбувається усне фахове спілкування.

Серед індивідуальних форм усного професійного спілкування найбільш поширеною є **ділова бесіда**.

Бесіда – це розмова двох чи більше осіб з метою отримання певної інформації, вирішення важливих проблем. Вона є чи не найскладнішим з усіх жанрів усного фахового спілкування, оскільки значною мірою це експромт, а для експромту треба мати значний життєвий досвід, величезний запас теоретичних знань, а також досконало володіти мовним етикетом.

Щоб досягти успіху під час бесіди, необхідно:

- ретельно готуватися до бесіди;
- бути уважним і тактовним до співрозмовника;
- постійно стимулювати у співрозмовника зацікавленість бесідою;
- уміти слухати співбесідника, урахувати його погляди, думки й докази;
- стежити за реакцією партнера й відповідно корегувати свої дії;

- висловлювати думки точно, логічно, переконливо;
- створювати атмосферу довіри, щоб привернути до себе співрозмовника.

Для того, щоб бесіда була ефективною, не можна:

- «перебивати» співрозмовника;
- різко прискорювати темп бесіди;
- негативно оцінювати особистість співрозмовника;
- підкреслювати відмінність між собою та співрозмовником;
- зменшувати дистанцію.

Залежно від змісту ділові бесіди можуть виконувати різні функції, а саме:

- обмін інформацією;
- формування перспективних заходів;
- контроль і координація певних дій;
- взаємне спілкування під час вирішення актуальних проблем;
- підтримка ділових контактів на різних рівнях;
- пошук, висунення нових ідей;
- стимулювання дій у новому напрямку;
- розв'язання етичних проблем, що виникли під час спілкування.

Існують різні види бесід.

Залежно від мети спілкування та змісту бесіди поділяються на: ритуальні, глибинно-особистісні, ділові.

Залежно від кількості учасників виокремлюють такі бесіди: індивідуальні, групові.

Індивідуальна бесіда – це розмова двох осіб, які прагнуть (обоє або один) до досягнення певної мети. Вона сприяє встановленню між співрозмовниками дружніх стосунків, взаєморозуміння, а також стимулює партнерів до взаємовигідної співпраці.

Ділова бесіда – це спілкування між особами з метою встановлення ділових стосунків, вирішення професійних

проблем або вироблення правильного підходу до них. Зазвичай предметом обговорення під час ділових бесід є конкретна справа.

Ділова бесіда є цілеспрямованим спілкуванням з передбачуваним або попередньо запланованим результатом. Прикладами таких бесід є: обговорення нових проектів, бесіда з партнером по бізнесу, співбесіда з роботодавцем.

Фахівці з проблем ділового спілкування визначають ті чинники, що надають перевагу бесіді як формі взаємного спілкування:

- можливість диференційованого підходу до предмета обговорення з урахуванням поглядів, думок інших з метою прийняття оптимального рішення;
- швидкість реагування на висловлювання співбесідника з урахуванням його зауважень і пропозицій;
- підвищення компетентності співрозмовників за рахунок обміну думками;
- усвідомлення єдності позицій у вирішенні проблеми;
- відчуття власної значущості під час вирішення проблеми, отримання результату.

Зазвичай бесіда складається з таких етапів:

1. Визначення місця й часу зустрічі (на нейтральній, своїй, чужій території).

2. Початок бесіди. Він відіграє особливу роль у створенні сприятливої атмосфери спілкування. Отже, на початку бесіди передусім слід заручитися прихильністю співрозмовника, тобто справити приємне враження про себе. Час, відведений на це, досить обмежений, а тому варто продумати форму вітання, початкову фразу тощо. На цьому етапі важливі значення мають невербальні форми взаємодії – вираз обличчя, поза, вітальний жест.

3. Формування мети зустрічі.

4. Обмін думками та пропозиціями.
5. Закінчення бесіди.

Щоб створити психологічно сприятливу атмосферу довіри, доброзичливості, під час бесіди слід триматися скромно, спокійно, чемно і впевнено; не розмовляти уривчасто.

Десять кроків, що дозволять провести бесіду успішно:

1. Ретельна підготовка. Перед початком бесіди складіть її план, проаналізуйте ситуацію.

2. Пам'ятайте, до чого Ви прагнете. Чітко сформулюйте мету бесіди, оберіть стратегію і тактику її проведення.

3. Намагайтеся створити атмосферу довіри. Співбесідник буде прагнути зробити для Вас щось хороше, якщо Ви справите приємне враження на нього.

4. Не підозрюйте співбесідника в ненадійності. Взаємна довіра завжди необхідна, щоб досягти поставленої мети.

5. З'ясуйте перед бесідою, чи має Ваш співбесідник відповідні повноваження.

6. Не змушуйте співбесідника постійно приймати рішення.

7. Зосереджуйтеся на реальних потребах, а не на амбіціях. Поважайте думки співрозмовника, як власні. Дотримуючись цього правила, Ви матимете більше шансів оминати негаразди й узгодити рішення.

8. Слухайте уважно співбесідника й ставте коректні запитання. Уміння слухати співрозмовника спонукає його до висловлювання власних думок, почуттів, переконань. Тоді виникає мить щирості, істинності, взаєморозуміння і поваги.

9. Працуйте на перспективу, а не на проміжні результати.

10. Підсумуйте результати бесіди.

Успіх або неуспіх під час співбесіди залежить не тільки від професійних якостей (освіти, досвіду, уміння спілкуватися), а й від того, яке перше враження Ви справите на роботодавця. Інколи воно матиме вирішальне значення, якщо, звичайно, Ваша фахова підготовка відповідатиме вимогам.

Співбесіда з роботодавцем – це спеціальна бесіда, під час якої роботодавець оцінює претендента на вакантну посаду.

Неабияке значення для досягнення успіху має підготовка до співбесіди. У цьому аспекті варто:

1. Зібрати якомога більше інформації про установу, у яку Вас запрошують на співбесіду. Таку інформацію можна одержати різними способами:

- прочитати в Інтернеті або газетній статті про організацію;
- ознайомитися з продукцією чи послугами, які надає установа;
- поговорити з людиною, яка працює або працювала в цій структурі;
- поспілкуватися з консультантом агентства, куди Ви звернулися.

Про організацію, у яку Ви йдете на співбесіду **необхідно знати:**

- які послуги або продукцію вона пропонує;
- кому і де реалізує свою продукцію;
- скільки років уже існує;
- юридичний статус організації;
- склад керівництва та як часто він змінюється;
- який має прибуток;
- чи проводилося скорочення штату за останні три роки;
- відгуки преси про установу;
- ставлення керівництва до працівників;

- нові проекти, що розробляються в організації;
- партнерів за кордоном;
- чи входить організація в інше об'єднання.

2. Підготувати копії дипломів, свідоцтв, резюме та інших необхідних документів. Особи творчих професій можуть принести свої статті, малюнки тощо.

3. Підготувати прізвища і контактні телефони осіб, які можуть дати Вам рекомендаційного листа.

4. Заздалегідь дізнатися точну адресу організації; розрахувати свій час так, щоб прийти за 15 хвилин до початку співбесіди (якщо ж Ви запізнюєтеся, то обов'язково зателефонуйте й повідомте про це, а прийшовши, попросіть вибачення).

5. Подбати про діловий стиль одягу. Не можна приходити на співбесіду в міні-спідниці, джинсах чи супермодному одязі, треба дотримуватися в усьому міри.

6. Скласти список очікуваних запитань та підготувати на них відповіді.

У наш час **телефон** – не лише один із найефективніших засобів зв'язку, а й спосіб налагодження офіційних ділових контактів між установами, спосіб підтримання приватних стосунків між людьми. За допомогою телефону здійснюються перемовини, домовляються про важливі ділові зустрічі, вирішують численні оперативні питання, що виникають у процесі управлінської діяльності, надають консультації, звертаються із проханнями, запрошеннями, висловлюють подяку, вибачення тощо.

Телефонна розмова – один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками, зумовленими екстремовними чинниками:

- співрозмовники не бачать один одного й не можуть скористатися невербальними засобами

спілкування, тобто передати інформацію за допомогою міміки, жестів, відповідного виразу обличчя, сигналів очима тощо (відсутність візуального контакту між співрозмовниками);

- обмеженість у часі (телефонна бесіда не може бути надто тривалою);

- наявність технічних перешкод (втручання сторонніх абонентів, поганий зв'язок).

Отже, якщо Ви людина ділова, цілеспрямована, передбачлива, турбуєтеся про власний авторитет, престиж своєї фірми і звикли враховувати все до найменших дрібниць, то вироблення певних принципів поведінки у телефонному спілкуванні є просто необхідним і незамінним.

Фахівці з проблем усного ділового спілкування пропонують дотримуватися таких **правил ведення телефонної розмови**.

Якщо телефонуєте Ви, то необхідно:

- насамперед привітатися, назвати організацію, яку Ви представляєте, а також прізвище, ім'я та по батькові. Зазвичай перші слова телефонної розмови сприймаються нечітко, а тому своє прізвище та ім'я варто називати останнім – принаймні це буде почуто;

- запитати прізвище, ім'я та по батькові свого співрозмовника (якщо він Вам не знайомий). Можна також повідомити, з ким саме Ви хотіли б поговорити;

- запитати, чи є у вашого співрозмовника достатньо часу для бесіди;

- попередньо написати перелік питань, які необхідно з'ясувати, і тримати його перед очима упродовж усієї бесіди;

- завжди закінчувати розмову тому, хто телефонує і неодмінно прощатися (нетактовно класти слухавку, не дочекавшись останніх слів Вашого співрозмовника);

– у разі досягнення важливих домовленостей згодом надіслати підтвердження листом або факсовим повідомленням.

Якщо телефонують Вам, то потрібно:

– спробувати якомога швидше зняти слухавку й назвати організацію, яку Ви представляєте;

– у разі потреби занотувати ім'я, прізвище та контактний телефон співрозмовника;

– розмовляти тактовно, ввічливо демонструвати розуміння сутності проблем того, хто телефонує;

– не класти несподівано слухавку, навіть якщо розмова є нецікавою, нудною та надто тривалою для Вас;

– намагатися якомога швидше виконати обіцянки (у разі виникнення складних питань запропонувати співрозмовникові зустріч для детального обговорення суті проблеми);

– завжди стисло підсумовувати бесіду, запам'ятовувати про домовленості, яких було досягнуто.

Незалежно від того, хто телефонує, варто:

– бути доброзичливим, у жодному разі не виказувати свого невдоволення чимось;

– ставити запитання та уважно слухати відповіді на них;

– залишатися тактовним і стриманим, навіть якщо розмова є вельми неприємною;

– називати співрозмовника на ім'я та по батькові;

– наголошувати на найсуттєвішому;

– пам'ятати, що по телефону звучання голосу значною мірою спотворюється, тому Ваша артикуляція неодмінно повинна бути чіткою, темп мовлення – рівним, а тон – спокійним, витриманим;

– якомога ширше використовувати лексичні можливості літературної мови (насамперед багату синоніміку), але при цьому завжди висловлюватися стисло

й точно, правильно побудованими реченнями; стежити за логікою викладу своїх думок і їх послідовністю.

- розмовляти середнім за силою голосом.

Службова розмова складається з таких етапів:

- момент налагодження контакту;
- викладення сутності справи (повідомлення мети дзвінка, підхід до питання, обговорення повідомленої інформації);
- закінчення розмови.

Будь-яку телефонну розмову слід починати коротким виявленням ввічливості: *Добрий день (ранок, вечір)! Доброго (ранку, вечора)!* Якщо телефонуєте у справі, то потрібно назвати не лише прізвище, ім'я та по батькові, а й посаду, що її Ви обіймаєте. Якщо той, хто телефонує, забув назвати себе, співрозмовник має право запитати: *Вибачте, з ким я розмовляю?* У відповідь не варто обурюватися чи відразу класти слухавку – згідно з правилами етикету слід відрекомендуватися; на анонімний дзвінок можна не відповідати й одразу покласти слухавку. Якщо до телефону підійшов не той, хто Вам потрібен, слід перепросити і звернутися з проханням покликати потрібну людину: *Добрий день. Перепрошую за турботу, чи не могли б Ви запросити до телефону Сергія Петровича (пана Подольного).* Коли до телефону підійде потрібна Вам людина, варто знову привітатись і назвати себе.

Нетактовно давати абонентові неправильну інформацію, розмовляти грубо, якщо він помилився номером телефону. Буде люб'язно з Вашого боку, коли допоможете абонентові з'ясувати причину невдачі. Своєю чергою, якщо Ви зателефонували не за потрібним номером, маєте обов'язково перепросити за завдані турботи. Намагайтеся завжди бути ввічливим, адже тактовність – це насамперед повага до самого себе. Ввічливість має стати духовною потребою кожної людини.

Після встановлення зв'язку варто викладати інформацію чітко, стисло та по суті. Саме така розмова характеризуватиме Вас як досвідчену, ділову людину, що не зловживає чужим часом та увагою, людину, яка досконало володіє етикетом телефонної бесіди.

Ще однією надзвичайно важливою умовою проведення розмови є логічність і послідовність висловлення думок. Неприпустимо, щоб бесіда була хаотичною, адже за такої умови мета Вашого дзвінка може залишитися незрозумілою для співрозмовника. Не слід забувати про дотримання пауз – у такий спосіб Ви надасте співрозмовникові можливість висловити своє ставлення до проблеми.

У процесі бесіди варто уникати категоричності, а докладати зусиль, аби тон Вашої розмови був якомога доброзичливішим. Необхідно намагатися уникати категорично-наказових висловлювань.

Ініціатива закінчення розмови має належати тому, хто телефонував.

Не варто телефонувати в особистих справах зі службового телефону, а в службових справах недоречно це робити додому тій особі, котра має їх виконати (розв'язати).

І насамкінець, не слід зловживати займенником **я**, адже Ваша розмова – діалог, а не монолог.

Нині неодмінним атрибутом кожної ділової людини є **мобільний телефон**. Послугуючись ним, потрібно дотримуватися певних етичних норм, щоб не створювати незручностей для інших. Звичайно, традиційні правила спілкування телефоном, які названо вище, залишаються, але варто враховувати специфіку мобільного зв'язку, оскільки цей засіб завжди у його власника.

Отже, **не можна**:

– користуватися мобільним телефоном під час перегляду спектаклю, кінофільму, на концертах,

конференціях, під час нарад і, звичайно ж, під час навчальних занять. Краще переадресовувати вхідні дзвінки на поштову скриньку або ввімкнути вібродзвінок замість звукового сигналу;

– класти телефон на стіл під час ділової зустрічі, у кав'ярні та аудиторії, щоб не показувати неповагу до співрозмовника чи викладача. Якщо все ж вхідний дзвінок перервав бесіду, слід закінчити розмову якомога швидше;

– голосно розмовляти у транспорті чи на вулиці;

– гратися телефоном під час занять, демонструвати його функціональні можливості;

– розмовляти, перебуваючи за кермом автомобіля, адже це відволікає Вашу увагу.

Загальне правило користування мобільним телефоном – не створювати незручностей, не виказувати неповаги до людей, які перебувають поруч.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Бесіда – форма спілкування, яка застосовується з метою обміну думками, інформацією, почуттями тощо.

Діалог – розмова двох або кількох осіб; форма мовлення, що складається з обміну репліками.

Ділова бесіда – форма спілкування з метою обміну думками, інформацією, почуттями тощо, яка сприяє активізації зусиль для забезпечення співробітництва та впливу.

Індивідуальна бесіда – діалог двох співучасників, які є значущими одне для одного і прагнуть (обоє або один) досягти певної мети.

Інтонація – сукупність просодичних елементів мови (мелодики, ритму, темпу, інтенсивності, тембру та інших), що організовують її фонетично; є засобом вираження

різних синтаксичних значень і категорій, а також експресивного та емоційного забарвлення.

Мобільний телефон – малогабаритний кишеньковий телефонний апарат стільникового зв'язку, який у сучасному світі сприяє швидкому налагодженню офіційних ділових контактів між установами, підтриманню приватних стосунків між людьми.

Монолог – безпосередньо спрямований на співрозмовника чи аудиторію організований вид усного мовлення, який передбачає висловлювання однієї особи.

Полілог – форма мовлення, яка характеризується зміною висловлювань декількох мовців і безпосереднім зв'язком цих висловлювань із ситуацією.

Репліка – багатозначний термін, головним значенням якого є: стисле зауваження, підтримка або заперечення, відповідь одного співрозмовника на слова іншого.

Співбесіда – спілкування з претендентом на певну посаду, спрямоване на отримання інформації щодо його досвіду, рівня знань, особистих і професійних якостей.

Співбесіда з роботодавцем – спеціальна бесіда, під час якої роботодавець оцінює претендента на вакантну посаду.

Телефон – один з найефективніших засобів зв'язку; спосіб налагодження офіційних ділових контактів між установами, підтримання приватних стосунків між людьми.

Телефонна розмова – один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками, зумовленими екстрамовними чинниками.

Усне літературне професійне мовлення – різновид розмовно-літературного мовлення, що близький до писемного.

Усне спілкування – форма реалізації мовної діяльності за допомогою звуків, що є процесом говоріння.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 4; 16; 34; 36; 38; 39; 42; 56; 59; 60; 80; 89; 93; 97; 101.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Усне спілкування та його особливості.
2. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування.
3. Функції та види бесід. Стратегія поведінки під час ділової бесіди.
4. Особливості співбесіди з роботодавцем.
5. Етикет телефонної розмови. Етичне використання мобільних телефонів.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Послугуючись прийомами встановлення контакту, змодельуйте бесіду з викладачем на професійну тему.

Завдання 2. Змодельуйте і запишіть типову ситуацію ділової телефонної розмови:

- *телефонуєте Ви (на передодні свята Нового року);*
- *телефонують Вам (на передодні свята Нового року).*

Завдання 3. Запишіть у вигляді правил, що не можна ні в якому разі робити, щоб ділова бесіда була ефективною.

Завдання 4. За поданим зразком продовжіть перелік причин звільнення працівника.

Незначний досвід роботи, очікування високої заробітної плати,

Завдання 5. Порівняйте професійне спілкування кількох викладачів з метою визначення прийомів установлення зв'язку з аудиторією.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Дайте письмові відповіді на нестандартні запитання.

- *Що Ви будете ще робити сьогодні?*
- *За що Вас критикували востаннє?*
- *Опишіть, будь ласка, ідеального керівника.*
- *Які з поставлених обов'язків Ви виконуєте успішно?*
- *Ви найчастіше погоджуєтесь чи сперечаєтесь? Чому?*
- *Назвіть три ситуації, коли Ви не змогли досягти успіху.*

Завдання 2. Змодельуйте та запишіть бесіду між особою, що влаштовується на роботу й роботодавцем.

Завдання 3. Продовжіть перелік реплік і висловлювань, що стимулюють розумову діяльність під час бесіди:

- *Дуже цікава думка (ідея),*
- *Правильно, але варто конкретизувати,*

Завдання 4. Укладіть правила етикетного користування мобільним телефоном.

Завдання 5. Сформулюйте і запишіть правила поведінки під час співбесіди з роботодавцем.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про культуру усної ділової комунікації у сфері освіти.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Етичні норми використання мобільних телефонів».
- «Вербальні й невербальні компоненти діалогу».
- Способи впливу на людей у процесі безпосереднього спілкування».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке «усне спілкування»?

- а) багатоплановий процес розбудови контактів між людьми, породжуваний потребами спільної діяльності;
- б) взаємодія між людьми, які входять до комунікативного простору;
- в) реакція особи, зумовлена впливом на неї сигналів суспільства;
- г) форма реалізації мовної діяльності за допомогою звуків, що є процесом говоріння.

2. На які типи поділяють усне фахове спілкування за способом взаємодії між комунікантами?

- а) монологічне й діалогічне;
- б) монологічне й полілогічне;
- в) полілогічне й діалогічне;
- г) усі відповіді правильні.

3. Що таке «ділова бесіда»?

- а) спілкування між особами з метою встановлення ділових стосунків, вирішення ділових проблем або вироблення правильного підходу до них;
- б) форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом;
- в) форма ситуаційно-зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються;
- г) розмова двох осіб, які прагнуть до досягнення певної мети.

4. Що таке «індивідуальна бесіда»?

- а) розмова двох осіб, які прагнуть до досягнення певної мети;

б) форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом;

в) форма ситуаційно-зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються;

г) форма спілкування між кількома особами.

5. Які функції можуть виконувати ділові бесіди залежно від змісту?

а) обмін інформацією; формування перспективних заходів; контроль і координація певних дій;

б) взаємне спілкування під час вирішення актуальних проблем; підтримка ділових контактів на різних рівнях;

в) пошук, висунення нових ідей; стимулювання дій у новому напрямку; розв'язання етичних проблем, що виникли під час спілкування;

г) усі відповіді правильні.

6. Що потрібно робити, щоб досягти успіху під час бесіди?

а) ретельно готуватися до бесіди; бути уважним і тактовним до співрозмовника; постійно стимулювати у співрозмовника зацікавленість розмовою;

б) уміти слухати співбесідника, ураховувати його погляди, думки й докази; стежити за реакцією партнера й відповідно корегувати свої дії;

в) висловлювати свої думки точно, логічно, переконливо; створювати атмосферу довіри, щоб привернути до себе співрозмовника;

г) усі відповіді правильні.

7. Що таке «внутрішній монолог»?

а) форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом;

- б) форма ситуаційно-зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються;
- в) форма спілкування між кількома особами;
- г) мовлення «про себе», міркування, роздуми.

8. Що таке «полілог»?

- а) форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом;
- б) форма ситуаційно-зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються;
- в) форма спілкування між кількома особами;
- г) мовлення «про себе», міркування, роздуми.

9. Що таке «співбесіда з роботодавцем»?

- а) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець призначає претендента на вакантну посаду;
- б) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець оцінює претендента на вакантну посаду;
- в) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець укладає договір із претендентом на вакантну посаду;
- г) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець вільно спілкується із претендентом на вакантну посаду.

10. Із яких етапів складається службова розмова телефоном?

- а) вступ, основна частина, висновки;
- б) момент налагодження контакту, викладення сутності справи, закінчення розмови;
- в) вступ, основна частина, момент налагодження контакту, викладення сутності справи, закінчення розмови;
- г) вступ, основна частина, момент налагодження контакту, викладення сутності справи, закінчення розмови, висновки.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

ОСНОВНА:

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б.Д. – К. : Освіта, 1991. – 228 с.
2. Богдан С.К. Мовний етикет українців : традиції і сучасність / Богдан С.К. – К. : Рідна мова, 1998. – 476 с.
3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації / Ботвина Н.В. – К. : Арттек, 2002. – 208 с.
4. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Гриценко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.
5. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення : [навчальний посібник] / Гриценко Т.Б. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 268 с.
6. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
7. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.
8. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.
9. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
10. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.
11. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

ДОДАТКОВА:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.
3. Казарцева О.М. Культура речевого обшчення. Теория и практика обучения / Казарцева О.М. – М. : Флинта, 2004. – 496 с.
4. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] / Косенко Ю.В. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 281 с.
5. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.
6. Мацько Л.І. Культура української фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.
7. Сабліна С.В. Сучасні мовознавчі проблеми дослідження українського мовного етикету / С.В. Сабліна // Вісник запорізького державного університету. – 2002. – № 3. – С. 37–44.
8. Сербенська О.А. Культура усного мовлення / Сербенська О.А. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 216 с.
9. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.
10. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 8

У процесі вивчення теми *«Культура усного фахового спілкування»* рекомендується:

- опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

- ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: бесіда, діалог, ділова бесіда, індивідуальна бесіда, індивідуальні форми фахового спілкування, колективні форми фахового спілкування, інтонація, мобільний телефон, монолог, полілог, репліка, співбесіда, співбесіда з роботодавцем, телефон, телефонна розмова, усне літературне професійне мовлення, усне спілкування та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

- із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

- завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3 КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ТЕМА 9 ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ

МЕТА: оволодіти прийомами й навичками ділового спілкування під час колективного обговорення професійних проблем; виробити вміння і навички етичної поведінки під час наради, перемовин, зборів, дискусій.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Перемовини – обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди. Вони проводяться на різних рівнях, з різною кількістю учасників, можуть мати як **неофіційний**, так і **протокольний характер**. Перемовини призначені для того, щоб на основі взаємного обміну думками (у формі різних пропозицій відносно рішення обговорюваної проблеми) укласти угоду, що відповідає інтересам обох сторін і досягти результатів, які задовольняють усіх її учасників.

Перемовини виконують такі **функції: інформаційно-комунікативну; досягнення домовленостей; регулювання, контроль, координація дій**. Дослідники розрізняють **два підходи** до перемовин:

– **конфронтаційний**, який має суб'єкт-об'єктний характер (протистояння сторін, їхня впевненість у тому, що треба здобути перемогу будь-якою ціною, а відмова від неї – це поразка);

– **партнерський**, який має суб'єкт-суб'єктний характер (спільний аналіз проблеми, у результаті якого

учасники шукають найкращі, найбільш взаємовигідні варіанти розв'язання проблеми).

Класифікація перемовин:

- за кількістю учасників: **двосторонні, багатосторонні;**
- за повторюваністю: **разові, постійні;**
- залежно від цілей: **перемовини, що спрямовані на встановлення взаємин; на нормалізацію несприятливих стосунків; на зміну характеру контактів і надання їм нового, більш високого рівня; на одержання додаткових результатів;**
- за змістом: **політичні, економічні, особисті;**
- за характером: **офіційні** (їх завдання – підписання відповідних документів, що мають юридичну силу), **неофіційні** (без підписання відповідних юридичних документів).

Основною метою перемовин є прийняття (після спільного обговорення проблеми) рішення, яке може бути: **конструктивним**, що пов'язане з реальними змінами на краще; **деструктивним** (руйнівним); **пропагандистським** (пов'язане з обіцянками на словах без відповідних зобов'язань); **заспокійливим** (що заспокоює суспільну думку).

Перед тим, як сісти за стіл перемовин, слід виробити чітку стратегію, усвідомити можливі складнощі й максимально підготуватися до них.

Стратегія передбачає:

- уважне вивчення особистісних характеристик і особливостей майбутнього співрозмовника, його ділових інтересів, способів ведення перемовин;
- створення сприятливої атмосфери для процесу перемовин, обміркування висловлювань та доказів, ефективних прийомів впливу на співрозмовника;
- продумування «шляхів відступу» і нейтралізації зауважень;

– підготовку ефектного завершення перемовин.

Будь-які перемовини передбачають наявність трьох **стратегій**:

1. Підготовка до перемовин.
2. Власне процес перемовин.
3. Завершення перемовин та аналіз їх результатів.

Кожна із них має свої особливості, передбачає певні вимоги до учасників процесу, відповідно й свої результати.

Перша стратегія ведення перемовин полягає у протистоянні крайніх позицій сторін (опоненти вперто відстоюють свої погляди, розв’язання проблеми затягується, псуються стосунки між учасниками перемовин).

Друга стратегія передбачає розв’язання проблем, з урахуванням їхнього змісту, інтересів обох сторін та отримання такого результату, який би був обґрунтований і не залежав від волі жодної з них.

Третя стратегія – розуміння сторонами необхідності пошуку прийняттого для них обох рішення (кінцевий результат не лише обґрунтовується певними нормами, критеріями незалежно від волі сторін, а й відповідає інтересам учасників перемовин).

Перемовини мають три **стадії**:

1. Підготовка до перемовин (аналіз ситуації) передбачає з’ясування мети, проблеми, оцінювання ситуації, формування загального підходу, визначення позицій та можливих варіантів розв’язання проблеми, їх аргументація, вироблення правильного й коректного ставлення до співрозмовника: встановлення контакту з партнером; створення приємної атмосфери спілкування; пробудження інтересу до пропозицій; з’ясування побажань сторін; забезпечення переходу до діалогу.

2. Проведення перемовин. Фахівці з проблем усного ділового спілкування рекомендують дотримуватися таких принципів щодо ведення перемовин:

Розмежування суті проблеми і стосунків учасників перемовин. Якщо виникають непорозуміння, варто уважно, спокійно вислухати партнера, а потім уточнити чи спростувати його аргументи, при цьому слід пожартувати, змінити інтонацію, використати певні жести і навіть вибачитися.

Визначення інтересів сторін. Надзвичайно важливо чітко визначити свої інтереси, переконливо аргументувати та відстоювати їх. Водночас треба враховувати й поважати інтереси іншої сторони, з розумінням ставитися до пропозицій опонентів.

Розгляд взаємовигідних варіантів. Під час обговорення проблеми доцільно розглядати декілька варіантів її вирішення. Для їх пошуку можна використати метод «розумової атаки», щоб виокремити більше ідей для розв'язання проблеми. Також можна поділити її на частини і приймати рішення поетапно. Якщо обом сторонам складно дійти згоди, можна звернутися за порадою до третьої особи, тобто до посередника. Посереднику не обов'язково заглиблюватися в позицію кожної сторони, його завдання – знайти найкращий варіант можливого вирішення проблеми й допомогти сторонам дійти згоди. Посередник готує текст угоди, пропонує його сторонам і з урахуванням їхніх зауважень доводить роботу до логічного завершення.

Застосування об'єктивних критеріїв. Перш ніж дійти згоди, опоненти мають обговорити умови справедливої домовленості. Щоб досягти успіху, необхідно ретельно готувати кожне рішення, бути відкритим для доказів, не піддаватися на провокації.

На результативність перемовин впливає психологічна атмосфера, тому бажано дотримуватися таких **правил**:

– не слід говорити голосно (партнер подумає, що Ви йому нав'язуєте свою думку) або тихо (партнер не буде

впевненим у тому, що добре Вас почув), швидко (партнеру хочеться розібратися в почутому і сформулювати свою думку) або повільно (партнерові може видатися, що Ви просто гаєте час);

- серед учасників перемовин варто знайти «ключову постать», від якої залежатиме розв'язання питання, до думки якої прислухаються;

- бажано за наявності «гострих кутів» під час обговорення не вживати слова та вирази, що передають твердість Вашого підходу, наприклад: *безумовно, тільки так, остаточно* тощо. Їх краще замінити на такі: *мені здається, я думаю, може, це буде кращий варіант*.

3. Завершення перемовин. Якщо хід перемовин був позитивним, то на завершальній стадії резюмують, стисло повторюють основні положення, які розглядалися під час обговорення, характеризують ті позитивні моменти, з яких досягнуто згоди сторін. Це дозволить упевнитися в тому, що всі учасники перемовин чітко зрозуміли суть основних домовленостей майбутньої угоди. Ґрунтуючись на позитивних результатах перемовин, доцільно обговорити перспективи нових зустрічей.

За негативного результату перемовин варто зберегти суб'єктивний контакт з партнером. У цьому разі акцентується увага не на предметі перемовин, а на особистих аспектах, що забезпечать ділові контакти в майбутньому. Тобто слід відмовитися від підсумовування тих розділів, де не було досягнуто позитивних результатів. Бажано знайти цікаву для обох сторін тему, яка зможе «розрядити» ситуацію і допоможе створити дружню, невимушену атмосферу прощання.

Перед підписанням угоди ще раз уважно перечитують її, щоб уникнути непорозумінь.

Поширеною формою колективного обговорення ділових проблем є **збори** – зустріч, зібрання членів певної

організації, що проводиться з метою спільного обміну думками з певного питання, яке хвилює громадськість. На обговорення збираються члени колективу, яких єднає спільний інтерес (збори акціонерів, партійні збори, збори громадян для висунення кандидата в депутати та ін.).

За складом учасників збори поділяються на:

- **відкриті** – зібрання членів певної організації із запрошенням сторонніх осіб;
- **закриті** – зібрання членів якого-небудь колективу чи організації без сторонніх осіб.

Окремо виділяють **урочисті** збори – зібрання з нагоди відзначення певних урочистостей чи історичних дат.

Збори готуються заздалегідь і, що ретельніше, то кращим буде їх результат.

Збори складаються з таких **етапів**:

1. Підготовка зборів (зазвичай займається робоча група, члени якої зацікавлені в результаті).

2. Висвітлення проблеми та її обґрунтування. Керує зборами голова або президія, яку обирають учасники. Доповідає авторитетна особа, яка добре володіє предметом обговорення і вміє кваліфіковано його викласти. (Слід обов'язково пам'ятати про регламент і доцільно розподілити час для виступу з доповіддю. Фахівці рекомендують близько 10-12% загального часу, відведеного для доповіді, присвятити вступові; 4-5% – висновкам, а решту – основній частині).

3. Обговорення проблеми. Після основного виступу з доповіддю на тему винесену на розгляд, починається її обговорення. Ефективнішими будуть ті виступи, до яких учасники зборів готувалися заздалегідь. Виступ краще присвятити одній темі та дібрати вагомні аргументи на захист своєї позиції (підготувати відповідні пропозиції). Обговорення припиняється тоді, коли на запитання: *Чи є ще пропозиції з обговорюваної проблеми?* – відповіді

немає. Тоді внесені пропозиції систематизують, готують проект рішення, який пропонують на розгляд учасникам зборів.

4. Ухвалення рішення. Рішення складається з двох частин: констатування (виклад ситуації) та ухвалення (оцінка проблеми, завдання, особа, на яку покладається контроль за виконанням рішення).

Збори будуть ефективними, а ця форма колективного обговорення проблем популярною, якщо через деякий час учасникам буде доведено інформацію про виконання прийнятого рішення.

Нарада – спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя; форма управлінської діяльності, змістом якої є спільна робота певної кількості учасників; дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань.

Оптимальна кількість учасників наради – 10-12 осіб. Ця форма вирішення питань матиме позитивний результат лише тоді, коли її учасники за рівнем професійних знань і практичного досвіду відповідатимуть рівню винесеної на обговорення проблеми, окрім того, сама проблема має бути значущою для всіх присутніх. Наряду проводить голова, який повинен мати не тільки організаторський хист, а й уміти стежити за перебігом дискусії, обмірковувати й добирати слушні запитання, систематизовувати різні погляди, вчасно робити висновки.

Класифікація ділових нарад

1. За метою й завданням:

– **навчальна нарада** (спрямована на те, щоб передати учасникам певні знання і у такий спосіб підвищити їх фаховий рівень);

– **роз’яснювальна нарада** (проводиться для того, щоб переконати її учасників у доцільності, правильності та своєчасності стратегії і дій керівника);

– **проблемна нарада** (спрямована на розроблення шляхів і методів розв’язання проблем; її проводять у невеликому колі компетентних і висококваліфікованих фахівців);

– **координаційна нарада** (проводиться для того, щоб скоординувати роботи підрозділів);

– **диспетчерська** (оперативна) **нарада** (спрямована на отримання інформації про поточний стан справ, їх аналіз і прийняття рішення; проводять у точно визначений день і час, що дає змогу учасникам підготуватися; відносно нетривала – 20-30 хв.; її доцільно розпочинати: коротким звітом про стан справ, інформацією про виконання рішень попередньої наради, вказати на труднощі, що виникли, підсумком за минулий період);

– **інструктивна** (інформаційна) **нарада** (проводиться для того, щоб передати учасникам вказівки і розпорядження, пояснити їх і деталізувати відносно конкретних умов роботи; встановити методи і терміни виконання вказівок, визначити завдання; доцільно, якщо запропонована присутнім інформація багатоаспектна, передбачає неоднозначні способи дій, вирізняється неординарністю).

2. За способом проведення:

– **диктаторська нарада** (право голосу має тільки керівник; він викладає свої погляди, видає наказ або вказівку; кількість учасників нерегламентована; збереження ієрархії працівників; однозначність у постановці завдань; швидке виконання рішень);

– **автократична нарада** (перебіг її передбачає запитання керівника і відповіді учасників наради; на вимогу або за дозволом керівника допускаються виступи; кількість учасників обмежена).

– **сегрегативна нарада** (передбачає порядок, за якого керівник сам визначає тих, хто має виступити чи кого бажає вислухати);

– **дискусійна нарада** (демократичний спосіб розв’язання проблем). Такі наради організовують у разі потреби координації дій співробітників або підрозділів; їх може проводити як керівник, так і обраний учасниками голова. Кількість учасників обмежена, але не більше 15 осіб, із яких кожен має можливість вільно викласти свою думку. Це сприяє згуртованості членів колективу, підвищенню відповідальності за виконання прийнятих рішень, дає змогу відкрито обговорити будь-які погляди;

– **довільна нарада** (має місце тоді, коли обмінюються думками працівники, професійні обов’язки яких тісно взаємопов’язані). Вона відбувається без порядку денного, без голови, на ній не приймають ніяких рішень. Прикладом такої наради є обговорення керівником, його заступниками, помічниками, провідними спеціалістами загального стану справ або важливої проблеми.

3. За ступенем підготовленості:

– **запланована нарада** (проводиться за встановленою періодичністю, у точно визначений час, зі сталим складом учасників і постійним порядком денним);

– **позапланова нарада** (проводиться у разі виникнення непередбачуваних, надзвичайних ситуацій, наприклад, за умови надходження нормативного документа, що змінює порядок роботи).

4. За технікою проведення:

– **нарада, проведена методом «мозкового штурму»**, має такі особливості:

– її присвячують тільки одній проблемі, як правило, важливій;

– учасники наради (не більше 10-12 осіб) уточнюють формулювання проблеми, після чого її фіксують на дошці

або плакаті. На неї запрошують зацікавлених у вирішенні проблеми осіб, працівників, що вирізняються високим інтелектом, самостійністю й незалежністю суджень, знанням проблеми;

- кожен учасник наради висловлюється тільки з указаної проблеми і виголошує конструктивну пропозицію, під час формулювання якої уникає покликань, пояснень, доведень, аргументацій (подаються тільки на вимогу голови), критика внесених пропозицій теж заборонена;

- усі пропозиції систематизують за такими критеріями: важливість, оригінальність, рентабельність, креативність та ін. Потім скорочено їх фіксують на дошці у вигляді пунктів проекту рішення. Пункти, з яких досягнуто загальної згоди, вносять у протокол засідання, який підписують усі учасники;

- пункти, з яких згоди не досягнуто, фіксують для їх подальшого доопрацювання і обговорення.

Описаний метод не можна вважати універсальним. Проте користуватися ним доцільно в ситуаціях, коли рішення не може бути прийнятим на основі думки більшості, коли потрібні компроміс і погодження інтересів. Окрім того, під час обговорення є можливість об'єктивно оцінити здібності кожного учасника і зробити висновок про доцільність його подальшої участі у подібних нарадах.

- **«нарада без наради»** проводиться у три етапи:

1. Керівник формулює у письмовій формі проблему, яка вимагає прийняття колективного рішення.

2. Добираються необхідна інформація і вихідні матеріали для розв'язання проблеми, а також складається список осіб, які можуть узяти участь у процесі пошуку оптимальних рішень; їм надсилають бланки з письмовим формулюванням проблеми.

3. Кожен з учасників повинен сформулювати власну точку зору і письмово викласти її на тому ж бланку. Потім, призначена керівником особа збирає заповнені бланки, знайомиться з їх змістом, спілкується з кожним учасником, уточнюючи пропозиції та приймає остаточне рішення щодо означеної проблеми. У розв'язанні складних питань бере участь керівник.

В організації ділової наради можна виділити три етапи: підготовка наради; перебіг наради; підсумовування результатів наради.

1-й етап (підготовка наради)

1.1. Планування. Заплановані наради проводять за графіком, який складають на місяць (квартал). Визначають такі їх пункти: порядок денний; хто проводить (керівник, заступник керівника); дата і час проведення; місце проведення; склад присутніх; тривалість.

Мету наради слід формулювати чітко й однозначно, що дозволить забезпечити її дієве проведення; дасть змогу зосередити увагу присутніх на найважливіших моментах; відокремити другорядні питання; правильно визначити склад учасників; підвищити ефективність рішень, що приймаються; організувати контроль за виконанням ухвалених рішень.

Готуючись до наради, насамперед, слід потурбуватися про визначення порядку денного, пам'ятаючи таке: вона повинна містити оптимальну кількість питань (один-два пункти), формулювання яких має бути чітким і зрозумілим для всіх учасників; їхня послідовність повинна бути логічно і психологічно виправданою. Першим до порядку денного вносять питання, з якого не передбачається гостра полеміка, потім обговорюють спірні проблеми, дискусія з яких може бути гострою і тривалою. Зазначений порядок дає змогу розпочати обговорення дискусійних проблем у спокійній атмосфері, уникнути упередженості, послабити увагу емоційних чинників.

Дату і час проведення наради визначають згідно з планом або за вказівкою керівника. У разі потреби їх погоджують із зацікавленими підрозділами і працівниками. Тривалість наради не повинна перевищувати 1,5 години (диспетчерської (оперативної) – 30-35 хвилин).

Визначаючи дату і час її проведення, керівник повинен урахувати такі чинники: кількість та складність питань порядку денного; терміновість їх обговорення; стан поінформованості та підготовленості учасників.

Нараду доцільно проводити у другій половині дня і не більше ніж одну, тим паче з постійним складом учасників.

Склад учасників наради встановлюють з урахуванням її мети і порядку денного, ступеня ділової зацікавленості потенційних учасників, їхньої компетентності, бажання і здатності брати активну участь в обговоренні, вносити свої пропозиції.

1.2. Підготовка доповіді і проекту рішення. Цей етап передбачає **визначення доповідача; підготовку доповіді; її обговорення і коригування.**

Підготовка доповіді – відповідальний етап організації наради. Погана доповідь може дискредитувати проблему, похитнути авторитет керівника, знизити ефективність наради.

Визначаючи доповідача, ураховують такі **чинники**: значення обговорюваної проблеми; доцільність того, щоб з доповіддю виступав керівник, підкреслюючи тим самим важливість питання; бажання керівника активізувати підлеглих, підвищити рівень їхньої участі у проведенні тих або інших заходів.

Керівник обговорює з доповідачем мету, яку він ставить перед нарадою, основні ідеї, структуру, передбачувані рішення. Залежно від важливості виступу, складності проблеми, особистої компетентності керівника

(доповідача) і аудиторії, під час підготовки складають короткий або розгорнутий план, тези або повний текст доповіді. Усі фактичні дані повинні бути достовірними.

Автору доповіді слід чітко уявляти склад і підготовку аудиторії, щоб не повторювати відомі учасникам наради положення, оперувати доступними і необхідними фактами

Доцільно ознайомити учасників наради з доповіддю заздалегідь. Це дасть змогу глибше вивчити її зміст, уникнути багатьох запитань безпосередньо на нараді, скоротити її тривалість. У деяких випадках такий порядок дає змогу відмовитися від читання доповіді і розпочати нараду безпосередньо з її обговорення.

Є випадки, коли одночасно з доповіддю готують проект рішення. Якщо доповідь є результатом індивідуальної творчості керівника (доповідача), то до вироблення проекту рішення наради слід залучати фахівців, керівників, тих працівників, які його виконуватимуть.

Проект рішення має бути конкретним, містити чіткі й однозначні формулювання із зазначенням виконавців, термінів, передбачуваних результатів, форм контролю.

У деяких випадках рішення наради фіксують у протоколі, іноді оформляють у вигляді окремого документа, який підлягає реєстрації.

1.3. Підготовка документів і приміщення.

Підготовка документів для учасників наради має таку мету: скоротити час на виголошення доповіді; переконатися в тому, що всі ознайомлені з положеннями і фактами, які обговорюватимуться на нараді; зосередити увагу учасників на тих питаннях, які доповідач вважає основними.

Документи, які перед початком наради роздають учасникам, повинні містити основні тези, висновки, пропозиції, а також описи, витяги з директивних і

нормативних документів, статистичний матеріал, схеми тощо.

Запропоновані учасникам документи систематизують, скріплюють або кладуть у теку; неприпустимо вимагати повернення їх після наради.

Приміщення обирають з урахуванням чисельності учасників, щоб кожен міг добре бачити і слухати доповідача. Воно може бути обладнане екраном, інтерактивною дошкою, засобами для демонстрування слайдів. Для учасників необхідно створити комфортні умови (зручні крісла або стільці, письмові приладдя, мінеральна вода тощо).

Якщо нараду проводять у кабінеті керівника, то на цей час телефон перемикають на секретаря, припиняють приймати відвідувачів і співробітників.

Приміщення повинно бути світлим, з доброю вентиляцією і звукоізоляцією, забезпечувати вільний огляд ілюстративного матеріалу.

1.4. Підготовка учасників до наради. Цей етап передбачає: визначення працівниками своєї ролі у вирішенні завдань, поставлених перед нарадою; з'ясування ними своєї позиції з питань, які передбачається обговорити; докладне ознайомлення з документами; чітке формулювання запитань до голови й учасників; підготовку матеріалів (даних, аргументів, фактів) до полеміки.

2-й етап (проведення наради)

2.1. Відкриття наради. Починаючи нараду, керівник виголошує вступне слово, повідомляє про склад присутніх, у разі потреби називає прізвища, ім'я, по батькові та посади всіх або деяких учасників (серед них не повинно бути невідомих осіб).

Потім оголошують порядок денний наради та повідомляють регламент.

Рекомендований регламент проведення традиційних нарад є таким: вступне слово – 5-7 хв., доповідь – 25-

30 хв., відповіді доповідача на запитання – 5-7 хв., виступи у дебатах – 3-5 хв., викладення проекту рішення – 3-5 хв., обговорення і прийняття рішення – 8-10 хв.

Доцільно вказати мету і завдання наради, коротко схарактеризувати проблеми, поставлені перед її учасниками (актуальність, важливість, труднощі, що виникнуть при їх вирішенні), підкреслити їх практичне значення.

До того ж, голові наради слід ураховувати такі **рекомендації**:

- необхідно нагадати присутнім мету засідання, порядок денний, встановити регламент;
- потрібно з'ясувати, чи немає в учасників запитань, зауважень, пропозицій щодо порядку денного, регламенту і складу присутніх;
- керівнику слід сприяти тому, щоб слово отримав кожен бажаючий, без дублювань у виступах;
- особливу увагу варто приділяти висловлюванням опонентів;
- необхідно організувати і підтримати полеміку, зацікавлений, відвертий і доброзичливий обмін думками між учасниками наради;
- у залі варто підтримувати атмосферу зацікавленості й доброзичливості.

2.2. Виголошення доповіді. Після вступного слова виголошують доповідь або повідомлення. Такий порядок традиційний, проте не завжди він виправданий, у деяких випадках доповідь може замінити коротка інформація, представлена учасникам у письмовому вигляді, тези доповіді або її текст.

Велике значення для успіху виступу має культура мовлення адресанта, зокрема правильність і чіткість вимови, логічність, виразність, емоційність.

2.3. Відповіді на запитання. Після закінчення доповіді (повідомлення, інформації) адресант відповідає на поставлені запитання з метою поглибити і доповнити матеріал на прохання учасників, переконати їх у достовірності інформації. Проте вони не повинні виходити за межі обговорюваної теми.

Іноді під час відповідей на запитання виникає полеміка. Обговорення доповіді забезпечує виявлення думок учасників наради; визначення сильних і слабких сторін доповіді; формулювання різних поглядів на проблему; розроблення нових ідей, підходів і методів.

Саме під час обговорення діалогу керівник отримує нову інформацію, з'ясовує інтереси учасників наради.

Якщо нарада має суто інформаційний, ознайомлювальний характер, керівник може обмежити кількість учасників дискусії.

3-й етап – підсумовування наради

Проект рішення готують до початку наради, проте учасників з ним не ознайомлюють. Під час наради вносять зміни і доповнення, а потім пропонують його для обговорення і прийняття. Голова наради формулює рішення на основі узагальнення думок учасників, унесених пропозицій.

Готуючи проект рішення, варто обговорити всі принципові положення, які входять до нього, чітко зазначити, хто, коли і що робитиме, за якими критеріями оцінюватиметься результат, хто і як буде контролювати процес виконання рішення. До складання проекту рішення варто залучати найактивніших учасників наради, зокрема тих, чії пропозиції увійшли до цього проекту.

Дискусія (дослідження, розгляд) – діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але

спірного питання і спрямований на певний позитивний результат. Дискусія – діалог не внутрішній, а зовнішній, відкритий.

Предметом дискусії має бути проблемне, важливе у цій ситуації питання, яке викликає неоднозначні думки та пропозиції.

Справжня дискусія – не суперечка, не з'ясування стосунків, вона передбачає об'єктивне й доброзичливе обговорення питання з обов'язковою повагою як до своїх прихильників, так і до опонентів, з опорою на особистісно-діалогічний стиль спілкування. Тому за результатами дискусії не може бути переможців і переможених.

Дискусія як метод вирішення проблеми зазвичай конструктивна, тобто спрямована на певний позитивний результат, на просування у розв'язанні спірного питання.

На думку фахівців з етики ділового спілкування, організація дискусії передбачає **три етапи: підготовчий, основний та заключний.**

На першому етапі формують тему дискусії й основні питання, які будуть винесені на колективне обговорення; визначають місце і час її проведення. Здебільшого ефективність дискусії зумовлює вибір теми для обговорення, тому краще формулювати її проблемо. Якщо тема дискусії є занадто складною, доцільно зробити невеликий вступ, щоб учасникам було легше визначитися з приводу основних понять.

На **другому етапі** обговорюють ті питання, які було винесено на порядок денний, виявляють позиції учасників, а емоційно-інтелектуальний поштовх пробуджує бажання мислити активно.

Є певні вимоги до поведінки учасників дискусії:

– вони мають підготуватися до обговорення обраної теми й виявити готовність викласти свою позицію;

- кожен повинен уважно слухати інших і чути, про що саме говориться;

- усім бажано поводитися відповідно до загальноприйнятих етичних норм поведінки; не слід перетворювати дискусію на суперечку; не можна перебивати того, хто виступає, робити зауваження щодо особистісних якостей учасників.

Готуючи і проводячи дискусію, необхідно враховувати певні **етичні** та **психологічні вимоги** до неї:

- якщо учасники матимуть єдину мотивацію, то прагнутимуть знайти відповіді на питання, що їх хвилюють;

- якщо вони будуть достатньо поінформовані про предмет обговорення, то не витратять час на дискусію з приводу «білих плям»;

- якщо учасники матимуть вичерпну інформацію з питання, то дискусія не матиме сенсу;

- коли дискусія відбуватиметься в атмосфері доброзичливості та поваги, – учасники розійдуться з почуттям задоволення від проведеної роботи.

Для того, щоб дискусія була корисною і сприяла ефективному розглядові порушеної проблеми, варто дотримуватися певних **правил**:

- не викликати в опонента стану афекту, гніву, роздратування, щоб послабити його позицію або спровокувати до логічних помилок;

- не принижувати гідності опонента, виявляти повагу до нього; не відволікати від предмета обговорення;

- не припускати звинувачень на адресу опонента;

- не використовувати психологічний тиск на опонента;

- не використовувати слово «ні», особливо, коли опонент говорить «так»;

- не радіти відкрито з приводу поразки опонента.

Про результативність дискусії можна говорити тоді, коли учасники сформуvalи певну думку щодо обговорюваного питання або підтвердили ті погляди, які мали на початку.

Іноді обговорення проблеми перетворюється з дискусії на суперечку, при цьому виникає комунікативний конфлікт. **Суперечка** – це зіткнення різних думок, під час якого кожна зі сторін відстоює тільки свою позицію. Учасники вступають у суперечку для досягнення трьох цілей: виправдання своїх думок, спростування думок опонента та одержання додаткової інформації.

Форми організації дискусії

«Дерево рішень». Цей метод застосовується під час аналізу ситуації і допомагає досягнути повного розуміння причин, які зумовили прийняття того чи іншого важливого рішення в минулому.

Учасники дискусії розуміють механізм прийняття складних рішень, а ведучий фіксує переваги й недоліки кожного з них.

Методика проведення:

1. Ведучий визначає завдання для обговорення.
2. Учасникам надається основна інформація з проблеми.
3. Ведучий поділяє колектив на групи по 4-6 осіб, кожній з яких роздають таблиці та яскраві маркери; визначається час на виконання завдання (10-15 хв.).
4. Учасники дискусії заповнюють таблицю й приймають рішення з проблеми.
5. Представники кожної групи розповідають про результати.

Дискусія у стилі телевізійного ток-шоу. Група з 3-5 осіб дискутує на заздалегідь обрану тему в присутності аудиторії. Глядачі вступають в обговорення пізніше: вони висловлюють свою думку або ставлять запитання учасникам бесіди.

Ток-шоу дає можливість чітко висловити різні точки зору на задану тему, але для цього учасники обговорення повинні бути добре підготовлені (умови у всіх рівні – 3-5 хвилин), а ведучому слід стежити, щоб ніхто не відхилявся від заданої теми.

Методика проведення дискусії:

1. Ведучий визначає тему, запрошує основних учасників, диктує правила проведення дискусії, регламент виступів.

2. Учасників дискусії потрібно розсадити так, щоб глядачі були навколо столу основних дійових осіб.

3. Ведучий починає дискусію: представляє учасників і оголошує тему.

4. Першими виступають учасники (20 хв.), після чого ведучий запрошує глядачів узяти участь в обговоренні.

5. Після дискусії ведучий підсумовує, стисло аналізує висловлювання учасників.

Дискусія «Мозковий штурм». Ефективною формою організації дискусії, якою послуговуються досвідчені керівники для вирішення проблемних ситуацій, є **«мозковий штурм»** – метод колективного продукування великої кількості нових ідей і варіантів рішення складних, творчих завдань, які недоступні розуму та зусиллям однієї людини, за короткий проміжок часу. Метод було запропоновано ще у 40-х роках минулого століття американським психологом А. Осборном.

Під час обговорення учасники повинні працювати «як один мозок», цілеспрямований на генерування нових ідей. Висловлені ідеї переглядаються і відбирається краща, найправильніша або найефективніша. Кожен учасник зосереджує свою увагу на пошуку нових підходів, а не на критиці інших думок, а відтак усі учасники можуть спокійно висловлювати свої позиції.

Процес «мозкового штурму» передбачає *дві стадії*: на першій вноситься якомога більше ідей або рішень проблеми, на другій аналізуються ідеї, відбираються кращі і найбільш придатні для подальшого опрацювання. Участь у спілкуванні з використанням цього методу згуртовує колектив, значно підвищує їх інтелектуальний потенціал.

Для того, щоб таке спілкування було ефективним, доцільно розглядати лише одну проблему. За кількістю учасників оптимальною буде група від 7 до 13 осіб. Важливо розмістити учасників по колу, щоб вони добре бачили один одного і, щоб усі були рівноправними. Психологічний бар'єр у такій групі зникає швидше, якщо склад учасників більш-менш однорідний, варто обмежити час обговорення (від 15 хв. до 1 год.), адже брак часу стимулює діяльність мозку.

Дебати – обговорення якого-небудь питання, полеміка. Найголовніше в дебатах – передавання повідомлення якомога зрозуміліше, водночас апелюючи до повідомлення опонента, тобто завдання дебатів – переконати опонентів і слухачів у правильності поглядів.

Зазвичай дебати складаються з трьох *етапів*:

1. Формулювання та обґрунтування власного бачення проблеми. На цьому етапі важливо справити позитивне враження. Викласти власний погляд чітко і зрозуміло упродовж обмеженого часу – справжнє мистецтво, головним для якого є чотири чинники: *увага аудиторії, актуальність питання, аргументація, сприймання присутніми.*

Для того, щоб Вас сприймали слухачі, необхідно:

- бути доброзичливим і відвертим;
- не применшувати своїх можливостей, але й не перебільшувати їх;
- не дозволяти собі ставитися зверхньо як до присутніх, так і до опонентів;

– демонструвати інтерес до опонента, поважати його думки, навіть якщо вони різко протилежні.

2. Обмін аргументами й запитаннями із залу. Це етап, на якому передбачені запитання із залу, а доповідачам дозволяється переривати розмову один одного.

Дебати – це стратегічна тактична гра, одержати перемогу в якій означає переконати присутніх.

На другому етапі важливо вміти користуватися зустрічними методами: *заспокійливий протест; умовне схвалення; тактика ігнорування; відкладна тактика* тощо.

3. Останнє слово опонентів. Третій етап дебатів найкоротший: кожному з опонентів надається ще одна можливість висловитися. Щоб прикінцеве слово було дієве, необхідно ще раз наголосити на суті виступу.

Ці та інші методи спілкування дають змогу генерувати ідеї, збагачувати творчу діяльність організації, а керівникові оперативніше впроваджувати нововведення.

Нині важко уявити ділову людину, яка б не мала візитної картки. **Візитна картка** – це важливий елемент протокольних контактів з діловими партнерами; документ, який має певний стандарт і містить достовірну, достатню інформацію про її власника. Відсутність візитівки може стати перешкодою на шляху до встановлення і підтримки ділових контактів.

Здебільшого вона має такі **реквізити**:

- назва підприємства, установи, організації, фірми;
- прізвище, ім'я, по батькові власника картки;
- посада;
- адреса установи, організації, підприємства, фірми;
- електронна адреса;
- номери телефонів, факсу.

Візитні картки мають давнє походження. Документальне підтвердження їх виникнення виявлено в Німеччині 1786 р. Пізніше вони широко розповсюдилися в Європі, де і склалися правила користування ними. Незважаючи на те, що візитівки – предмет суто індивідуальний, у Німеччині, Англії, Франції подружжя мають спільні картки для запрошень на урочистості та для різних візитів.

Візитні картки можуть бути різних *видів*:

- *стандартна картка*, що використовується під час знайомства (назва фірми, прізвище, ім'я, по батькові друкуються великими літерами; посада, адреса, телефон – малими);

- *картка, що використовується із представницькою метою*, яку вручають за умови, якщо її власник не має змоги продовжити контакт. У ній зазначаються назва фірми, адреса й телефон (іноді адреса може не зазначатися);

- *картка фірми*, що використовується для привітання від імені фірми;

- *об'єднана візитна картка*, у якій зазначаються прізвища, імена, по батькові чоловіка і дружини; надсилаються або розвозяться вони переважно жінками.

Згідно протокольних вимог, колір візитної картки має бути білим (кольоровим може бути лише фірмовий знак). Її розмір регламентується правилами етикету. Найчастіше – це формат 5 на 9 см, хоча незначні відхилення від стандарту допустимі. Краї візитної картки можуть бути округлими.

Необхідно знати, як поводитися з цим документом. Обмін візитівками відбувається відразу після того, як співрозмовники були представлені один одному.

Візитними картками не лише обмінюються, а й надсилають після ділового візиту як супровід до

подарунків, книг, журналів, квітів тощо. Іноді їх можна надсилати замість листа, зазначивши у лівому нижньому кутку стандартну міжнародну символіку (літери французьких слів):

r.g. – висловлення подяки;

r.f. – привітання;

r.f.n.a. – вітання з Новим роком;

r.f.s. – висловлення задоволення від знайомства;

r.p. – заочне представлення, знайомство, рекомендування;

r.p.s. – прощання через від'їзд із країни;

r.s. – висловлення співчуття.

За неофіційних обставин можна зробити інші позначки, написи, але обов'язково у 3-й особі: *«Vimaє зі святом», «Дякує за вітання»*.

Візитні картки вручають особисто, але якщо адресат відсутній, то її можна залишити вдома, надіслати з кур'єром або поштою.

На отримані картки слід відповідати своїми візитними картками упродовж 24 годин.

Візитівки зазвичай друкуються державною мовою тієї країни, яку представляє її власник. Для ділових відносин з іноземними партнерами можна з іншого боку картки продублювати текст іноземною мовою, що полегшить знайомство, однак краще мати для цього односторонні візитівки, виготовлені мовою іноземних партнерів.

Ділові люди повинні мати при собі не менше десяти візитівок.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Автократична нарада – форма роботи, хід якої передбачає запитання керівника і відповіді учасників процесу, кількість яких обмежена; своєрідний звіт

учасників перед керівником, під час якого кожен має можливість висловити свою думку.

Багатосторонні перемовини – обговорення певного питання між кількома керівниками чи представниками установ, організацій, країн тощо з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди.

Відкриті збори – зібрання членів якої-небудь організації чи установи із присутністю сторонніх осіб.

Візитна картка – важливий елемент протокольних контактів з діловими партнерами; документ, який має певний стандарт і містить достовірну, достатню інформацію про її власника.

Двосторонні перемовини – обговорення певного питання між двома керівниками чи представниками установ, організацій, країн тощо з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди.

Дебати – цікаве та захоплююче усне інтелектуальне змагання, критерієм перемоги в якому є більша переконливість у підтвердженні чи запереченні певного твердження (теми); обговорення якого-небудь питання, полеміка.

Диктаторська нарада – форма роботи, хід якої характеризується такими ознаками: право голосу має тільки керівник; він сам викладає свої погляди, видає наказ або вказівку; кількість учасників не регламентується.

Дискусійна нарада – форма роботи, яка є найбільш демократичним способом вирішення проблем, що виносяться на обговорення; її може проводити як керівник, так і обраний учасниками голова.

Дискусія (дослідження, розгляд) – діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат.

Диспетчерська (оперативна) нарада – форма роботи, яка передбачає охоплення таких етапів управління: збір інформації, її опрацювання та прийняття рішення без скликання всіх учасників у певному місці; для цього використовують як традиційні засоби зв'язку (телефон, селектор, радіо), так і новітні (комп'ютерну мережу).

Довільна нарада – форма роботи, що передбачає довільний обмін думками між працівниками чи керівниками структурних підрозділів, які тісно співпрацюють.

Економічні перемовини – форма роботи, що передбачає обговорення економічного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання взаємовигідної угоди.

Закриті збори – зібрання членів якої-небудь організації без присутності сторонніх осіб.

Запланована нарада – форма роботи, що проводиться за встановленою періодичністю, у точно визначений час, зі сталим складом учасників і постійним порядком денним.

Збори – спільна присутність у певному місці людей, об'єднаних конкретною метою.

Інструктивна (інформаційна) нарада – форма роботи, на яку скликаються учасники для ознайомлення із новими даними, фактами, постановами тощо та наступним їх обговоренням.

Координаційна нарада – форма роботи, яка проводиться для того, щоб скоординувати дії підрозділів.

Навчальна нарада – форма роботи, що спрямована на те, аби передати учасникам певні знання і у такий спосіб підвищити їх фаховий рівень.

Нарада – спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й

політичного життя; форма управлінської діяльності, змістом якої є спільна робота певної кількості учасників; дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань.

Неофіційні перемовини – обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін без підписання відповідних юридичних документів.

Особисті перемовини – обговорення певного питання, що має особистий характер.

Офіційні перемовини – обговорення певного питання з метою підписання відповідних документів, що мають юридичну силу.

Перемовини – обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди.

Позапланова нарада – форма роботи, яку проводять у разі виникнення непередбачуваних, надзвичайних ситуацій.

Політичні перемовини – форма роботи, що передбачає обговорення питань політики з метою з'ясування позицій сторін.

Проблемна нарада – форма роботи, яка спрямована на розроблення шляхів і методів розв'язання проблем; її проводять у невеликому колі компетентних і висококваліфікованих фахівців.

Роз'яснювальна нарада – форма роботи, яка проводиться для того, щоб переконати її учасників у доцільності, правильності та своєчасності стратегії і дій керівника.

Сегрегативна нарада – форма роботи, що передбачає порядок, за якого керівник сам визначає тих, хто має виступити чи кого бажає вислухати.

Справжня дискусія – діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, який передбачає об'єктивне й доброзичливе обговорення питання з обов'язковою

повагою як до прихильників, так і до опонентів, з опорою на особистісно-діалогічний стиль спілкування.

Ток-шоу – жанр телепередачі, телевізійної дискусії, обговорення питань загального інтересу, точок зору.

Урочисті збори – зібрання членів певного колективу чи організації з метою відзначення урочистих подій або історичних дат.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 4; 33; 34; 36; 38; 39; 42; 59; 60; 63; 75; 82; 86; 89; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Мистецтво перемовин і його особливості.
2. Збори як форма прийняття колективного рішення.
3. Нарada та особливості ефективного її проведення.
4. Дискусія як форма колективного обговорення професійних проблем.
5. Візитна картка. Види та особливості оформлення.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Обговоріть у парах проблему «Як може вплинути низький рівень знань студента на його майбутню професійну діяльність?». Сформулюйте власні аргументи (кожна пара захищає визначену саме для неї точку зору).

Завдання 2. Підготуйтеся до групової дискусії за темою: «Дванадцятирічна школа: за і проти».

Група 1 – експерти, які виступають у ролі батьків з позицією «за»;

Група 2 – експерти, які виступають у ролі батьків з позицією «проти»;

Група 3 – експерти, які виступають у ролі вчителів з позицією «за»;

Група 4 – експерти, які виступають у ролі вчителів з позицією «проти»;

Група 5 – експерти, які виступають у ролі учнів-старшокласників з позицією «за»;

Група 6 – експерти, які виступають у ролі учнів-старшокласників з позицією «проти»;

Група 7 – учасники ток-шоу.

Завдання 3. Підготуйте всі необхідні матеріали для проведення: а) оперативної наради, б) наради оргкомітету з проведення круглого столу. Які особливості проведення таких нарад?

Завдання 4. Підготуйтеся до проведення ділових перемовин з налагодження співпраці студентської ради університету і РДА.

Завдання 5. Зробіть презентацію реферативної доповіді на тему: «Форми організації дискусії».

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Підготуйтеся до участі в дискусії на тему «Інтелігентність – це успадкована чи сформована риса людини?». Доберіть матеріал за темою дискусії; визначте переконливі аргументи як на захист, так і проти кожної з альтернативних тез; продумайте способи розгортання тієї чи іншої тези; оформіть майбутній виступ

у вигляді певного жанру (репліка, судження, коментар, повідомлення, інформація, резюме); сформулюйте різні типи запитань до захисників тієї чи іншої тези; обміркуйте відповіді на можливі питання і заперечення.

Завдання 2. Змодельуйте ситуацію, коли ефективним методом прийняття рішення буде «мозковий штурм». Запишіть перелік проблем, які, на Вашу думку, можна розв'язати за його допомоги.

Завдання 3. Підготуйтеся до участі у груповій діловій дискусії на тему «Зв'язки з громадськістю як засіб формування позитивного іміджу організації».

Орієнтовні питання для обговорення під час дискусії:

- *Сучасна концепція паблік рілейшнз.*
- *Технології формування позитивного іміджу організації.*
- *Технології проведення PR-акцій.*

Завдання 4. Створіть за допомогою текстового редактора Microsoft Word власні візитні картки: стандартну і представницьку. Письмово поясніть роль візитної картки у налагодженні ділового контакту.

Завдання 5. Перекладіть українською мовою мовленнєві штампи, які використовують під час ділових бесід, нарад.

С чего мы начнем сегодня? Я считаю, мы начнем с обсуждения плана. Дело в том, что не все еще собрались. Это Вас устраивает? Да, вполне. Я думаю, вопрос можно считать решенным. Полностью с Вами согласен. Вы правы. Совершенно верно. Мы с Вами договорились? Вы в Этом несколько ошибаетесь. Это не так. Это противоречит нашей практике. Я с Вами не согласен. Повторите, пожалуйста, Ваш вопрос. У нас нет такой

информации. У меня есть замечания. Я в этом не уверен. Я хотел бы продолжить разговор позже. Я с удовольствием представлю Вам гостей.

ИНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про одну із форм колективного обговорення професійних проблем та особливості організації ділової комунікації під час її підготовки та проведення.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Правила досягнення позитивного результату дискусії».
- «Організаційна культура як шлях досягнення високого рівня професійної діяльності».
- «Стратегії проведення перемовин».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Які питання вирішує організація праці робітників служб діловодства?

- а) чітка побудова служби діловодства;
- б) нормування праці робітників служб діловодства;
- в) раціональна організація робочих місць;
- г) усі відповіді правильні.

2. Що таке «бесіда»?

- а) розмова двох чи більше осіб з метою отримання певної інформації, вирішення важливих проблем;
- б) форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом;
- в) форма ситуаційно-зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються;
- г) форма спілкування між кількома особами.

3. Що таке «перемовини»?

- а) обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди;
- б) зустріч, зібрання членів якої-небудь організації, що проводиться з метою спільного обміну думками з певного питання, яке хвилює громадськість;
- в) спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя, форма управлінської діяльності, дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань;
- г) діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат.

4. Що таке «збори»?

а) обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди;

б) зустріч, зібрання членів якої-небудь організації, що проводиться з метою спільного обміну думками з певного питання, яке хвилює громадськість;

в) спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя, форма управлінської діяльності, дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань;

г) діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат.

5. Що таке «нарада»?

а) обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди;

б) зустріч, зібрання членів якої-небудь організації, що проводиться з метою спільного обміну думками з певного питання, яке хвилює громадськість;

в) спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя, форма управлінської діяльності, дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань;

г) діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат.

6. Що таке «дискусія»?

а) обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди;

б) зустріч, зібрання членів якої-небудь організації, що проводиться з метою спільного обміну думками з певного питання, яке хвилює громадськість;

в) спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя, форма управлінської діяльності, дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань;

г) діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат.

7. Що таке «дебати»?

а) спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя, форма управлінської діяльності, дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань;

б) діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат;

в) обговорення якого-небудь питання, полеміка;

г) обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди.

8. Хто вирішує питання про кількість осіб, які беруть участь в обговоренні, і регламент виступу на зборах?

а) голова зборів;

б) секретар зборів;

в) учасники зборів;

г) жоден з варіантів неправильний.

9. Скільки тем краще висвітлювати у виступі?

- а) одну тему;
- б) дві теми;
- в) кілька тем;
- г) залежить від бажання доповідача.

10. Що таке «співбесіда з роботодавцем»?

- а) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець призначає претендента на вакантну посаду;
- б) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець оцінює претендента на вакантну посаду;
- в) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець укладає договір із претендентом на вакантну посаду;
- г) спеціальна бесіда, під час якої роботодавець вільно спілкується із претендентом на вакантну посаду.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ**

ОСНОВНА:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
2. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін.]. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.
3. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Гриценко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
4. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.
5. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

6. Палеха Ю.І. Ділова етика : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2002. – 180 с.

7. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.

8. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

9. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.

10. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.

ДОДАТКОВА:

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б.Д. – К. : Освіта, 1991. – 228 с.

2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.

3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 2002. – 208 с.

4. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Грищенко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.

5. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення : [навчальний посібник] / Грищенко Т.Б. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 268 с.

6. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] / Косенко Ю.В. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 281 с.

7. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

8. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

9. Сербенська О.А. Культура усного мовлення / Сербенська О.А. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 216 с.

10. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 9

У процесі вивчення теми *«Форми колективного обговорення професійних проблем»* рекомендується:

- опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

- ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: автократична нарада, багатосторонні перемовини, відкриті збори, візитна картка, двосторонні перемовини, дебати, диктаторська нарада, дискусійна нарада, дискусія, диспетчерська (оперативна) нарада, довільна нарада, економічні перемовини, закриті збори, запланована нарада, збори, інструктивна (інформаційна) нарада, координаційна нарада, навчальна нарада, нарада, неофіційні перемовини, особисті перемовини, офіційні перемовини, перемовини, позапланова нарада, політичні перемовини, проблемна нарада, роз'яснювальна нарада, сегрегативна нарада, справжня дискусія, ток-шоу, урочисті збори та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

– завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

– із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

– завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 10

ДІЛОВІ ПАПЕРИ ЯК ЗАСІБ ПИСЕМНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

МЕТА: набути знання про документи як основний вид ділового мовлення, види документів за класифікаційними ознаками; забезпечити оволодіння правилами укладання текстів документів, розташування реквізитів, оформлення ділових паперів; набути вміння і навички роботи з документами.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Основним видом текстів в офіційно-діловому стилі є документи. В українській мові це слово з'явилося наприкінці XVII – на початку XVIII ст., витіснивши з ужитку власне українські слова – *грамота, лист, листовне письмо*, які використовувалися на позначення паперів, що мали юридичну силу, тобто підтверджували законність певних дій, право на володіння чимось.

Документ є основним видом ділового мовлення; матеріальним об'єктом, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку й має відповідно до законодавства юридичну силу. *Юридична сила документа* – це його властивість, яка надана чинним законодавством, що є підставою для вирішення правових питань, здійснення правового регулювання й управлінських функцій.

Документи виконують *офіційну, ділову й оперативну* функції, оскільки вони – писемний доказ, джерело відомостей довідкового характеру.

Відтворюють документи на папері, фотоплівці, магнітній та перфострічці, дискеті, перфокарті, диску, флешці тощо.

У практичній діяльності установ, організацій і підприємств найпоширеніший текстовий документ, зміст якого – мовна інформація, зафіксована будь-яким типом письма або певною системою звукозапису.

Отже, вирізняють **письмові** та **рукописні** документи.

Письмовим документом називають текстовий документ, мовна інформація якого зафіксована будь-яким видом письма.

Рукописний документ – це письмовий документ, створений способом нанесення знаків письма власноручно.

Види документів визначають за такими **ознаками**:

- **найменуванням** (назвою) (заяви, листи, телеграми, довідки, службові записки, інструкції, протоколи та ін.);
- **походженням** (службові (офіційні) й особисті):

Службові документи створюються організаціями, підприємствами та службовими (посадовими) особами, які їх представляють. Під **посадовою особою** розуміють ту, яка здійснює функцію представника влади чи обіймає посаду, пов'язану з виконанням організаційно-розпорядчих або адміністративно-господарських зобов'язань.

Службові документи формуються в установленому порядку.

Особисті документи створюють окремі особи поза сферою їх службової діяльності або виконанням службових зобов'язань. До особистих також належать і ті документи, які містяться у приватному зібранні особи;

- **місцем виникнення** (внутрішні та зовнішні):

Внутрішні документи мають чинність лише всередині тієї організації, установи чи підприємства, де їх складено.

Зовнішні є результатом спілкування установи з іншими установами чи організаціями;

– **призначенням** (організаційні, розпорядчі, довідково-інформаційні, обліково-фінансові, господарсько-договірні, щодо особового складу);

– **напрямком** (вхідні й вихідні):

Вхідний – це службовий документ, що надійшов до установи.

Вихідний – це службовий документ, який надсилають іншій юридичній чи фізичній особі;

– **формою** (стандартні (типові) й індивідуальні (нестандартні)):

Стандартні – документи, які мають однакову форму та заповнюються у певній послідовності й за суворо визначеними правилами (типові листи, типові інструкції, типові положення).

Індивідуальні документи створюються в кожному конкретному випадку для розв’язання окремих ситуацій; їх друкують або пишуть від руки (протоколи, накази, заяви);

– **терміном виконання** (звичайні безстрокові, термінові й дуже термінові):

Звичайні безстрокові – це такі, які виконуються в порядку загальної черги.

Термінові – документи, які мають встановлений термін виконання. До них належать також документи, що є терміновими за способом відправлення (телеграма, телефонограма). Якщо службовий документ потребує негайного виконання, передання його тексту може здійснюватися телефоном, телефаксом чи електронною поштою.

Дуже термінові – документи з позначенням «дуже терміново»;

– **ступенем гласності** (загальні, таємні, для службового користування (ДСК)):

Таємні документи мають угорі праворуч позначення «**Таємно**». Розголошення змісту такого

документа призводить до кримінальної відповідальності. Конфіденційним документам надається гриф обмеженого доступу **«Для службового користування»**, що проставляється у правому верхньому кутку першої сторінки на відстані 104 мм від межі лівого берега.

Регламентує роботу з такими документами Інструкція про порядок обліку, зберігання і використання документів, справ, видань та інших матеріальних носіїв інформації, які мають певний рівень конфіденційності, є властивістю держави. На основі цієї Інструкції, інші центральні й місцеві органи виконавчої влади розробляють перелік конфіденційних документів;

– **стадіями створення** (оригінали, копії, витяг і дублікат):

Оригінал – це основний вид документа, перший і єдиний його примірник. Він має підпис керівника установи й, у разі потреби, засвідчений штампом і печаткою. Оригінал першим набуває юридичної сили.

Копія – це точне знакове відтворення змісту оригіналу чи іншого документа. На копії документа вгорі праворуч обов'язково робиться помітка «Копія». Листуючись із підприємствами, організаціями й установами, у справах завжди залишають потрібні для довідок копії. Такі копії звуться відпуском. Оригінал і копія мають однакову юридичну силу.

Витяг – копія офіційного документа, що відтворює певну його частину і відповідно засвідчена.

Дублікат – повторний примірник офіційного документа, що має юридичну чинність оригіналу;

– **складністю** (прості (односкладові) й складні):

Прості – містять інформацію з одного питання.

Складні – містять інформацію щодо двох і більше питань;

– **терміном зберігання** (постійного, тривалого (понад 10 років) і тимчасового (до 10 років) зберігання);

– **технікою відтворення** (рукописні й відтворені механічним чи електронним способом);

– **носієм інформації** (оформлені на папері, диску, фотоплівці, магнітній стрічці, перфострічці тощо).

Сукупність процесів, що забезпечують документування управлінської інформації та організацію роботи зі службовими документами, називається **діловодством**.

Сукупність взаємопов'язаних службових документів, що застосовуються у певній сфері діяльності чи галузі, називається **системою документації**.

Документування управлінської діяльності полягає у фіксації за встановленими правилами на паперових або магнітних носіях управлінських дій, тобто у створенні документів.

Підставою для створення документів на підприємствах, в установах є необхідність засвідчення наявності та змісту управлінських дій, передавання, зберігання і використання інформації протягом певного часу або постійно.

Документообіг – рух документів в установі, організації від часу їх створення чи одержання до закінчення виконання або надсилання. Сумарна кількість документів, що надійшли в організацію, установу і створені ними за певний період, становить **обсяг документообігу**.

Наукова дисципліна, що вивчає закономірності створення документів, розробляє методи оформлення їх, принципи документообігу й побудови систем документації, називається **документознавством**.

Правила складання та оформлення документів регламентують державні стандарти.

Національний стандарт України «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система

організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлення документів» ДСТУ 4163 – 2003 поширюється на організаційно-розпорядчі документи (постанови, розпорядження, накази, положення, рішення, протоколи, акти, листи тощо, створені в результаті діяльності):

- органів державної влади України, органів місцевого самоврядування;

- підприємств, установ, організацій та їх об'єднань усіх форм власності.

Цей стандарт установлює:

- склад реквізитів документів та вимоги до їх змісту і розташування;

- вимоги до бланків та їх оформлення;

- вимоги до документів, що їх виготовляють за допомогою друкувальних засобів.

Вимоги щодо оформлення реквізитів можуть бути поширені не на всі класи уніфікованих систем документації. Означений стандарт не поширюється на процеси створення та обігу електронних організаційно-розпорядчих документів.

Усі документи складається з окремих елементів, які називаються **реквізитами**.

Сукупність реквізитів, розташованих у певній послідовності на бланку, називається **формуляром**. **Формуляр-зразок** – це модель побудови однотипних документів, яка передбачає такі реквізити та їх розташування в організаційно-розпорядчих документах:

1. Державний герб України.
2. Емблема організації чи підприємства.
3. Зображення державних нагород.
4. Код установи, організації, підприємства за Українським класифікатором підприємств і організацій (УКПО).
5. Код форми документа за Українським класифікатором управлінської документації (УКУД).

6. Назва міністерства або відомства (вищої організації або замовника).

7. Повна назва організації, установи чи підприємства – автора документа.

8. Назва структурного підрозділу.

9. Довідкові дані про організацію: індекс підприємства зв'язку, поштова й електронна адреси, номер телефону, факсу, номер рахунка в банку.

10. Назва виду документа.

11. Дата.

12. Індекс.

13. Посилання на реєстраційний індекс та дату вхідного документа, на якого дають відповідь.

14. Місце складання або видання документа.

15. Гриф обмеження доступу до документа.

16. Адресат.

17. Гриф затвердження документа.

18. Резолюція.

19. Заголовок до тексту документа.

20. Відмітка про контроль.

21. Текст документа.

22. Відмітка про наявність додатка.

23. Підпис.

24. Гриф погодження документа.

25. Візи документа.

26. Відбиток печатки.

27. Відмітка про засвідчення копій.

28. Прізвище виконавця та номер його телефону.

29. Відмітка про виконання документа й направлення його до справи.

30. Відмітка про надходження документа до організації від адресата.

31. Запис про державну реєстрацію.

Склад обов'язкових реквізитів у разі потреби може бути доповнений такими відомостями: виконавці;

розписка виконавця про одержання документа; хід виконання; додатки.

Інформація, закріплена в документі, міститься у вихідних даних, текстових і нетекстових його компонентах.

Вихідні дані – це реквізити документа, серед яких є **графічні** (державний герб; логотип; зображення державних нагород), **цифрові** (код підприємства, установи, організації; код форми документа тощо) та **мовні** (назва міністерства або відомства; повна назва установи, організації або підприємства; назва виду документа; резолюція; дані про адресата та адресанта; опис документальних додатків (якщо вони є) тощо).

До **нетекстових компонентів** належать графіки, діаграми, таблиці. Проте таблиця може бути й формою подачі тексту: в особовому листку з обліку кадрів частина однотипної інформації подається у формі таблиці.

У **текстовому компоненті** (тексті) стисло, вичерпно й переконливо розкривається суть конкретної справи. Він є основною складовою частиною документа. Його підготовка – це найважливіший етап у створенні документа, тому що правильно побудований текст і вдалі формулювання визначають ефективність впливу документа на читача.

Окрім основного тексту, документ може містити примітки, додатки, покажчики, бібліографію тощо.

Сукупність реквізитів документа і його змістово-композиційна схема утворюють **форму** документа. Вибір форми залежить від характеру ситуації та мети спілкування.

У різних типах документів склад реквізитів неоднаковий. Він залежить від змісту, призначення і способу оброблення.

Кожному реквізиту відведене певне місце, що робить документи зручними для зорового сприйняття, спрощує їх опрацювання.

Документи, які складають в установах чи організаціях повинні мати такі обов'язкові реквізити:

- назву організації (7);
- назву виду документа (10) (не зазначаючи у листах);
- дату (11);
- реєстраційний індекс документа (12);
- заголовок до тексту (19);
- текст документа (21);
- підпис (23).

Відповідно до нормативних правил, у процесі оформлення різних видів документів, окрім зазначених обов'язкових реквізитів, використовують такі: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32.

У документах, які оформляють на двох і більше сторінках, реквізити 22–28 проставляються після тексту (21), а 29–31 – на нижньому березі першої сторінки.

Під час оформлення документів необхідно дотримуватися головних правил їх складання, що передбачають правильне написання реквізитів, їх розміщення на бланку або чистому аркуші паперу. Дотримання цих вимог надає документові юридичної чинності.

Для документів з високим рівнем стандартизації виготовляють бланки (друкарським або іншим способом), що містять трафаретний текст.

Бланк документа – це уніфікована форма (службового) документа з надрукованою послідовною інформацією, реквізитами і місцем, відведеним для

змінної інформації. Бланк виготовляють згідно з вимогами Національного стандарту України (ДСТУ 4163-2003).

Він установлює такі види бланків:

- загальний бланк для створення різних видів документів (без зазначення назви документа), окрім листів;
- бланк конкретного виду документа (із зазначенням назви виду документа), окрім листа;
- бланк листа.

Послугуючись загальним бланком організації чи установи, розробляють бланки структурних підрозділів або посадових осіб, якщо ця особа має право підпису документів.

Залежно від установчих документів організації **загальний бланк** містить такі реквізити:

- Державний герб України – 1;
- емблема організації або товарний знак (знак обслуговування) – 2;
- зображення нагород – 3;
- код організації за ЄДРПОУ – 4;
- назва організації вищого рівня – 6;
- назва організації – 7;
- назва структурного підрозділу – 08;
- місце складання або видання документа – 14.

Проте місце складання або видання документа може не вказуватися, якщо воно входить до складу назви організації. Наприклад: ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», Київська міська державна адміністрація тощо.

Окрім цього, загальний бланк може мати такі обмежувальні позначення для реквізитів:

- код форми документа за ДКУД – 5;
- дата документа – 11;
- реєстраційний індекс документа – 12;

- заголовок до тексту документа – 19;
- відмітка про контроль – 20.

У загальному бланку посадової особи на місці реквізиту «Назва структурного підрозділу» буде зазначена «Назва посади». Зазвичай, такі бланки виготовляють для заступників керівників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Бланки конкретних видів документів (розпоряджень, наказів, протоколів, актів тощо) доцільно виготовляти, якщо на підприємстві, в установі чи організації впродовж року створюється понад 200 документів цього виду.

За цієї умови склад реквізитів загального бланка доповнюють такими:

- код форми документа за ДКУД – 5;
- назва виду документа – 10.

Бланк листа може містити такі реквізити:

- Державний герб України – 1;
- емблема організації або товарного знака (знака обслуговування) – 2;
- зображення нагород – 3;
- код організації за ЄДРПОУ – 4;
- назва організації вищого рівня – 6;
- назва організації – 7;
- назва структурного підрозділу організації – 8;
- довідкові дані про організацію – 9.

Окрім того, на бланку листа фіксують обмежувальні позначення для таких реквізитів:

- дата документа – 11;
- реєстраційний індекс документа – 12;
- посилання на реєстраційний індекс і дату документа, на який дають відповідь – 13;
- адресат – 16;
- заголовок до тексту документа – 19;
- відмітка про контроль – 20.

Зауважимо, що незалежно від виду бланка реквізит 1 «Державний герб України» завжди розташовують над серединою реквізиту 6 «Назва організації вищого рівня» (а за його відсутності – реквізиту 7 «Назва організації»).

Реквізит «Назва організації вищого рівня», «Назва організації», «Назва структурного підрозділу», «Довідкові дані про організацію», «Назва виду документа», а також обмежувальні позначення для реквізитів «Дата документа», «Реєстраційний індекс документа», «Посилання на реєстраційний індекс і дату документа, на який дають відповідь» у межах відповідних зон слід розміщувати одним із способів:

- **прапоровим**, за якого кожний рядок реквізиту починається від межі лівого берега.

- **зцентрованим**, за якого початок і кінець кожного рядка реквізиту однаково віддалені від меж лівого і правого берегів.

Підприємства та організації, які ведуть листування з постійними закордонними установами, можуть виготовляти бланки двома мовами: ліворуч – українською, праворуч – іноземною. Проте в межах України застосовувати їх не рекомендується.

На бланку друкується тільки перша сторінка документа, а наступні – на чистих аркушах паперу.

Якщо текст документа займає більше однієї сторінки, то на другу сторінку не можна переносити один підпис, на ній має бути не менше двох рядків тексту.

Тексти документів постійного зберігання друкують з одного боку аркуша; документи з терміном зберігання до 5 років можна друкувати з двох боків аркуша.

Нумерація сторінок. У документах, оформлених на двох і більше аркушах паперу, нумерація сторінок починається з другої. Номери ставлять посередині верхнього берега аркуша арабськими цифрами без слова «сторінка» та розділових знаків.

Якщо текст друкується з обох боків аркуша, то непарні сторінки проставляють у правому верхньому (нижньому) кутку, а парні – у лівому верхньому (нижньому) кутку аркуша.

Якщо текст документа містить декілька рішень, висновків тощо, його варто поділити на розділи, підрозділи, пункти, які друкують з абзацу.

Рубрикація – це членування тексту на складові, графічне відокремлення однієї частини від іншої, а також використання заголовків, нумерації та ін. Рубрикація є зовнішнім вираженням композиційної будови ділового документа. Ступінь складності рубрикації залежить від його обсягу, тематики і призначення. Найпростіша рубрикація – поділ на абзаци.

Абзац – це відступ управо в початковому рядку, яким починається виклад нової думки в документі, а також фрагмент тексту між двома такими відступами. Середня довжина абзацу має бути 4-6 речень, хоча в текстах документів є абзаци, що складаються з одного речення. Слід пам'ятати: абзац – це внутрішньо замкнене значеннєве ціле, що виражає закінчену думку.

Абзацне членування тексту доповнює **нумерація** його рубрик, що вказує на взаємозалежність певних розділів, частин, пунктів та їх підпорядкування. Існує дві системи нумерації – комбінована (традиційна) й нова.

Комбінована (традиційна) ґрунтується на використанні різних типів знаків (слів, літер, арабських та римських цифр). Ця система позначень обов'язково має бути логічною, послідовною і будуватися за ознакою зростання.

Нова система базується на використанні лише арабських цифр, розміщених у певній послідовності. Застосовуючи її, варто дотримуватися таких правил:

– після номера частини, розділу, пункту, підпункту крапка не ставиться;

– номер кожної складової частини включає номери вищих ступенів поділу: розділи – 1; 2; 3; 4; номер підрозділу складається з номера розділу й порядкового номера підрозділу, відокремлених крапкою – 1.2.; 1.3.; номер пункту містить порядковий номер розділу, підрозділу й пункту, відокремлених крапкою – 1.1.1.; 1.2.2.; номер підпункту складається з номера розділу, підрозділу, пункту, підпункту, відокремлених крапкою – 1.1.1.1.; 1.2.2.2. тощо.

Застосування нової системи нумерації спрощує обробку документів та дозволяє не вживати словесних найменувань і символів.

Основою службового документа є текст, який має чітко і переконливо відображати причину й мету його написання, розкривати суть конкретної справи.

Текст – це сукупність речень, об’єднаних у тематичну й структурну цілісність за правилами мовної системи.

Текст документа повинен містити аргументовану інформацію, викладену стисло, грамотно, зрозуміло та об’єктивно, без повторень та вживання слів і зворотів, які не несуть змістового навантаження. Він оформляється у вигляді суцільного складного синтаксичного цілого, анкети, таблиці або поєднання цих форм.

Суцільний складний текст документа містить граматично і логічно узгоджену інформацію про управлінські дії та використовується під час складання правил, положень, листів, розпорядчих документів.

Форма анкети використовується під час відображення цифрової або словесної інформації про один об’єкт за певним обсягом ознак. Анкетними текстами послуговуються в організаційно-розпорядчих документах, документах з матеріально-технічного постачання і збуту.

Тексти у вигляді таблиці використовуються у звітно-статистичних, бухгалтерських, планових та інших документах.

Текст поділяється на взаємозумовлені логічні елементи: **вступ, основну частину (доказ), закінчення**. У **вступі** зазначається причина написання документа; в **основній частині** відображається суть питання, наводяться докази, пояснення, міркування; у **закінченні** вказується мета, що стала причиною створення документа.

Під час складання текстів документів слід дотримуватися таких правил:

- формулювати речення від третьої особи: *Комісія ухвалила... ; Інститут просить... ; Ректорат клопочеться...*;

- заяви, автобіографії, доповідні, пояснювальні записки і накази писати від першої особи;

- не вживати образних виразів, емоційно забарвлених слів і синтаксичних конструкцій;

- уживати стійкі (стандартизовані) сполучення типу: *відповідно до, у зв'язку з, згідно з, з метою, необхідний для, у порядку;*

- використовувати синтаксичні конструкції типу: *Доводимо до Вашого відома, що... ; Нагадуємо Вам, що... ; Підтверджуємо з вдячністю... ; У порядку надання матеріальної допомоги...; У порядку обміну досвідом...; У зв'язку з вказівкою...; Відповідно до попередньої домовленості...; Відповідно до Вашого прохання... тощо;*

- дієприслівникові звороти вживати тільки на початку речення: *Враховуючи...; Беручи до уваги...; Розглянувши...; Вважаючи... тощо;*

- використовувати мовні засоби, що відповідають нормам літературної мови і зрозумілі для широкого кола читачів;

- уживати прямий порядок слів у реченнях (підмет передує присудкові, означення стоїть перед означуваними

словами, додатки – після опорного слова, вставні слова – на початку речення);

– активну форму дієслів варто замінити на пасивну: *Ви не висловили свої пропозиції – Вами ще не висловлені пропозиції...* тощо; за умови потреби вказати на конкретного виконавця слід вживати активну форму: *Університет не гарантує...* тощо;

– уживати інфінітивні конструкції: *створити комісію; відкликати працівників...* тощо;

– у розпорядчих документах слід вживати дієслівні конструкції у формі наказового способу: *Наказую...* ; *Пропоную...* тощо;

– використовувати скорочення слів, складноскорочені слова й аббревіатури, які пишуться у діловодстві за загальними правилами: *р-н, обл., км, напр., канд. філол. наук* тощо;

– віддавати перевагу простим реченням;

– використовувати форми ввічливості за допомогою слів: *шановний; високошановний; вельмишановний; високоповажний...* тощо.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Абзац – відступ управо в початковому рядку, яким починається виклад нової думки в документі, а також фрагмент тексту між двома такими відступами.

Безстроковий документ – документ, який виконується в порядку загальної черги.

Бланк документа – уніфікована форма (службового) документа з надрукованою послідовною інформацією, реквізитами і місцем, відведеним для змінної інформації.

Витяг – копія офіційного документа, що відтворює певну його частину і відповідно засвідчена.

Вихідний документ – службовий документ, який надсилають іншій юридичній чи фізичній особі.

Вихідні дані – реквізити документа, серед яких є графічні, цифрові та мовні.

Внутрішній документ – документ, який має чинність лише всередині тієї організації, установи чи підприємства, де його складено.

Вхідний документ – службовий документ, що надійшов до установи чи організації.

Діловодство – сукупність процесів, що забезпечують документування управлінської інформації та організацію роботи зі службовими документами.

Документ – матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у зведеному порядку і має відповідно до чинного законодавства юридичну силу.

Документознавство – наукова дисципліна, що вивчає закономірності створення документів, розробляє методи оформлювання їх, принципи документообігу й побудови систем документації.

Документообіг – рух документів в установі, організації від часу їх створення чи одержання до закінчення виконання або надсилання.

Дублікат – повторний примірник офіційного документа, що має юридичну чинність оригіналу.

Дуже терміновий документ – документ з позначенням «дуже терміново».

Зовнішній документ – документ, що є результатом спілкування установи з іншими установами чи організаціями.

Індивідуальний документ – документ, який створюється в кожному конкретному випадку для розв'язання окремої ситуації; його друкують або пишуть від руки.

Копія – точне знакове відтворення змісту оригіналу чи іншого документа.

Обсяг документообігу – сумарна кількість документів, що надійшли в організацію чи установу і створені ними за певний період.

Оригінал – основний вид документа, перший і єдиний його примірник; має підпис керівника установи й, у разі потреби, засвідчений штампом і печаткою.

Особистий документ – документ, який створюють окремі особи поза сферою їх службової діяльності або виконанням службових обов'язків.

Письмовий документ – текстовий документ, мовна інформація якого зафіксована будь-яким видом письма.

Посадова особа – особа, яка виконує організаційно-розпорядчі або адміністративно-господарські функції.

Простий документ – документ, що містять інформацію з одного питання.

Рубрикація – членування тексту на складові, графічне відокремлення однієї частини від іншої, а також використання заголовків, нумерації тощо.

Рукописний документ – письмовий документ, створений способом нанесення знаків письма власноручно.

Система документації – сукупність взаємопов'язаних службових документів, що застосовуються у певній сфері діяльності чи галузі.

Складний документ – документ, що містить інформацію щодо двох і більше питань.

Службовий документ – зареєстрований або відповідним чином засвідчений документ, створений (одержаний) у процесі діяльності та має відповідні реквізити.

Стандартний документ – документ, який має постійну форму та заповнюється у певній послідовності й за суворо визначеними правилами.

Таємний документ – документ, що має угорі праворуч позначення «Таємно».

Текст – сукупність речень, об’єднаних у тематичну й структурну цілісність за правилами мовної системи.

Терміновий документ – документ, що має встановлений термін виконання.

Формуляр – сукупність реквізитів, розташованих у певній послідовності на бланку.

Формуляр-зразок – модель побудови однотипних організаційно-розпорядчих документів, яка передбачає певні реквізити та систему їх розташування.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 1; 7; 13; 20; 21; 27; 29; 37; 42; 54; 68; 87; 95; 97; 98.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Класифікаційні особливості документів.
2. Національний стандарт України.
3. Вимоги до змісту та розташування реквізитів.
4. Вимоги до бланків документів.
5. Вимоги до тексту документа.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Сформулюйте й запишіть визначення документа. Обґрунтуйте його значення у житті людей.

Завдання 2. Напишіть доповідь та підготуйте презентацію на тему «Документ як важлива форма організації сучасної ділової комунікації».

Завдання 3. Оформіть папку зі зразками документів щодо особового складу.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Розмістіть правильно подані нижче реквізити на кутовому і поздовжньому бланках.

м. Київ, розпорядження, Український національний фонд «Взаєморозуміння і примирення», 12.12.2014, про

Завдання 2. Оформіть «Гриф затвердження».

а) документ затверджує конкретна посадова особа Вашого навчального закладу;

б) документ затверджено постановою, наказом, протоколом вищого навчального закладу.

Завдання 3. Складіть речення із поданими словосполученнями. У яких документах їх можна використати?

Відповідно до постанови міністерства; відчуваючи гостру потребу; нагадуємо Вам; комісія для складання резолюції; після закінчення строку повноважень; з багатьох причин; наказ по університету; як виняток.

Завдання 4. Утворіть словосполучення професійного спрямування.

*Дякувати + давальний відмінок без прийменника;
навчати + родовий відмінок без прийменника;
перекладати + орудний відмінок без прийменника;
повідомляти + знахідний відмінок без прийменника;
вибачати (на) + місцевий відмінок;
опанувати + знахідний відмінок без прийменника;
говорити + орудний відмінок без прийменника;
вибачати + давальний відмінок без прийменника.*

Завдання 5. Відредагуйте речення згідно з вимогами офіційно-ділового стилю, уникаючи росізмів, кальок та розмовних зворотів.

Сьогодні створюється проблема охорони оточуючого середовища. Складання договору про зачислення робітника на роботу оформляється по вказівці керівника. Інформація на рахунок працевлаштування надається по середам і п'ятницям кожної неділі. Кожен має право на таємне листування згідно діючих законів України. Повернувшись із короткострочного відпуску, директор зібрав у себе завідуючих відділами і об'явив, що самим ближчим часом потрібно підняти усім заробітню плату. Ми повинні співставляти думки різних людей, рахуватися з думкою колектива. Мені кажеється, що іменно ця обставина сама важлива в цій обстановці. Я настоюю на тому, що на збори повинні прийти всі без виключення. В продажі поступили нові якісні товари. Подорожання бензина – це саме важливе питання, яке на сьогоднішній день хвилює всіх шоферів. На протязі п'ятдесяти хвилин Ви получите інтересуючу Вас інформацію.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про проблеми та перспективи сучасного документознавства.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Документ та історія його виникнення».
- «Печатки і штампи органів державної влади та організацій різних форм власності».
- «Юридична сила документа в Україні та за її межами».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Які функції належать до загальних функцій документа?

- а) інформаційна, культурна;
- б) культурна, правова;
- в) історична, управлінська;
- г) соціальна, історична.

2. Які документи відносять до складних?

- а) заява, заявка, звіт, наказ, акт, декларація, анкета;

- б) розпорядження, автобіографія, телефонограма, постанова;
- в) відгук, огляд, анкета, декларація, постанова, звіт, наказ;
- г) доповідна записка, квитанція, протокол, контракт, акт.

3. Що таке «трафаретний текст»?

- а) друкована стандартна форма документа з реквізитами, що містять постійну інформацію;
- б) модель побудови однотипних документів;
- в) матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку;
- г) ділове відтворення постійної інформації однотипної групи документів з пропусками для подальшого заповнення конкретного документа.

4. Як поділяються документи за стадіями створення?

- а) прості і складні;
- б) оригінали, копії і виписки;
- в) загальні, таємні та ДСК;
- г) рукописні та відтворені механічним способом.

5. Що фіксується у резолюції?

- а) затвердження відповідними органами або особами;
- б) головна ідея документа;
- в) законність документа;
- г) вказівка керівника щодо виконання документа.

6. Як видають документи, що мають гриф обмеження доступу?

- а) не видають ні в якому разі;
- б) видають тільки керівнику;

- в) видають працівникам з трудовою книжкою;
- г) видають під розписку.

7. Що таке «формуляр-зразок»?

а) це модель побудови форми документа, яка встановлює галузь використання, формати, розміри берегів, вимоги до побудови конструкційної сітки та основні реквізити;

б) сукупність обов'язкових даних у документі, без яких він не може бути підставою для обліку й не має юридичної сили;

в) площа уніфікованої форми чи бланка документа, призначена для заповнення основними реквізитами;

г) стандартний аркуш паперу з відтвореною на ньому постійною інформацією документа й місцем, залишеним для змінної.

8. Що таке «резолюція»?

а) затвердження документа, тобто засвідчення його дії на певне коло організацій, структурних підрозділів чи правових осіб;

б) позначення зроблені посадовою особою на документі, що свідчать про його вірогідність або надають йому юридичної сили;

в) коротке рішення щодо викладених у документі питань;

г) документ, що містить директиви, настанови.

9. Що таке «узгодження документа»?

а) підписання його, затвердження і проставлення печатки;

б) попередній розгляд і оцінка проекту документа;

в) проходження реєстрації, під час якої документу дають номер;

г) підтвердження його дійсності.

10. Які документи підлягають затвердженню?

а) акти, завдання, звіти, кошториси витрат, нормативи, переліки, плани, програми, розцінки, статuti підприємств, положення, правила, інструкції, форми уніфікованих документів, штатні розклади;

б) звіти, кошториси витрат, нормативи, переліки, плани, програми, розцінки, статuti підприємств, положення, правила, інструкції, автобіографії, витяги з протоколів, резюме;

в) витяги з наказів, службові листи, акти, завдання, звіти, кошториси витрат, нормативи, переліки, плани, програми, розцінки, статuti підприємств, положення, правила, інструкції, форми уніфікованих документів, трудові книжки;

г) штатні розклади, довідки, анкети, характеристики, нормативи, переліки, плани, програми, розцінки, статuti підприємств, положення, правила, інструкції, форми уніфікованих документів, штатні розклади.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

ОСНОВНА:

1. Глущик С.В. Сучасні ділові папери : [навчальний посібник] / Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. – К. : Арій, 2009. – 512 с.

2. Діденко А.Н. Сучасне діловодство : [навчальний посібник] / Діденко А.Н. – К. : Либідь, 2004. – 214 с.

3. Діловодство і документація : навчально-методичний посібник / [укл. П.О. Добродумов]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 209 с.

4. Зубков М.Г. Універсальний довідник. Українська мова / Зубков М.Г. – Х. : ФОП Співак В.Л., 2009. – 416 с.

5. Палеха Ю.І. Управлінське документування : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2001. – 298 с.

6. Середницька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням : [навчальний посібник] / А.Я. Середницька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 211 с.

7. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.

8. Українська мова за професійним спрямуванням : практикум / [за заг. ред. Т.В. Симоненко]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2009. – 270 с.

9. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

10. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Видавництво «Алерта», 2011. – 306 с.

ДОДАТКОВА:

1. Ботвина Н.В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : [навчальний посібник] / Ботвина Н.В. – К. : Арттек, 1998. – 190 с.

2. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови : [навчальний посібник] / Волкотруб Г.Й. – К. : МАУП, 2002. – 208 с.

3. Дротянко Л.Г. Наукова і побутова мови у процесі взаємопроникнення культур / Л.Г. Дротянко // Вісник НАН України. – 2005. – № 11. – С. 51–58.

4. Иванов Л.Ю. Текст научной дискуссии : Дейксис и оценка / Иванов Л.Ю. – М. : НИП «2Р», 2002. – 208 с.

5. Мацько Л.І. Стилїстика української мови : [підручник] / Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.

6. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.

7. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

8. Пономарів О.Д. Культура слова. Мовностилістичні поради : [навчальний посібник] / Пономарів О.Д. – К. : Либідь, 1999. – 240 с.

9. Радзієвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Радзієвська Т.В. – К. : НАН України, 1998. – 194 с.

10. Сурмін Ю.П. Науковий текст : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 10

У процесі вивчення теми «Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації» рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

– ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: абзац, безстроковий документ, бланк документа, витяг, вихідний документ, вихідні дані, внутрішній документ, вхідний документ, діловодство, документ, документознавство, документообіг, дублікат, дуже терміновий документ, зовнішній документ, індивідуальний документ, копія, обсяг документообігу, оригінал, особистий документ, письмовий документ, посадова особа, простий документ, рубрикація, рукописний документ, система документації, складний документ, службовий документ, стандартний документ, таємний документ, текст, терміновий документ, формуляр, формуляр-зразок та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;
- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;
- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;
- із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;
- завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.
- реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;
- тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 11

ЕТИКЕТ ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ

МЕТА: засвоїти головні ознаки ділових листів; оволодіти уміннями й навичками укладання, написання та оформлення різних типів листів; удосконалити орфографічні та пунктуаційні навички, необхідні для правильного написання ділових листів; виховувати ввічливість, коректність, делікатність і доброзичливість.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Лист – це поширений вид документації, один із способів обміну інформацією.

Службові листи належать до основних засобів встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами та закладами. Мета їх – пояснити, переконати, поінформувати і спонукати адресата до певної дії.

За функціональними ознаками службові листи поділяють на такі, що **потребують відповіді**, й такі, що **її не потребують**.

До листів, **що потребують відповіді**, належать: **листи-прохання; листи-звернення; листи-пропозиції; листи-запити; листи-вимоги.**

До листів, **що не потребують відповіді**, належать: **листи-попередження; листи-нагадування; листи-підтвердження; листи-відмови; супровідні листи; гарантійні листи; листи-повідомлення; рекомендаційні листи.**

За кількістю адресатів розрізняють **звичайні, циркулярні й колективні листи**. Звичайний лист надсилають на адресу однієї інстанції, **циркулярний лист** – низці установ, **колективний лист** – на одну

адресу, але пишуть його від імені керівників кількох установ.

Лист-повідомлення – службовий лист, у якому доводять до чийогось відома, повідомляють комусь певну інформацію. Листи такого змісту надсилають тоді, коли необхідно сповістити про зміну адреси чи назви установи (фірми, організації), відкриття філії, початок виробництва тощо. Такі листи адресують здебільшого конкретній організації, установі, фірмі.

Близьким за змістом та за вживанням типових мовних зворотів до листів-повідомлень є **інформаційний лист**.

Інформаційний лист – це службовий лист, у якому одна установа, що виступає адресантом, інформує іншу установу або приватну особу, яка є адресатом, про певні події, факти чи заходи. Найчастіше за допомогою інформаційних листів пропагують діяльність установ, що виготовляють певну продукцію. Зазвичай листи цього виду мають узагальненого адресата.

Гарантійний лист – це службовий лист, якого пишуть для підтвердження певних умов, зобов'язань. Здебільшого гарантують оплату за певні послуги, виконану роботу, надану житлову площу, якісне виконання роботи. У гарантійних листах слід дотримуватися етичних норм спілкування – у ввічливій, тактовній формі висловлювати готовність до певних дій.

Такі листи адресують організації, установі, фірмі чи окремії структурі. Гарантійний лист підписують керівник і головний бухгалтер установи.

Лист-запит – різновид комерційного листа, що містить прохання надати докладну інформацію про певні товари, послуги або уточнити вже наявну, попередню інформацію про фірму, банк тощо. Лист-запит складають на підставі ознайомлення з каталогами, проспектами, буклетами, прейскурантами, рекламними оголошеннями

та інформацією, отриманою на виставках, ярмарках. У такому листі обов'язково вказують: підставу для запиту; назву товару (його марку, якість, модель тощо); умови й термін постачання; умови оплати.

Лист-відповідь на запит – лист, яким можна повідомити, що отриманий запит вивчається, надіслати каталоги, прейскуранти, запропонувати змінити умови, вказані в запиті, відмовити в постачанні товару чи іншому проханні. Так, якщо є зацікавленість у постачанні зазначеного товару, то у відповідь на запит надсилається **оферта**.

Оферта – письмова пропозиція про постачання товару, яку робить продавець покупцеві. У ній висловлюється бажання чи готовність укласти угоду купівлі-продажу на умовах, викладених у пропозиції.

Інколи у відповіді на запит можна запропонувати змінити його умови: кількість товару, модель, термін постачання тощо.

Лист-підтвердження – це різновид службового листа, у якому засвідчується той чи інший факт (підтверджується одержання листів, переказів, цінних паперів, матеріальних цінностей).

Супровідний лист – службовий лист, що додається до основного документа (накладної, рахунка-фактури, каталогу, проспекту, прейскуранта, креслень, буклетів, зразків нових товарів) та інформаційно супроводжує його. Зазвичай він невеликий за обсягом і містить назви та перелік надісланих документів, їх детальний опис, кількість аркушів тощо. Заголовок до тексту супровідного листа слід починати словами: «*Про надіслання...*» або «*Про направлення...*». Обов'язковим його реквізитом є відмітка про наявність додатків.

Лист-прохання – це службовий лист, у якому у ввічливій формі звертаються до партнерів, клієнтів,

інвесторів з певним проханням. Такі листи є одним із найпоширеніших видів ділової кореспонденції. Від уміння переконливо висловити своє прохання значною мірою залежить його виконання.

Лист-нагадування – службовий лист, у якому йдеться про наближення чи закінчення терміну виконання певних завдань, зобов'язань, у зв'язку з чим необхідно вжити відповідних заходів.

Нагадування неодмінно має бути доброзичливим, ненав'язливим (у жодному разі не слід звинувачувати адресата, оскільки причиною затримки оплати чи несплати, наприклад, може бути дуже скрутна фінансова ситуація, у якій він опинився).

Зміст листа-нагадування насамперед залежить від того, вперше, вдруге чи втретє Ви нагадуєте партнерові про виконання його зобов'язань, недотримання терміну сплати рахунків тощо. Якщо клієнт не реагує, то, звичайно ж, варто повідомити йому про свій намір звернутися до суду й розірвати контракт. Однак навіть у цьому разі стиль листа має бути чемним, стриманим.

Лист-претензія, рекламацийний лист – службовий лист, у якому висловлюється невдоволення з приводу порушення умов укладеної угоди, наприклад, погоджених (визначених) термінів постачання товару, невідповідності останнього запропонованим зразкам, незадовільного дизайну чи упакування тощо.

Виявивши порушення, слід висловити партнерові претензію і вимагати їх ліквідації, скажімо, заміни неякісного товару; наполягати на відшкодуванні завданих збитків, сплаті штрафу і, певна річ, на чіткому дотриманні в майбутньому умов договору (угоди, контракту).

Зазвичай спершу надсилають лист-нагадування, у якому аргументовано, послідовно, виважено висловлюють невдоволення, а потім – претензію.

Лист-відповідь на претензію – це службовий лист, у якому пояснюються причини певних порушень або переконливо доводиться безпідставність претензії чи скарги. Зміст таких листів залежатиме від того, чи Ви погоджуєтеся з претензією та висунутими звинуваченнями, чи вважаєте їх безпідставними.

Якщо надіслана претензія є обґрунтованою, то слід пояснити неприємну ситуацію, що склалась у перебігу виконання угоди, контракту чи договору, вибачитися перед партнером і попросити його з розумінням поставитися до Ваших проблем.

Рекомендаційний лист – службовий лист, який містить позитивний або негативний відгук про особу, організацію чи фірму. У разі, якщо це позитивна рекомендація, то в ній ітиметься здебільшого про готовність узяти на себе відповідальність за рекомендовану особу.

Рекомендаційного листа подають під час клопотання про посаду, влаштування на нову роботу, вступу до вищого навчального закладу тощо. Рекомендаційний лист істотно відрізняються від характеристики. Автори «Універсального посібника з ділових паперів» чітко окреслюють ці відмінності:

- рекомендацію не обов'язково подають з місця роботи;
- за рекомендацією можна звернутися до того, хто добре знає особу, фірму, компанію;
- особа, яка дає рекомендацію, повинна мати хороший авторитет та визнання у відповідній галузі;
- у рекомендаційному листі обов'язковим є висновок – «рекомендую» чи «не рекомендую».

Отже, у рекомендаційних листах необхідно вказати: з якого часу Ви знаєте особу чи фірму; рівень її професійної майстерності; авторитет; досягнення, які має особа тощо.

Лист-подяка – це службовий лист, у якому висловлюється подяка за надану допомогу, послугу, підтримку, надіслане запрошення тощо.

«Кодекс ввічливості» ділової людини передбачає: не варто чекати слушної нагоди, щоб висловити адресатові подяку. Робити це слід завжди вчасно. Листи-подяки є гарантією налагодження й подальшої підтримки добрих партнерських стосунків. Такі листи допоможуть набути репутації вихованої та порядної людини.

Лист-вибачення – службовий лист, у якому висловлюється прохання вибачити за невчасне виконання замовлення, спізнення на зустріч, бухгалтерські помилки, порушення умов договору тощо.

Усвідомивши свою провину, варто неодмінно вибачитися та вжити всіх необхідних заходів, щоб такі прикрі випадки більше не повторювалися.

Лист-вітання – різновид службового листа, у якому відображається поздоровлення колег, ділових партнерів чи інших осіб з нагоди певної події (свята, дня народження, ювілею, одруження, обрання на почесну посаду, успішного завершення справи тощо).

Листи-вітання – це особливий вид кореспонденції, який допускає урочистий, піднесений стиль, уживання поетичних зворотів, гумористичних натяків.

Лист-запрошення – це різновид службового листа, у якому адресата запрошують взяти участь у певному заході.

У листі-запрошенні обов'язково вказується, хто, кого, куди, коли і з якої нагоди запрошує. Все це має бути оформлено бездоганно грамотно й ретельно, що засвідчить повагу до адресата. Окрім чіткого і недвозначного викладу змісту, дуже важливим є дотримання таких вимог:

– слід використовувати гарно та якісні оформлені бланки, адже вигляд представницької продукції є чи

не найпершим свідченням надійності установи (фірми, компанії);

- важливо пам'ятати, що конверт за своїм дизайном неодмінно повинен відповідати бланкові;

- оформлюючи листа, текст на аркуші варто розміщувати симетрично.

Найважливішу інформацію можна виокремити, скориставшись іншим шрифтом, великими літерами чи підкресленням. Запрошення на ділові заходи (з'їзди, конференції, форуми, симпозіуми, презентації) пишуть, здебільшого, на фірмових бланках, а з нагоди культурно-мистецьких та інших урочистостей виготовляють художньо оформлені, оздоблені бланки.

Службові листи пишуть чи друкують на бланку або чистому аркуші паперу. Основні реквізити листа за державним стандартом такі:

1. **Державний Герб** (має бути розташований у центрі верхнього берега або над серединою рядка з назвою організації).

2. **Емблема організації, установи чи підприємства** (не відтворюють, якщо на бланку розміщено зображення Державного Герба України).

3. **Зображення державних нагород** (розташовуються у верхньому лівому кутку на рівні реквізитів 7, 8).

4. **Код організації установи чи підприємства** (зазначається за ЄДРПОУ після реквізиту «Довідкові відомості про організацію» (9)).

5. **Повна назва установи, організації чи підприємства** – автора листа (відтворюється угорі ліворуч за допомоги штампа або друкарським способом).

6. **Назва структурного підрозділу** (дозволяється друкувати машинописним способом у верхньому лівому кутку).

7. Індекс підприємства зв'язку, поштова й електронна адреси, номери телефонів, факсу (розташовують у верхньому лівому кутку, оформляють відповідно до поштових правил; для здійснення розрахунково-грошових операцій на бланках листів указують номер розрахункового рахунка у відділенні банку).

8. Дата (день, місяць, рік) (записують здебільшого словесно-цифровим способом (*24 вересня 2015 р.*)); на бланках дату листа ставлять ліворуч угорі на спеціально відведеному для цього місці; якщо лист написаний не на бланку, то дату вказують під текстом зліва).

9. Адресат (листи адресують організації, установі чи підприємству, службовій або приватній особі; назву установи і структурного підрозділу подають у називному відмінку, а найменування посади й прізвище – у давальному).

Якщо листа адресовано керівникові установи, назва якої входить у найменування посади, то прізвище й посаду подають у давальному відмінку, а назву установи – у родовому. В адресі можна вказувати лише назву посади, без прізвища та ініціалів особи, яка її обіймає. Це припустимо тільки за умови, якщо ця посада – єдина в установі, організації чи на підприємстві.

Якщо особа, якій надсилають листа, має вчене звання або науковий ступінь, то ці відомості подають перед прізвищем. Ступені й звання можна записувати у скороченій формі.

До реквізиту «адресат» може входити поштова адреса. Слід пам'ятати: якщо лист адресовано установі, поштову адресу вказують після її назви, структурного підрозділу й прізвища службової особи.

Реквізити адресата друкують праворуч у верхній частині сторінки. Кожен елемент (назву установи,

підрозділу, посаду, прізвище та ініціали особи, поштову адресу) подають з нового рядка і з великої літери. На конверті повторюють адресу отримувача, починаючи з «Кому», а потім указують «Куди».

10. Будь-який службовий лист повинен мати **заголовок до тексту**, що містить стислий виклад його основного змісту. Він має точно передавати зміст і відповідати на питання «про що?», наприклад: *Про організацію роботи працівників.*

Якщо в листі порушено кілька взаємопов'язаних питань, то заголовок може бути узагальненим, наприклад: *Про організацію та проведення Міжнародної конференції.*

Наявність заголовка значно полегшує роботу з листом на всіх етапах його проходження – від реєстрації в установі-адресанті до направлення його до справи після виконання в установі-адресаті.

Заголовок до тексту службового листа оформляють від межі лівого берега без відступу; максимальна довжина рядка – 28 друкованих знаків. Крапка в кінці заголовка не ставиться.

11. Текст листа складається з двох частин: опису фактів та подій, що є підставою для написання листа; висновків і пропозицій.

12. Позначення про наявність додатка (роблять ліворуч під текстом із нового рядка). Є декілька способи оформлення цього реквізиту:

– якщо лист містить додатки, про які згадується в тексті, або ті, що пояснюють його зміст, то відмітку оформляють так: *Додаток: на 2 арк. у 1 прим.*

– якщо лист містить додатки, не зазначені в тексті, то їх слід перелічити із вказівкою на кількість сторінок у кожному з них і кількість примірників:

Додатки:

1. Проект реконструкції школи: на 2 арк. в 1 прим.

2. *Акт прийняття нових будівельних матеріалів: на 3 арк. в 1 прим.*

— якщо ж лист містить велику кількість додатків, то окремо складають список їх, а в листі після тексту зазначають: *Додаток: відповідно до списку на 7 арк.*

13. Підписує службовий лист переважно керівник установи (організації, підприємства), його заступник чи керівник структурного підрозділу.

Якщо лист написано на бланку установи, то зазначають лише посаду, ініціал(и) та прізвище особи, яка підписує лист (назву установи не повторюють).

Якщо лист написано не на бланку, то вказують повну назву установи, посаду, ініціал(и) та прізвище особи, яка підписує лист.

Фахівці з проблем культури ділового мовлення пропонують під час написання листа дотримуватися **таких правил**:

— починати листа варто зі звертання, яке є загальноприйнятою формою ввічливості (*Шановний (ім'я та по батькові)! Шановний/шановна пан/пані (ім'я, ім'я і прізвище)! Шановні панове! Шановні колеги! Вельмишановний добродію!* тощо);

— у листуванні необхідно зазначати звання адресата чи вказувати його професію (*Високоповажний міністре! Вельмишановний (високоповажний) професоре! Шановний директоре! Високоповажний пане прокуроре! Шановний директоре! Високоповажний пане прокуроре! Шановний суддя!*);

— в українській мові звертання вживають у формі кличного відмінка (заміна його формою називного на зразок «*Шановна Олена Дмитрівна!*», «*Шановний директор!*» є ненормативною);

— зазвичай звертання до службової особи завершують знаком оклику, а перше слово тексту пишуть

з великої літери та з абзацу (відсутність звертання може бути витлумачено як зневага до адресата і порушення етикету ділового листування);

– дуже важливо ретельно обміркувати початкову фразу листа, від якої може багато залежати:

а) якщо це лист-відповідь на запрошення, запит, подяка, то вже у першому реченні буде доречним ввічливо висловити вдячність (*Висловлюємо свою найщирішу вдячність за... . Щиро дякуємо Вам за лист з порадами та рекомендаціями щодо.... Ми щиро вдячні Вам за те, що Ви... . Дозвольте висловити свою вдячність... . Вдячні Вам за запрошення... тощо*);

б) у листах-підтвердженнях варто користуватися такими початковими фразами: *Із вдячністю підтверджуємо отримання листа-відповіді... . Офіційно підтверджуємо свою згоду на... . Підтверджуємо отримання Вашої телеграми... тощо*;

в) поширеними вступними фразами в ділових листах є посилання на зустріч, попередній лист, телефонну розмову, подію: *У відповідь на Ваш лист від (дата)... . Відповідно до контракту №... , що був підписаний між нашими установами... . Згідно з нашою домовленістю надсилаємо Вам... . У відповідь на Ваш запит повідомляємо... тощо*;

г) у діловому світі з різних причин іноді виникають ситуації, коли потрібно вибачитися, перепросити за неприємності, яких Ви завдали адресату. У такому разі листа слід розпочинати так: *Просимо вибачення за прикре непорозуміння, що сталося... . Щиро просимо вибачити за затримку з відповіддю... . Перепрошуємо за зайві хвилювання з приводу... тощо*.

д) у листах-нагадуваннях, що належать до психологічно складних, потрібно ввічливо, тактовно і ненав'язливо вказати на те, що, наприклад, термін сплати

рахунка чи виконання замовлення минув. Такі листи варто розпочинати так: *Вважаємо за свій обов'язок нагадати Вам про... . Нам дуже незручно, що змушені нагадати Вам про... . Змушені нагадати Вам, що й досі не отримали від Вас оплаченого рахунка... . Вважаємо за необхідне нагадати Вам... тощо;*

е) інколи делікатність, тактовність не дають бажаних наслідків, тоді слід виявити категоричність і рішучість. Це можна зробити так: *Незважаючи на неодноразові нагадування та вжиті запобіжні заходи, Ваш борг не погашено, натомість він продовжує зростати. Вважаємо за потрібне попередити Вас про свій намір розірвати контракт. Усі наші намагання змусити Вас сплатити борг були марними, а тому ми подаємо позов до суду.*

є) до категорії складних належать листи-відмови. Якщо Ви не маєте можливості відповісти позитивно, то сказати «ні» слід аргументовано, коректно, доброзичливо, наприклад: *На жаль, ми не можемо прийняти Вашої пропозиції... . Дуже шкода, але ми не маємо згоди задовольнити Ваше прохання з багатьох причин... . Щиро шкодуємо, проте ситуація, що склалася, не дає нам можливості... тощо;*

ж) у листах-повідомленнях доречною буде одна з таких вступних фраз: *Повіdomляємо Вас... . Хочемо повідомити про те, що... . На жаль, змушені повідомити Вас, що... тощо;*

– вибір завершальних речень є також дуже важливим етапом і залежить насамперед від змісту листа. Так, можна повторити подяку, висловлену на початку, чи просто подякувати за допомогу, приділену увагу, оскільки слово «дякую» є найуживанішим у лексиконі кожної вихованої і порядної людини, підприємця: *Дозвольте ще раз подякувати Вам... . Дякуємо за допомогу... . Ще раз*

дякуємо Вам за все, що Ви зробили для... . Дозвольте ще раз подякувати Вам за... . Ще раз дякую за виявлену мені честь... тощо;

— наприкінці листа можна:

а) висловити сподівання: Сподіваємося, що Ви правильно зрозумієте нас. Розраховуємо на тісне і взаємовигідне співробітництво з Вами. Маємо надію, що наша співпраця буде плідною. Щиро сподіваємося на Вашу подальшу фінансову підтримку. Маємо надію, що всі докладені зусилля не будуть марними. Сподіваємося, що це непорозуміння не вплине на наші подальші стосунки тощо;

б) попросити вибачення за турботи чи ще перепросити за затримку з відповіддю або запізнення: Ще раз просимо вибачення за завдані турботи (клопоти, прикροщі, незручності). Щиро просимо вибачення за... . Дозвольте ще раз попросити вибачення за... тощо;

— не слід забувати про прощальну фразу. Найчастіше в листах уживаються такі форми: *З повагою... . З повагою і найкращими побажаннями... . Залишаємося з пошаною... . З повагою, вдячністю та побажанням успіхів... . Бажаємо успіхів тощо;*

Після прощальної формули ввічливості розділовий знак не ставиться, з нового рядка оформляється реквізит «Підпис».

Постскрипtum (приписка) наприкінці листа можливий лише за умови, якщо після його написання сталася подія, про яку Ви неодмінно маєте повідомити адресатові. Після постскриптуму знову потрібно поставити підпис.

— якщо ви бажаєте досягти успіху, обов'язково слід подбати про те, щоб лист був бездоганним у всіх аспектах, адже навіть незначне недотримання правил призведе до спотворення його змісту, зміни тону;

— листи варто друкувати на гарно виконаних бланках, які є «візитною карткою» установи;

– ділові листи не повинні бути надто довгими. Викладати міркування необхідно чітко, лаконічно, переконливо, тоді вся запропонована інформація буде доречною;

Дотримання правил етикету листування є свідченням поваги до адресата, ввічливості, вихованості і сприяє налагодженню добрих стосунків між колегами, партнерами.

Службові листи друкують на комп'ютері або пишуть на спеціальному бланку лише з одного боку. На бланку друкують тільки першу сторінку листа, а наступні – на чистих аркушах. Для зручності з обох боків сторінки залишають береги: лівий – не менш як 30 мм; правий – 10 мм; верхній і нижній – 20 мм.

У листах, оформлених на двох та більше аркушах паперу, нумерацію сторінок починають із другої. Нумери сторінок проставляють посередині верхнього берега арабськими цифрами на відстані не менш як 10 мм від верхнього краю. Біля цифр не ставлять ніяких позначень.

Текст листа друкується через півтора чи два інтервали.

Не слід надсилати листа, написаного через копіювальний папір, це свідчить про неповагу до адресата.

Узвичаєно відповідати на листи якомога швидше. Фахівці з культури ділового листування конкретизують термін написання відповіді адресатові залежно від змісту листа.

Правила ввічливості вимагають відповісти на одержаний лист протягом 7-10 днів.

Отримавши *лист-запит*, що потребує докладного розгляду, слід упродовж трьох днів повідомити про його одержання й дати остаточну відповідь протягом 30 днів.

Лист-вітання можна надсилати упродовж 8 днів з моменту отримання повідомлення про певну врочистість.

Лист-співчуття надсилається протягом 10 днів після сумної події.

Не слід відповідати на листа нашвидкуруч, одразу після одержання прикрих, вражаючих відомостей. Неодмінно заспокоїтися, подумки чітко сформулювати, що саме Ви маєте написати, й лише потім викласти думки на папері.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Гарантійний лист – різновид службового листа, який пишуть для підтвердження певних умов, зобов'язань.

Звичайний лист – різновид службового листа, який надсилають на адресу однієї інстанції.

Інформаційний лист – різновид службового листа, у якому одна установа, що виступає адресантом, інформує іншу установу або приватну особу, яка є адресатом, про певні події, факти чи заходи.

Колективний лист – різновид службового листа, який надсилається на одну адресу, але пишуть його від імені керівників кількох установ.

Лист – поширений вид документації, один із способів обміну інформацією.

Лист-вибачення – різновид службового листа, у якому висловлюється прохання вибачити за невчасне виконання замовлення, спізнення на зустріч, бухгалтерські помилки, порушення умов договору тощо.

Лист-вимога – різновид службового листа, який пишуть для того, щоб отримати певну інформацію, спонукати установу або приватну особу до певних дій.

Лист-відмова – різновид службового листа, у якому необхідно висловити рішення з приводу поставленого запитання.

Лист-відповідь на запит – лист, яким можна повідомити, що отриманий запит вивчається, надіслати каталоги, прейскуранти, запропонувати змінити умови, вказані в запиті, відмовити в постачанні товару чи іншому проханні.

Лист-відповідь на претензію – різновид службового листа, у якому пояснюються причини певних порушень або переконливо доводиться безпідставність претензії чи скарги.

Лист-вітання – різновид службового листа, у якому відображається поздоровлення колег, ділових партнерів чи інших осіб з нагоди певної події (свята, дня народження, ювілею, одруження, обрання на почесну посаду, успішного завершення справи тощо).

Лист-запит – різновид комерційного листа, що містить прохання надати докладну інформацію про певні товари, послуги або уточнити вже наявну, попередню інформацію про фірму, банк тощо.

Лист-запрошення – різновид службового листа, у якому адресата запрошують взяти участь у певному заході.

Лист-звернення – різновид службового листа, що адресується органам державної влади і місцевого самоврядування, підприємствам, установам, організаціям незалежно від форм власності, об'єднанням громадян або посадовим особам, до повноважень яких належить вирішення порушених у зверненнях питань.

Лист-нагадування – різновид службового листа, у якому йдеться про наближення чи закінчення терміну виконання певних завдань, зобов'язань, у зв'язку з чим необхідно вжити відповідних заходів.

Лист-підтвердження – різновид службового листа, у якому засвідчується той чи інший факт (підтверджується одержання листів, переказів, цінних паперів, матеріальних цінностей).

Лист-повідомлення – різновид службового листа, у якому доводять до чийогось відома, повідомляють комусь певну інформацію.

Лист-подяка – різновид службового листа, у якому висловлюється подяка за надану допомогу, послугу, підтримку, надіслане запрошення тощо.

Лист-попередження – різновид службового листа, метою якого є інформування про намір автора застосувати щодо адресата відповідні санкції.

Лист-претензія, рекламацийний лист – різновид службового листа, у якому висловлюється невдоволення з приводу порушення умов укладеної угоди.

Лист-прохання – різновид службового листа, у якому у ввічливій формі звертаються до партнерів, клієнтів, інвесторів з певним проханням.

Лист-співчуття – різновид службового листа, що містить співчуття з якогось приводу.

Оферта – письмова пропозиція про постачання товару, яку робить продавець покупцеві. У ній висловлюється бажання чи готовність укласти угоду купівлі-продажу на умовах, викладених у пропозиції.

Рекомендаційний лист – різновид службового листа, який містить позитивний або негативний відгук про особу, організацію чи фірму.

Супровідний лист – різновид службового листа, що додається до основного документа (накладної, рахунка-фактури, каталогу, проспекту, прейскуранта, креслень, буклетів, зразків нових товарів) та інформаційно супроводжує його.

Циркулярний лист – різновид службового листа, який надсилається низці установ.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 1; 4; 7; 8; 9;

13; 20; 21; 27; 29; 36; 42; 53; 54; 56; 60; 68; 75; 82; 87; 95; 96; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Класифікація листів, їх реквізити.
2. Особливості оформлення листів.
3. Етикет ділового листування.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Створіть папку з різними видами листів, а саме:

- напишіть лист-підтвердження;
- напишіть лист-запит;
- напишіть відповідь на лист-запит;
- напишіть лист-прохання;
- напишіть відповідь на лист-прохання чи пропозицію;
- напишіть лист-нагадування;
- напишіть рекламацийний лист;
- напишіть лист-претензію;
- напишіть відповіді на лист-претензію і лист-рекламацію;
- напишіть лист-вибачення;
- напишіть лист-подяку;
- напишіть супровідний лист;
- напишіть заохочувальний чи спонукальний лист;
- напишіть лист-запрошення;
- напишіть лист-вітання.

Завдання 2. Напишіть офіційне запрошення на Міжнародну науково-практичну конференцію.

Завдання 3. Запишіть вислови-зв'язки, якими можна скористатися у листах, коли треба перейти від головного до другорядного.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Укладіть схему (структуру) ділового листа.

Завдання 2. Напишіть лист, у якому Ви відмовляєте претендентові на місце роботи. Ваше завдання – переконати адресата в тому, що у Вас немає іншого виходу.

Завдання 3. У подані нижче речення введіть такі мовні звороти, які б пом'якшили тон відмови та завершіть думку.

Ми не можемо Ми не погоджуємося Ми не маємо наміру продовжувати Цього разу ми не будемо замовляти Ваші методи роботи не дали очікуваних результатів, і тому ми Зараз ми не можемо змінити умови

Завдання 4. Запишіть типові мовні звороти, за допомогою яких можна висловити претензію.

Завдання 5. Замініть вислови, що мають негативне забарвлення, на позитивні.

Вивчіть наші пропозиції і дайте відповідь. Наша гарантія не поширюється на природне зношення. Ми відклали прийняття рішення. Запам'ятайте, якщо Ви не погасите заборгованість, ми розірвемо контракт. Ми

не даємо згоди на подальшу співпрацю. Не прогавте цю нагоду.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про службовий лист як важливу форму організації сучасної ділової комунікації.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Історія створення листів».
- «Лист як форма організації сучасної ділової комунікації».
- «Мистецтво ділового листування».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Продовжіть думку: «Якщо листа адресовано керівникові установи, назва якої входить у найменування посади, то...».

- а) прізвище й посаду подають у давальному відмінку, а назву установи – у родовому;
- б) прізвище й посаду подають у давальному відмінку;
- в) прізвище й посаду подають у родовому відмінку;
- г) прізвище й посаду подають у родовому відмінку, а назву установи – у давальному.

2. Як складаються ділові листи в конверти?

- а) текстом назовні;
- б) текстом усередину;
- в) довільно;
- г) не складаються. Відправляються у конверті для аркушів формату А4.

3. Чи допускається у ділових листах гумор?

- а) так;
- б) ні;
- в) так, тільки у рекламних листах;
- г) так, якщо керівники установ добре знайомі.

4. Чи прийнятні у ділових листах скорочення PS («пізніше написане») та NB («поміть добре»)?

- а) не прийнятні;
- б) прийнятні;
- в) прийнятне лише скорочення P.S.;
- г) прийнятне лише скорочення N.B.

5. У якому випадку ім'я, по батькові та прізвище адресата на конверті необхідно зазначати повністю?

- а) якщо лист діловий;
- б) якщо лист до запитання;
- в) якщо лист на замовлення;
- г) так, якщо лист супровідний.

6. Який розділовий знак ставиться після вступного звертання у міжнародних листах?

- а) знак оклику;
- б) кома;
- в) крапка з комою;
- г) крапка.

7. Як пишеться міжнародний лист?

- а) пишеться від руки;
- б) пишеться від руки друкованими літерами;
- в) друкується на комп'ютері чи друкарській машинці;
- г) пишеться або друкується.

8. Протягом скількох днів після сумної події надсилається лист-співчуття?

- а) 10;
- б) 20;
- в) 15;
- г) 8.

9. Упродовж скількох днів з моменту отримання повідомлення про певну вродистість надсилається лист-вітання?

- а) 10;
- б) 20;
- в) 15;
- г) 8.

10. Яке запитання називають «запитанням-кристалізатором»?

- а) запитання, яке забезпечує отримання інформації;
- б) запитання, яке йде після твердження (*Справді? Чи не так? Дійсно?*);
- в) запитання, яке віддзеркалює запитання співрозмовника;
- г) запитання, яке допомагає шліфувати думку.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ**

ОСНОВНА:

1. Глущик С.В. Сучасні ділові папери : [навчальний посібник] / Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. – К. : Арій, 2009. – 512 с.

2. Діловодство і документація : навчально-методичний посібник / [укл. П.О. Добродумов]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 209 с.

3. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Гриценко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

4. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін.]. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.

5. Кулешов С.Г. Управлінське документознавство : [навчальний посібник] / Кулешов С.Г. – К. : ДАКККіМ, 2003. – 57 с.

6. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

7. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

8. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

9. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.

10. Шевчук С.В. Службове листування : [довідник] / Шевчук С.В. – К. : Літера ЛТД, 1999. – 108 с.

ДОДАТКОВА:

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

2. Боярова Л.Г. Російсько-український словник сучасних банківських фінансово-кредитних та комерційних термінів / Л.Г. Боярова, О.П. Корж. – Х. : Основа, 1997. – 715.

3. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

4. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

5. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.

6. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.

7. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.

8. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

9. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

10. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 11

У процесі вивчення теми *«Етикет ділового листування»* рекомендується:

- опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

- ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: гарантійний лист, звичайний лист, інформаційний лист, колективний лист, лист-вибачення, лист-вимога, лист-відмова, лист-відповідь на запит, лист-відповідь на претензію, лист-вітання, лист-запит, лист-запрошення, лист-звернення, лист-нагадування, лист-підтвердження, лист-повідомлення, лист-подяка, лист-попередження, реклаमाційний лист, лист-прохання, оферта, рекомендаційний лист, супровідний лист, циркулярний лист та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

- із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

- завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог

до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

– реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

– тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	<i>а</i>	а	<i>а</i>	<i>а</i>	<i>а</i>	а	а	а
<i>б</i>	б	б	б	б	б	б	б	<i>б</i>	б
в	в	в	<i>в</i>	в	в	в	в	в	<i>в</i>
г	<i>г</i>	г	г	г	г	г	<i>г</i>	г	г

ТЕМА 12

УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ У ПРОФЕСІЙНОМУ ДІЛОВОМУ СПІЛКУВАННІ

МЕТА: засвоїти термінознавчий комплекс, необхідний у майбутній фаховій діяльності.

ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ

Термін – це слово чи словосполучення, що чітко й однозначно позначає певне поняття в будь-якій галузі й має точну сферу використання.

Кожна галузь науки, техніки, виробництва, мистецтва має свою термінологію.

Виокремлюють такі основні групи термінологічної лексики: **математичну** (ділене, дільник, косинус, логарифм, частка), **фізичну** (молекула, коливання, статика, індукція), **мовознавчу** (фонема, афікс, парадигма, синтаксис, метатеза), **літературознавчу** (лейтмотив, верлібр, хорей, фабула, анапест), **філософську** (діалектика, гносеологія, абсолют, апіорі, інтенція), **фінансову** (банк, кредит, лізинг, своп, баланс), **хімічну** (кисень, іонізація, оксиди, хімічна реакція), **біологічну** (рецептор, клітика, гомеостаз, мезодерма), **музичну** (октава, квінтет, акорд, гармоніка), **спортивну** (ферзевий гамбіт, гросмейстер, аут, тайм, сет, раунд) тощо.

Серед системи термінів кожної галузі вирізняють дві складові – **термінологію** і **терміносистему**.

Термінологія – це:

– сукупність термінів, тобто слів або словосполучень, що визначають специфічні поняття певної галузі науки, техніки чи мистецтва, а також сукупність усіх термінів, наявних у тій чи іншій мові; від звичайних слів терміни відрізняються точністю семантичних меж;

– розділ лексикології, який вивчає терміни різних галузей знань. Наприклад, можемо говорити про англійську, польську, російську, українську та інші термінології, а також про термінологію математичну, юридичну, хімічну, технічну тощо.

Система термінів певної галузі, підгалузі наукового або технічного знання, що обслуговує наукову теорію або наукову концепцію називається **терміносистемою**.

Системність термінології зумовлена двома типами зв'язків, які надають їй системного характеру, а саме:

– логічним (якщо між поняттями певної галузі науки існують системні логічні зв'язки – а вони є в кожній науці, – то терміни, які називають ці поняття, мають теж бути системно пов'язаними);

– мовним (хоча терміни позначають наукові поняття, вони залишаються одиницями природної людської мови, а відповідно їм властиві всі ті зв'язки, які характерні для загальноновживаних слів – синонімічні, антонімічні, словотвірні, полісемічні, граматичні, родо-видові тощо).

Термінологія – це не хаотична сукупність слів, а організована на логічному й мовному рівні система спеціальних назв.

Науку, що вивчає термінологію, називають **термінознавством**. Біля витоків творення української термінології стояли науковці І. Верхратський, В. Левицький, О. Курило, О. Огоновський, І. Пулюй та інші. Вони доклали багато зусиль до вироблення фахової термінології з різних наукових і технічних ділянок, прагнули до того, щоб вона була всеукраїнською та поєднувала елементи власне національного і міжнародного.

Незважаючи на відмінності й багатогранність сучасних галузей наукового знання і властивих їм понять, існує низка спільних ознак, які визначають суть терміна як особливої мовної одиниці.

Основні ознаки терміна:

– **системність**: кожний термін входить до певної терміносистеми, у якій має термінологічне значення, а за її межами може мати зовсім інше;

– **точність**: термін повинен якнайповніше і найточніше передавати зміст поняття, яке він позначає; неточність може бути джерелом непорозумінь між фахівцями;

– **прагнення до однозначності** у межах своєї терміносистеми: якщо більшість слів загальноповживаної мови багатозначні, то більшість термінів – однозначні, це зумовлено їх призначенням, але повністю усунути багатозначність (найчастіше двозначність) не вдається;

– **наявність дефініції**: кожний науковий термін має дефініцію (означення), яка чітко окреслює, обмежує його значення.

Деякі термінознавці називають і такі ознаки (або вимоги) терміна: **нейтральність, відсутність емоційно-експресивного забарвлення, відсутність синонімів, інтернаціональний характер, стислість, відкритість і динамізм системи**, що виявляється у процесах термінологізації, ре- і детермінологізації, постійному поповненні системи новими термінами; **прозорість внутрішньої форми терміна**, що поліпшує його сприйняття і збереження у терміносистемі.

Термінологія виконує такі **основні функції**:

– позначає наукові поняття;

– задовольняє потреби спілкування фахівців (за умови, якщо вона є загальноприйнятою, унормованою, відповідає вимогам до термінів).

Кодифікація термінів – це систематизація термінів у словниках, довідниках, що орієнтують мовців на правильне їх використання.

Значення термінів зафіксовано у спеціальних словниках, довідниках. Розрізняють такі їх види: **словники**

терміносистем, затверджені у вигляді стандартів; **словники термінології** (універсальні енциклопедії, галузеві енциклопедії, галузеві термінологічні словники).

Перекладні словники – найпоширеніший тип сучасних термінологічних словників. Серед двомовних термінологічних словників поряд з російсько-українськими найчастотнішими є англійсько-українські, латинсько-українські тощо, окрім того, ще укладають тримовні, значно рідше – чотири й семимовні.

Енциклопедично-довідкові словники фіксують терміни, подають пояснення наукових понять. Словникова стаття в лексикографічних працях такого типу складається з двох частин – назви поняття і його означення (дефініції).

Тлумачно-перекладні словники – це праці змішаного типу, які перекладають термін іноземною мовою (або кількома мовами) і подають його тлумачення.

Кілька років тому увагу лінгвістів, перекладачів, самих лексикографів та пересічних громадян, які мають справу з іноземною мовою привернули електронні словники. **Електронний словник** – комп'ютерна база даних, що містить особливим чином закодовані словникові статті, які дозволяють добирати потрібні слова, часто з урахуванням морфологічних форм і особливостей поєднання їх.

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 обов'язкова для вживання в офіційних, наукових, ділових, виробничих текстах.

Основи стандартизації термінів було закладено в Німеччині у кінці XIX – на початку XX ст., коли виникла потреба впорядкувати її, виявити межі галузевих

термінологій, уточнити значення кожного терміна. Теоретичні основи стандартизації термінів розробив німецький учений В. Вюстер.

Галузеві терміносистеми взаємодіють одна з одною, мають спільний термінологічний фонд. Ізольованих терміносистем немає, вони містять уніфіковані щодо норм сучасної мови терміни на міжгалузевому рівні.

Залежно від ступеня спеціалізації значення терміни переділяються на три групи:

1. Загальнонаукові терміни, які вживаються майже в усіх галузевих термінологіях, наприклад: *система, тенденція, закон, концепція, теорія, аналіз, синтез* тощо. Варто зауважити, що такі терміни в межах певної термінології можуть конкретизувати своє значення, наприклад: *мовна система, закони милозвучності, теорія походження мови*. До цієї категорії відносять і загально-технічну термінологію (*машина, пристрій, агрегат*).

2. Міжгалузеві терміни – це терміни, які використовуються в кількох споріднених або й віддалених галузях (економічна наука має термінологію, спільну з іншими соціальними, природничими науками, наприклад: *амортизація, екологічні витрати, санація, технополіс, приватна власність*).

3. Вузькоспеціальні терміни – це слова чи словосполучення, що позначають поняття, які відображають специфіку конкретної галузі, наприклад: *авантитул, аграф, боковик, вакат, привка, ретуш*.

Українська наукова мова має давні традиції термінотворення, її терміносистеми формувалися на власній мовній основі, засвоюючи те, що вже було напрацьовано. Співвідношення національного та міжнародного було й залишається каркасом у концептуальному підході до цього процесу.

Для термінологічної системи характерні такі **способи творення**:

- морфологічний спосіб (за відповідними словотвірними моделями);
- семантичний спосіб (реалізується за допомогою розвитку спеціальних значень у словах природної мови);
- різні типи запозичень (словотвірне та семантичне калькування).

Наукові терміни української мови утворюються такими основними способами:

- **вторинна номінація** – використання наявного в мові слова для називання наукового поняття: *споживчий кошук, водяний знак, власний заголовок, ритмічна структура книги, сатиновий друк, чиста конкуренція, відчуження, ринок праці*;

- **словотвірний** – утворення термінів за допомогою префіксів (*надвиробництво, пересупозиція*), суфіксів (*маркування, гумування, оборотність*), складанням слів і основ (*адрес-календар, гальванокліше, літературознавство, держава-монополія, матеріаломісткість*), скороченням слів (*СЄЗ – спеціальні економічні зони*);

- **синтаксичний** – використання словосполук для називання наукових понять: *вихідні відомості, основний текст, академічне видання, спільний множник, зустрічний позов, державне замовлення, капіталодефіцитні країни*;

- **запозичення** – називання наукового поняття іншомовним словом: *контролінг, ліверидж, бюргшафт, дисиміляція*.

Прийчини запозичення термінів різноманітні, а саме:

- запозичення терміна разом з новим поняттям: *бонус – додаткова винагорода, додаткова цінова знижка, комісійна винагорода*;

- паралельне використання власного і запозиченого терміна в різних сферах (наприклад, науковій і

навчальній): *рамбурсувати* – повертати борг; *імпорт* – ввіз; *асиміляція* – уподібнення; *лабіалізація* – огублення;

– пошук досконалішого терміна, внаслідок чого паралельно функціонують запозичені і власні: *пролонгація* – продовження терміну чинності угоди; *інтерстелярний* – міжзоряний; *бартер* – прямий безгрошовий обмін товарами;

– відсутність досконалого власного терміна, який би відповідав сучасним вимогам: *ліквідат* – юридична особа-боржник, до якої висунуто фінансові вимоги у зв'язку з її ліквідацією.

Терміни різноманітні за структурою, походженням і способами творення. **За структурними моделями** терміни поділяють на:

– однокомпонентні терміни, наприклад: *паритет*, *резолюція*, *субстрат*, *пара лінгвістика*;

– двокомпонентні терміни – найчастіше це словосполучення іменник + іменник, наприклад: *ректифікація кордону*, *стратегія спілкування*, *дискурс культури*, *універсалії культури*; або прикметник + іменник, наприклад: *унітарна держава*, *цивільна відповідальність*;

– трикомпонентні конструкції, до складу яких можуть входити прийменники:

а) прикметник + прикметник + іменник, наприклад: *щільні приголосні звуки*, *вільна економічна зона*, *центральна виборча комісія*;

б) прикметник + іменник + іменник, наприклад: *структурний тип речення*, *адитивний синтез кольору*, *маскультурний код мови*, *пасивний словник мовця*;

в) іменник + прикметник + іменник, наприклад: *форма релігійного світогляду*, *речення з однорідними членами*, *ревізія міжнародного договору*, *теорія лінгвістичної відносності*;

г) іменник + іменник + іменник, наприклад: *категорія числа іменника*, *позолота обрізів видання*;

– багатокомпонентні аналітичні терміни, що мають чотири і більше компоненти, наприклад: *автоматичний стапельний приймальний пристрій, визначення авторських і суміжних прав*.

Національна мовна система будь-якої галузі знань неоднорідна за походженням, оскільки в її основі закладена універсальна греко-латинська система терміноелементів, яка в кожній мові специфічно асимілюється, з урахуванням особливостей фонетичної, орфографічної, граматичної, лексичної системи літературної мови. Схематично її можна представити сукупністю універсальних (інтернаціональних), питомих (національних), чужорідних (іншомовних), унікальних (безеквівалентних) та okazіональних (екзотичних) термінологічних одиниць, а також специфічної системи символів та інших екстралінгвістичних компонентів.

Розвиток новітньої української термінології тісно пов'язаний з характером сучасної науки. Із середини ХХ століття цей процес набув значних масштабів, кількість опублікованих у наукових часописах світу статей тепер подвоюється кожні 12-15 років. Це означає, що для опрацювання нових публікацій навіть у вузькій галузі потрібні доведені до автоматизму навички перекодування наукової інформації зі світових мов, зокрема англійської.

Означене завдання легше розв'язувати тоді, коли існує певна традиція терміновжитку. Історія розвитку різних галузей знань засвідчує, що найчастіше перевагу надають терміну, що найдовше використовується, часто всупереч національним традиціям.

Сучасну українську ситуацію в галузі термінологічного нормування ускладнює та обставина, що серед теоретиків і практиків термінотворення є прихильники принаймні двох традицій, кожна з яких передбачає різний національнокультурний вибір: одні

зорієнтовані на використання усіх наявних в українській мові способів і засобів, а інші віддають перевагу калькуванню з російської мови.

Дискусії на численних термінологічних конференціях останніх років констатують, що чи не найважливішою проблемою сучасного українського термінознавства залишається питання збереження національного духу української термінології за умов широких глобалізаційних процесів сучасності. Полеміка відбувається з приводу найбільш прийнятних назв спеціальних понять з низки дублетних найменувань, а також щодо способів і засобів лексикографічного опрацювання й стандартування номінацій процесових понять, словотвірна структура яких відрізняється від аналогічних термінів інших слов'янських мов, насамперед російської.

Багато українських учених, особливо в різних галузях науково-технічних знань, отримують інформацію з російської наукової літератури. Разом із цим вони запозичують і мовні форми, забуваючи про те, що пропонований термін має органічно вписуватися за формою і звучанням в українську мову, підлягати внутрішнім її законам.

Автори сучасних російсько-українських термінологічних словників досягли успіхів у процесі творення та перекладу термінів, семантичний обсяг яких в обох мовах не збігається.

Окрім зросійщення, в українському науковому мовному середовищі виникла нова загроза, яку В. Радчук з гіркотою назвав «укрлиш», тобто українська «інглиш», український варіант англійської мови.

Англіцизми, тобто слова і словосполучення запозичені з англійської мови або утворені за її взірцями, активно почали поповнювати лексику української мови наприкінці ХХ століття. Англіцизм, як і будь-яке інше запозичене

слово, доречний, якщо він позначає поняття, що з різних причин ще не назване засобами української мови або в ній відсутній рівнозначний відповідник. У науковій сфері вони найбільше вплинули на термінологію гуманітарних наук, менше – природничих.

Представники наймолодшого і середнього покоління українських учених і політиків залюбки вводять у свої тексти модні англомовні замітники загальновживаних слів: *креативний* замість *творчий*, *латентний* – *прихований* тощо. Це схоже на данину моді і сподівання на приховування думки без достатньої глибини проникання у зміст аналізованої проблеми, частково – це своєрідний науковий жаргон, засіб упізнавання своїх, а нерідко ще й невміння перекласти українською англомовні слова чи словосполучення.

Берегти українське мовне довілля сьогодні означає не тільки шукати способи і засоби уникнення російських термінів, а й запобігати вжитку англіцизмів. Адже так формується почуття меншовартості рідної мови, її неспроможності обслуговувати найвищі прояви людського духу, до яких, безсумнівно, належать ділова і наукова сфери.

ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ І КАТЕГОРІЇ ТЕМИ

Вторинна номінація – використання наявного в мові слова для називання наукового поняття.

Вузькоспеціальний термін – слово чи словосполучення, що позначає поняття, яке відображає специфіку конкретної галузі.

Електронний словник – комп'ютерна база даних, що містить особливим чином закодовані словникові статті, які дозволяють добирати потрібні слова, часто з урахуванням морфологічних форм і особливостей поєднання їх.

Енциклопедично-довідковий словник – словник, який фіксує терміни, подає пояснення наукових понять.

Загальнонауковий термін – термін, що вживається майже в усіх галузевих термінологіях.

Запозичення – називання наукового поняття іншомовним словом.

Кодифікація термінів – систематизація термінів у словниках, довідниках, що орієнтують мовців на правильне їх використання.

Міжгалузевий термін – термін, який використовується в кількох споріднених або й віддалених галузях (економічна наука має термінологію, спільну з іншими соціальними, природничими науками).

Наявність дефініції терміна – ознака, за якою кожен науковий термін має дефініцію (означення), яка чітко окреслює, обмежує його значення.

Перекладний словник – найпоширеніший тип сучасних термінологічних словників, у якому реєстрове слово в різних його значеннях перекладається відповідниками іншої мови.

Прагнення до однозначності терміна – ознака, зумовлена призначенням терміна, за якою більшість їх є однозначними.

Синтаксичний спосіб творення термінів – використання певних словосполук для називання наукових понять.

Системність терміна – функціонування терміна у певній терміносистемі, у якій він має термінологічне значення.

Словотвірний спосіб творення термінів – утворення термінів за допомогою префіксів, суфіксів, складанням слів і основ, скороченням слів.

Стандартизація термінології – вироблення термінів-еталонів, термінів-зразків, унормування

термінології в межах однієї країни (якщо це національний стандарт) або в межах групи країн (якщо це міжнародний стандарт).

Термін – слово чи словосполучення, що чітко й однозначно позначає певне поняття в будь-якій галузі й має точну сферу використання.

Термінознавство – наука, що вивчає термінологію.

Термінологія – сукупність термінів, тобто слів або словосполучень, що визначають специфічні поняття певної галузі науки, техніки чи мистецтва, а також сукупність усіх термінів, наявних у тій чи іншій мові; від звичайних слів терміни відрізняються точністю семантичних меж; розділ лексикології, який вивчає терміни різних галузей знань.

Терміносистема – система термінів певної галузі, підгалузі наукового або технічного знання, що обслуговує наукову теорію або наукову концепцію.

Тлумачно-перекладний словник – праця змішаного типу, у якій термін перекладають іноземною мовою (або кількома мовами) і подають його тлумачення.

Точність терміна – ознака, за якою термін повинен якнайповніше і найточніше передавати зміст поняття, яке він позначає.

У процесі підготовки теоретичного матеріалу до теми було використано таку літературу: 7; 16; 19; 23; 25; 31; 46; 55; 62; 64; 67; 82; 97.

ПИТАННЯ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ

1. Термін та його ознаки. Термінологія як система.
2. Загальногалузева, міжгалузева і вузькоспеціальна термінологія.
3. Способи творення термінів.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Випишіть зі словника фахових термінів 10 понять, розкрийте їх значення, визначте структуру та спосіб творення.

Завдання 2. Доведіть, що слово «освіта» не є терміном. Назвіть відомі Вам словосполучення із цим словом.

Завдання 3. Доберіть 15 термінів, до складу яких входять інтернаціональні словотвірні елементи: авто-, анти-, гіпер-, гіпо-, інтер-, мета-, мега-, моно-, нео-, пост-, прото-, псевдо-, суб-, екстра-, інтра-.

Завдання 4. Назвіть спільне й відмінне в побудові тлумачного словника, словника іншомовних слів, термінологічного словника. Наведіть приклади словникових статей із них на одне й те ж слово.

ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Завдання 1. Визначте, до якої групи термінологічної лексики належать слова. Порівняйте значення термінів гіпотеза, гедонізм, семіотика у філософії, психології, мовознавстві.

Апріорі, амонія, аскеза, герменевтика, парадокс, аура, архетип, міф, нація, підсвідоме, рецептор, раціоналізація, медитація, ратифікація, рефлексія, феномен, структуралізм, філогенез, плюралізм, антиномія, епіблема, інвестиція, конкуренція, вектор, постулат, стандарт, кодекс.

Завдання 2. Перекладіть українською мовою терміни. Послугуючись термінологічним словником, з'ясуйте значення виділених слів.

*Деление (действие), деление (на части, шкалы), извлекать корень, **обильный**, отклонение (результат), отклонение (действие), зеркальное отображение, отображение (воспроизведение), получают (о результате), получают (о значении, форме), счет (действие), счет (вычисление), азотноватистокислый, загуститель, **конгломерат**, емкость, заблуждение, лишение, обременение, **юрисдикция**, **аккредитация**, реорганизация, приложение.*

Завдання 3. Складіть перелік перекладних, енциклопедично-довідкових, тлумачно-перекладних словників Вашого майбутнього фаху, які вийшли друком за останні 15 років. Наведіть приклади словникових статей із тлумачно-перекладного словника.

Завдання 4. Укладіть словник термінів Вашої майбутньої професії. Оформіть анотацію. Зробіть презентацію словника.

Завдання 5. Випишіть зі словника 10 термінів іншомовного походження (відповідно до фаху). З'ясуйте їх значення та поясніть написання. Доберіть українські відповідники.

ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1. Підготуйте інтерв'ю на тему заняття.

Завдання 2. Підготуйте прес-реліз на тему заняття.

Завдання 3. Підготуйте інформ-дайджест на тему заняття.

ЗАВДАННЯ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Завдання 1. Напишіть наукову статтю в один зі збірників наукових праць (можна студентських) про проблеми сучасного українського термінотворення і терміновживання.

Завдання 2. Зробіть презентацію до статті на наукову конференцію.

РЕФЕРАТИВНІ ЗАВДАННЯ

1. Напишіть реферат на одну із запропонованих тем:

- «Українська термінологія і національні культурні традиції».
- «Українська термінологія як чинник державності української мови».
- «Особливості розвитку термінолексики у XXI столітті».

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ТЕМИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Як називається слово або словосполучення, яке позначає поняття певної галузі знань?

- а) термін;
- б) професіоналізм;
- в) неологізм;
- г) архаїзм.

2. Яку назву має сукупність термінів певної мови або певної галузі?

- а) терміносистема;
- б) термінологія;
- в) термінознавство;
- г) термінотворення.

3. Як називається процес систематизації термінів у словниках?

- а) модифікація термінів;
- б) номінація термінів;
- в) кодифікація термінів;
- г) фіксація термінів.

4. Як називається називання наукового поняття іншомовним словом?

- а) калькування;
- б) перифраз;
- в) термінотворення;
- г) запозичення.

5. Які способи творення характерні для термінологічної системи?

- а) морфологічний, семантичний, різні типи запозичень;
- б) фонетичний, синтаксичний, лексичний;
- в) синтаксичний, лексичний, різні типи запозичень;
- г) морфологічний, фонетичний, синтаксичний.

6. Які існують терміни, окрім звичайних?

- а) терміни-дублети;
- б) терміни-неологізми (нові або маловідомі);
- в) терміни-дублети і терміни-неологізми;
- г) міжмовні терміни.

7. Які ознаки термінів?

- а) системність;
- б) наявність значення;
- в) стилістична нейтральність;
- г) усі варіанти відповідей вірні.

8. Як називається підмножина термінів, яка відображає поняття, що утворились і функціонують у кожній галузі стихійно?

- а) термінологія;
- б) терміносистема;
- в) номенклатурні назви;
- г) загальноновживана лексика.

9. Як називаються терміни, які використовуються в кількох споріднених або й віддалених галузях?

- а) міжгалузові терміни;
- б) загальнонаукові терміни;
- в) загальноновживані терміни;
- г) вузькогалузові терміни.

10. Які терміни вживаються практично в усіх галузевих термінологіях?

- а) міжгалузові терміни;
- б) загальнонаукові терміни;
- в) загальноновживані терміни;
- г) вузькогалузові терміни.

**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДО ТЕМИ**

ОСНОВНА:

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

2. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

4. Дяков А.С. Основи термінотворення : семантичні та соціолінгвістичні аспекти : [монографія] / Дяков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. – К. : Видавничий дім «КМ Academia», 2000. – 218 с.

5. Зарицький М.С. Актуальні проблеми українського термінознавства : [підручник] / Зарицький М.С. – К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка» ; ТОВ «Періодика», 2004. – 128 с.

6. Коломієць М.П. Словник іншомовних слів / М.П. Коломієць, Л.В. Молодова. – К. : Освіта, 1998. – 190 с.

7. Панько Т.І. Українське термінознавство : [підручник] / Панько Т.І., Кочан І.М., Мацюк Г.П. – Л. : Світ, 1994. – 216 с.

8. Полюга Л.М. Словник синонімів української мови / Полюга Л.М. – К. : Довіра, 2006. – 477 с.

9. Сербенська О.А. Сучасна українська термінографія і проблеми екології мови / О.А. Сербенська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2002. – № 453. – С. 17–20.

10. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.

ДОДАТКОВА:

1. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

2. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

3. Семенов О.М. Культура наукової української мови : [навчальний посібник] / Семенов О.М. – К. : Видавничий центр «Академія», 2010. – 216 с.

4. Середняцька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / А.Я. Середняцька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 299 с.

5. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.

6. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

7. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

8. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Видавництво «Алерта», 2011. – 306 с.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕМИ 12

У процесі вивчення теми *«Українська термінологія у професійному спілкуванні»* рекомендується:

– опрацювати теоретичний матеріал, основну й додаткову літературу до теми;

– ознайомитися з основними поняттями й категоріями теми, а саме: вторинна номінація, вузькоспеціальний термін, електронний словник, енциклопедично-довідковий словник, загальнонауковий термін, запозичення, кодифікація термінів, міжгалузевий термін, наявність дефініції терміна, перекладний словник, прагнення до однозначності терміна, синтаксичний спосіб творення термінів, системність терміна, словотвірний спосіб творення термінів, стандартизація термінології,

термін, термінознавство, термінологія, терміносистема, тлумачно-перекладний словник, точність терміна та ін.;

- зробити короткий конспект з відповідями на питання для обговорення;

- у процесі виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру користуватися словниками різних типів та довідниками;

- завдання для самостійної роботи виконати в повному обсязі й подати на перевірку викладачу в окремому зошиті; думки викладати лаконічно, точно, змістовно й обґрунтовано;

- із трьох запропонованих індивідуальних навчально-дослідницьких завдань виконати одне (на вибір), дотримуючись правил підготовки інтерв'ю, прес-релізу чи інформ-дайджесту;

- завдання науково-дослідницького характеру виконати 2-3 студентам групи із дотриманням вимог до написання й оформлення наукових статей. Після схвальної рецензії керівника, статтю подати до друку в одне зі студентських наукових видань.

- реферативні завдання оформити згідно вимог до робіт такого типу;

- тестові завдання для самоконтролю оформити у вигляді таблиці, у якій правильну відповідь виділити іншим кольором, наприклад:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
а	а	а	а	а	а	а	а	а	а
б	б	б	б	б	б	б	б	б	б
в	в	в	в	в	в	в	в	в	в
г	г	г	г	г	г	г	г	г	г

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андреева В.И. Делопроизводство : Требования к документообороту фирмы / Андреева В.И. – М. : АО «Бизнес-иск. Интел-Синтез», 1995. – 224 с.
2. Баженова Е.А. Научный текст в аспекте политекстуальности / Баженова Е.А. – Пермь : Издательство Пермского университета, 2001. – 272 с.
3. Балко М.В. Мовна політика в сучасній Україні : основні проблеми та пошук шляхів їх вирішення / М.В. Балко // Лінгвістичні студії : збірник наукових праць. – Донецьк : ДонМУ, 2009. – С. 8–11.
4. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2009. – 376 с.
5. Ботвина Н.В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : [навчальний посібник] / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 1998. – 190 с.
6. Вандишев В.М. Риторика : екскурс в історію вчень і понять : [навчальний посібник] / Вандишев В.М. – К. : Кондор, 2003. – 264 с.
7. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
8. Веселов П.В. Аксиомы делового письма : Культура делового общения и официальной переписки / Веселов П.В. – М. : Центр «Маркетинг», 1993. – 64 с.
9. Веселов П.В. Современное деловое письмо в промышленности / Веселов П.В. – М. : Стандарты, 1990. – 160 с.
10. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови : [навчальний посібник] / Волкотруб Г.Й. – К. : МАУП, 2002. – 208 с.
11. Выготский Л.С. Собрание сочинений : в 6 т. / Л.С. Выготский. – М. : Педагогика, 1982. – Т. 2. :

Проблемы общей психологии (Воображение и его развитие в детском возрасте). – 504 с.

12. Гальперин И.Р. Научный текст как объект лингвистического исследования / Гальперин И.Р. – М. : Наука, 1999. – 139 с.

13. Глущик С.В. Сучасні ділові папери : [навчальний посібник] / Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. – К. : Арій, 2009. – 512 с.

14. Головащук С.І. Російсько-український словник сталих словосполучень / Головащук С.І. – К. : Наукова думка, 2001. – 638 с.

15. Головащук С.І. Словник наголосів української мови / Головащук С.І. – К. : Наукова думка, 2003. – 320 с.

16. Головащук С.І. Словник-довідник з українського слововживання / Головащук С.І. – К. : Наукова думка, 2004. – 448 с.

17. Голуб Н.Б. Риторика у вищій школі : [монографія] / Голуб Н.Б. – Черкаси : Брама-Україна, 2008. – 400 с.

18. Гринчишин Д.Г. Словник паронімів української мови / Д.Г. Гринчишин, О.А. Сербенська. – К. : Рад. школа, 1986. – 222 с.

19. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Гриценко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.

20. Даниленко В.П. Теоретичні та прикладні аспекти нормалізації наукової термінології / В.П. Даниленко, Л.І. Скворцов // Мовознавство. – 1980. – № 6. – С. 16–21.

21. Діденко А.Н. Сучасне діловодство : [навчальний посібник] / Діденко А.Н. – К. : Либідь, 2004. – 384 с.

22. Ділова українська мова : навчальний посібник / [за ред. О.Д. Горбула]. – К. : Знання, 2008. – 222 с.

23. Дротянко Л.Г. Наукова і побутова мови у процесі взаємопроникнення культур / Л.Г. Дротянко // Вісник НАН України. – 2005. – № 11. – С. 51–58.

24. Дяков А.С. Основи термінотворення : семантичні та соціолінгвістичні аспекти : [монографія] / Дяков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. – К. : Видавничий дім «КМ Academia», 2000. – 218 с.

25. Етимологічний словник української мови : в 7 т. / [редкол. : О.С. Мельничук (гол. ред.) та ін.]. – К. : Наукова думка, 1982–2006. – Т. 1–7.

26. Зарицький М.С. Актуальні проблеми українського термінознавства : [підручник] / Зарицький М.С. – К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка» ; ТОВ «Періодика», 2004. – 128 с.

27. Зінкевич-Томанек Б. Короткий практичний словник аббревіатур та скорочень української мови / Зінкевич-Томанек Б., Григор'єв О., Прихода Я. – Краків : [б. в.], 1997. – 261 с.

28. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова / Зубков М.Г. – Х. : Торсінг, 2004. – 448 с.

29. Иванов Л.Ю. Текст научной дискуссии : Дейксис и оценка / Иванов Л.Ю. – М. : НИП «2Р», 2002. – 208 с.

30. Иванова Т.В. Муніципальне діловодство : [навчальний посібник] / Т.В. Иванова, Л.П. Піддубна. – К. : Либідь, 2004. – 312 с.

31. Інверсійний словник української мови / [за ред. С.П. Бевзенка]. – К. : Наукова думка, 1989. – 811 с.

32. Кияк Т.Р. Функції та переклад у фахових текстах / Т.Р. Кияк // Вісник Житомирського державного університету імені І. Франка. – 2007. – Вип. 32. – С. 104–105.

33. Коваль А.П. Науковий стиль сучасної української літературної мови. Структура наукового тексту / Коваль А.П. – К. : Наукова думка, 1970. – 306 с.

34. Когут О.І. Основи ораторського мистецтва : [практикум] / Когут О.І. – Тернопіль : Астон, 2005. – 296 с.

35. Корж А.В. Українська мова професійного спрямування : [навчальний посібник] / Корж А.В. – К. : Правова єдність, 2009. – 293 с.

36. Кочерган М.П. Словник російсько-українських міжмовних омонімів («фальшиві друзі перекладача») / Кочерган М.П. – К. : Академія, 1997. – 245 с.

37. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги–ХХІ, 2006. – 496 с.

38. Мамрак А.В. Українське документування : мова та стиль : [навчальний посібник] / Мамрак А.В. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 369 с.

39. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – 352 с.

40. Мацько Л.І. Культура фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.

41. Мацько Л.І. Риторика : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с.

42. Мацько Л.І. Стилїстика української мови : [підручник] / Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.

43. Михайлюк В.О. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / Михайлюк В.О. – К. : ВД «Професіонал», 2005. – 496 с.

44. Морозов А.В. Деловая психология : курс лекций : учебник [для высших и средних специальных учебных заведений] / Морозов А.В. – СПб. : Издательство «Союз», 2002. – 576 с.

45. Музыкант В.Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями / Музыкант В.Л. – М. : Эксмо, 2008. – 832 с.

46. Муравицька М.П. Концепція асоціативного словника української мови / М.П. Муравицька // Наукові записки КДПІ. – К. : КДПІ, 1992. – С. 268–269.

47. Непийвода Н.Ф. Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект) / Непийвода Н.Ф. – К. : Міжнародна фінансова агенція, 1997. – 303 с.

48. Непийвода Н.Ф. Проект програми з основ професійної мовної підготовки / Н.Ф. Непийвода // Вісник Сумського державного університету. – 2004. – № 1 (60). – С. 13–18.

49. Новий тлумачний словник української мови : у 4 т. / [уклад. : В.В. Яременко, О.М. Сліпущко]. – К. : Аконіт, 1998. – Т. 1–4.

50. Онуфрієнко Г.С. Науковий стиль української мови : [навчальний посібник з алгоритмічними приписами] / Онуфрієнко Г.С. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 392 с.

51. Орфоепічний словник української мови : у 2 т. / [уклад. : М.М. Пешак та ін.]. – К. : [б. в.], 2001. – 955 с.

52. Основи наукового мовлення : навчально-методичний посібник / [уклад. Т.В. Симоненко]. – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2005. – 80 с.

53. Палеха Ю.І. Ділова етика : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2002. – 180 с.

54. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.

55. Палеха Ю.І. Управлінське документування : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2001. – 298 с.

56. Панько Т.І. Українське термінознавство : [підручник] / Панько Т.І., Кочан І.М., Мацюк Г.П. – Л. : Світ, 1994. – 216 с.

57. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.
58. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.
59. Полюга Л.М. Словник антонімів / Полюга Л.М. – К. : Довіра, 1999. – 275 с.
60. Пономарів О.Д. Культура слова : Мовнотилістичні поради : [навчальний посібник] / Пономарів О.Д. – К. : Либідь, 2001. – 240 с.
61. Радевич-Винницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Винницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
62. Радзівєвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Радзівєвська Т.В. – К. : НАН України, 1998. – 194 с.
63. Радчук В.Д. Плекаємо укрлиш... Для кого? / В.Д. Радчук // Урок української. – 2003. – № 8–9. – С. 26–30.
64. Сагач Г.М. Ділова риторика : мистецтво риторичної комунікації : [навчальний посібник] / Сагач Г.М. – К. : Зоря, 2003. – 255 с.
65. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : [термінологічна енциклопедія] / Селіванова О.О. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
66. Семеног О.М. Культура наукової української мови : [навчальний посібник] / Семеног О.М. – К. : Видавничий центр «Академія», 2010. – 216 с.
67. Сербенська О. Екологія українського слова : [практичний словничок-довідник] / О. Сербенська, М. Білоус. – Л. : Видавничий центр ЛНУ, 2003. – 68 с.
68. Сербенська О.А. Сучасна українська термінографія і проблеми екології мови / О.А. Сербенська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2002. – № 453. – С. 17–20.

69. Середницька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням : [навчальний посібник] / А.Я. Середницька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 211 с.
70. Словник іншомовних слів / [за ред. О.С. Мельничука]. – К. : УРЕ, 1974. – 775 с.
71. Словник синонімів української мови : у 2 т. / [А.А. Бурячок, Г.М. Гнатюк, С.І. Головащук]. – К. : Наукова думка, 1999–2000. – Т. 1–2.
72. Словник скорочень в українській мові / [за ред. Л.С. Паламарчука]. – К. : Вища школа, 1988. – 512 с.
73. Словник української мови : в 11 т. / [за ред. І.К. Білодіда]. – К. : Наукова думка, 1970–1980. – Т. 1–11.
74. Словник української мови XVI – першої половини XVII ст. : у 28 вип. / [ред. кол. Д. Гринчишин (від. ред.), У. Єдлінська, Я. Закревська, Р. Керста та ін.]. – Л. : [б. в.], 1994–2004. – Т. 1–28.
75. Стадник В.В. Менеджмент : [підручник] / В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К. : Академвидав, 2007. – 472 с.
76. Стахів М.О. Український комунікативний етикет : [навчально-методичний посібник] / Стахів М.О. – К. : Знання, 2008. – 245 с.
77. Сурмін Ю.П. Науковий текст : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.
78. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.
79. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.
80. Теорія та історія світової і вітчизняної культури : курс лекцій / [А.К. Бичко, Б.І. Бичко, Н.О. Бондар та ін.]. – К. : Либідь, 1993. – 390 с.
81. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

82. Тюнюкова Е.В. Маркетинговые коммуникации / Е.В. Тюнюкова, А.В. Наумова. – Новороссийск : [б. и.], 2001. – 128 с.
83. Українська мова : енциклопедія / [ред. : В.М. Русанівський, О.О. Тараненко, М.П. Зяблюк]. – К. : Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.
84. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.
85. Філософський енциклопедичний словник / [редкол. : В.І. Шинкарук (голова)]. – К. : Абрис, 2002. – 742 с.
86. Фразеологічний словник української мови : у 2 т. / [уклад. : В.М. Білоноженко та ін.]. – К. : Наукова думка, 2003. – Т. 1. – 1104 с.
87. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.
88. Хоменко М.Ф. Посібник з діловодства / М.Ф. Хоменко, О.В. Грабарь. – К. : Генеза, 2003. – 104 с.
89. Цуруль О.А. Менеджмент у державних організаціях : [навчальний посібник] / Цуруль О.А. – К. : КНЕУ, 2002. – 142 с.
90. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : [навчальний посібник] / Чайка Г.Л. – К. : Знання, 2005. – 442 с.
91. Частотний словник сучасної української художньої прози : у 2 т. / [гол. ред. В.С. Перебийніс]. – К. : Наукова думка, 1981. – Т. 1. – 863 с. ; Т. 2. – 855 с.
92. Чмут Т.К. Етика ділового спілкування : [навчальний посібник] / Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка. – К. : Вікар, 2004. – 223 с.
93. Чулінда Л.І. Риторична майстерність : [посібник] / Л.І. Чулінда, І.С. Паримський. – К. : [б. в.], 2000. – 79 с.

94. Шавкун І.Г. Ділова комунікація : сутність та типологізація / І.Г. Шавкун // Гуманітарний вісник ЗДІА. – Запоріжжя, 2009. – Вип. 38. – С. 67–74.

95. Шарков Ф.И. Современные маркетинговые коммуникации : [словарь-справочник] / Шарков Ф.И. – М. : Альфа-Пресс, 2006. – 347 с.

96. Шевчук С.В. Ділове мовлення : модульний курс : [підручник] / Шевчук С.В. – К. : Літера ЛТД, 2003. – 448 с.

97. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Літера ЛТД, 2004. – 400 с.

98. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.

99. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [підручник] / Шевчук С.В. – К. : Атіка. – 592 с.

100. Шеломенцев В.М. Етика і сучасна культура спілкування / Шеломенцев В.М. – К. : Лібра, 2003. – 416 с.

101. Шкуратяна Н.Г. Культура мовлення на морфологічному рівні / Н.Г. Шкуратяна // Культура мовлення у процесі навчання. – Тернопіль : СМП «Астон», 1999. – С. 61–63.

102. Шкуратяна Н.Г. Українська літературна вимова як вияв високої культури особистості / Н.Г. Шкуратяна // Українська мова в процесі національно-культурного відродження України. – К. : КДПІ, 1993. – С. 72–74.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sum.in.ua/>.
2. Волощак М. Неправильно-правильно [Електронний ресурс] : довідник з українського слововживання / М. Волощак. – Режим доступу : <http://nepravylno-pravylno.wikidot.com/>.
3. Культура мови на щодень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kulturamovy.wikidot.com/about>.
4. Культура слова : мовностилістичні поради від Олександра Пономарева [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ponomariv-kultura-slova.wikidot.com/>.
5. Лінгвістичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mova.info/>.
6. Мацько Л.І. Риторика [Електронний ресурс] : навчальни посібник / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с. – Режим доступу : http://thelaw.at.ua/load/inshi_pidruchniki/oratorske_mistectvo/macko_ritorika_2003/58-1-0-275.
7. Мацько Л.І. Стилїстика української мови [Електронний ресурс] : підручник / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с. – Режим доступу : <http://freelib.in.ua/load/78-1-0-615>.
8. Нова Мова. Проект розвитку української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.novamova.com.ua>.
9. Російсько-український словник сталих словосполучень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ros-ukr-idioms.wikidot.com/peredmova>.
10. Семеног О.М. Культура наукової української мови [Електронний ресурс] / О.М. Семеног. – К. : Академія, 2010. – 216 с. – Режим доступу : <http://biblioteka-knig>.

net/yazykoznanie/19215-kultura_naukovo_ukransko_movi_-_semenog_o.html.

11. Словник термінів міжкультурної комунікації Ф.С. Бацевича [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://terminy-mizhkult-komunikacii.wikidot.com/peredmova>.

12. Українська мова професійного спілкування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1040101747600/dokumentoznavstvo/kultura_movi_kultura_movlennya_komunikativni_oznaki_kulturi_movlennya#63.

13. Український лінгвістичний портал. Словники України on-line : словозміна, синонімія, фразеологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lcorp.ulif.org.ua/dictua/>.

14. Уроки державної мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mova.kreschatic.kiev.ua>.

15. Як ми говоримо. Поради від Бориса Антоненка-Давидовича [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://yak-my-hovorymo.wikidot.com/>.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТІВ

Рефератом з дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації» є самостійно підготовлена письмова робота, оформлена відповідно до вимог.

Він пишеться українською мовою обсягом 12-15 сторінок формату А-4 комп'ютерного набору, із яких вступ і висновки займають не більше 2 сторінок (1+1).

Текст друкується з одного боку стандартного аркуша (береги: 3–2–2–1,5; міжрядковий інтервал – 1,5; кегль – 14; шрифт – Times New Roman; абзацний відступ – 1,25 см).

Покликання всередині тексту вказуються у квадратних дужках ([5, с. 146]); приклади та ілюстративний матеріал позначаються *курсивом*. У тексті реферату використовується така форма лапок та апострофа: «...», ' ; розрізняються графічні знаки «дефіс» (-) і «тире» (–).

Реферат пишеться на основі огляду однієї або декількох наукових робіт, згідно із запропонованою для виконання темою. Метою його є теоретичне ознайомлення з обраною проблемою дослідження на основі літературних джерел.

Дослідницька робота такого типу може бути двох видів: інформативна і наукова.

Інформативний реферат є стислим письмовим викладом змісту певної наукової праці (монографії, книги, статті). Науковий реферат – це короткий виклад проблеми, зроблений на основі огляду, дослідження наукових або інших джерел.

Реферат пишеться відповідно до самостійно розробленого плану, що є логіко-змістовим розв'язанням проблемного питання. Він повинен містити вступ,

основну частину, висновки та список використаних джерел. Основна частина має складатися з розділів і підрозділів, які розкривають теоретико-методологічне питання теми, аналіз досліджуваної проблеми або явища й обґрунтування висновків, висвітлюють системні напрацювання теорії і практики досліджуваного явища в певній послідовності.

Основними методами роботи над рефератом є : аналіз, порівняння, узагальнення (самостійні висновки).

Студент повинен уміти працювати з літературою, починаючи від її пошуку та закінчуючи оформленням списку використаних джерел.

РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ІЗ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»

Мета поточного контролю – оцінити ступінь засвоєння теоретичного і практичного матеріалу та рівень знань студентів з відповідних розділів дисципліни. Контроль має форму усного й письмового опитувань, колективних дискусій, обговорень та презентацій. Підсумковий контроль знань здійснюється наприкінці семестру шляхом складання іспиту (комп'ютерне тестування).

Результати поточного й підсумкового контролю знань студентів (систематичне й активне виконання практичних, індивідуальних і тестових завдань; написання рефератів, доповідей, наукових робіт) оцінюються в межах від 0 до 100 балів (у 100-бальній, національній та ECTS системах), у структурі яких:

- 50 балів – практичний модуль;
- 30 балів – теоретичний модуль (тестовий контроль);
- 20 балів – модуль самостійної роботи.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою (для екзамену, курсового проекту)
90 – 100	A	відмінно
82 – 89	B	добре
74 – 81	C	
64 – 73	D	задовільно
60 – 63	E	
35 – 59	FX	незадовільно (з можливістю повторного складання)
0 – 34	F	незадовільно (з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

Навчальний матеріал вважається засвоєним, якщо студент за всі види навчальної діяльності набрав від 60 до 100 балів.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ ТА ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАВДАНЬ НАВЧАЛЬНО- ПІЗНАВАЛЬНОГО ХАРАКТЕРУ

Практичний модуль включає різні види і форми роботи, що оцінюються викладачем, а саме:

- вибіркове усне опитування;
- фронтальне опитування у вигляді тестових завдань;
- письмове виконання практичних завдань навчально-пізнавального характеру;
- оцінка активності студента в процесі занять (внесення пропозицій, уточнень, доповнень попередніх відповідей тощо);
- підсумкова контрольна робота.

Теоретичні знання та практичні вміння і навички студента оцінюється в межах **від 0 до 4 балів** за наступними критеріями:

4 бали – практичні завдання навчально-пізнавального характеру виконані в повному обсязі. Студент виявляє особливі творчі й креативні здібності, демонструє глибокі знання навчального матеріалу, що міститься у лекціях, основній і додатковій рекомендованій літературі; уміє аналізувати явища, які вивчаються; чітко й лаконічно, логічно та послідовно відповідати на поставлені запитання; демонструє вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань; переконливо аргументує відповіді та ілюструє їх прикладами; бере активну участь в обговореннях проблем.

3 бали – практичні завдання навчально-пізнавального характеру виконані в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, але з певними помилками. Студент демонструє міцні ґрунтовні знання навчального матеріалу та застосовує їх на практиці; уміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію, наводити приклади; вільно розв'язує практичні завдання; вичерпно відповідає на додаткові запитання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна.

2 бали – практичні завдання навчально-пізнавального характеру виконані не в повному обсязі, частково самостійно. Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання та розуміння основних положень, але його знання загального характеру; у процесі оформлення ділових листів та інших форм і засобів письмової ділової комунікації допускає орфографічні, стилістичні та технічні помилки; з допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, серед яких значна кількість суттєвих.

1 бал – більшу частину практичних завдань навчально-пізнавального характеру не виконано. Студент володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу; не володіє термінологією, оскільки його понятійний апарат не сформований; не вміє застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань; допускає грубі помилки в оформленні ділових листів та інших форм і засобів письмової ділової комунікації.

Письмова контрольна робота з дисципліни складається із тестових завдань та теоретичних питань, які охоплюють програмовий матеріал дисципліни.

Контрольна робота оцінюється окремо в межах ***від 0 до 2 балів***.

Теоретичний модуль вважається виконаним, якщо студент під час комп'ютерного тестування отримав ***від 15 до 30 балів***.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ СТУДЕНТАМИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота студентів з навчальної дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації» оцінюється за наступними параметрами:

6 балів – завдання для самостійної роботи виконано в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, із наведенням прикладів і застосуванням методу аналізу та творчого підходу. Студент самостійно працює з науковою літературою; оцінює комунікативні явища, професійні ситуації; робить висновки; вміє формулювати й обґрунтовувати власну позицію; володіє правилами написання та підготовки виступів, доповідей, бесід; креативно підходить до їх підготовки; має комунікативні вміння і навички; прагне до самовдосконалення і саморозвитку.

5 балів – завдання для самостійної роботи виконано в повному обсязі, лаконічно, змістовно, обґрунтовано, але з певними помилками щодо викладу матеріалу та без наведення прикладів до окремих фактів і явищ. Студент працює із запропонованою науковою літературою; робить висновки; володіє правилами написання та підготовки виступів, доповідей, бесід і втілює їх у практику. Однак у процесі відтворення самостійно дібраного матеріалу простежується брак власних суджень, прояву креативності й ініціативності.

4 бали – завдання для самостійної роботи виконано в повному обсязі, але з порушенням логіки й послідовності викладу матеріалу та без ілюстрування прикладами. У роботі допускаються стилістичні помилки, неточне вживання термінів, довільне витлумачення фактів. Студент

працює із запропонованою науковою літературою, але аналізує її примітивно, без висвітлення власної позиції; володіє правилами написання та підготовки виступів, доповідей, бесід, але втілює їх у практику допускаючи грубі помилки та уникаючи використання фахової термінології.

3 бали – завдання для самостійної роботи виконано не в повному обсязі, частково самостійно і за певним зразком. Студент володіє матеріалом на початковому рівні, викладає його хаотично і необґрунтовано, без дотримання мовних норм; має фрагментарні навички роботи з науковими джерелами і не вміє робити висновки; володіє правилами написання та підготовки виступів, доповідей, бесід, але не втілює їх у практику; комунікативні вміння і навички мають низький рівень розвитку.

2 бали – виконано менше половини завдань для самостійної роботи. Матеріал фрагментарний, не систематизований, не ілюстрований прикладами, порушена структура викладу. Його основу складає необґрунтоване копіювання чужих думок, фраз і позицій. Студент не вміє працювати з науковими джерелами і робити власні висновки; не володіє правилами написання та підготовки виступів, доповідей, бесід; відсутній творчий компонент даного виду діяльності; комунікативні вміння і навички мають дуже низький рівень розвитку.

1 бал – більшу частину самостійних завдань не виконано. Студент лише частково володіє навчальним матеріалом, не вміє чітко, лаконічно й послідовно висвітлювати його; не працює з науковими і навчальними джерелами і не володіє правилами написання та підготовки виступів, доповідей, бесід; майже відсутні творчі та комунікативні уміння і навички.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ СТУДЕНТАМИ ЗАВДАНЬ НАУКОВО- ДОСЛІДНИЦЬКОГО ХАРАКТЕРУ

Наукова робота студента (завдання науково-дослідницького характеру) з навчальної дисципліни оцінюється в межах **від 0 до 6 балів** за наступними критеріями:

6 балів – завдання науково-дослідницького характеру виконано в повному обсязі. Студент самостійно написав наукову роботу, підготував її презентацію, взяв участь у Міжнародному чи Всеукраїнському конкурсі наукових робіт (Міжнародній чи Всеукраїнській студентській олімпіаді з профільних навчальних дисциплін) і посів призове місце (II тур).

5 балів – завдання науково-дослідницького характеру виконано в повному обсязі. Студент написав наукову роботу, взяв участь у Міжнародному чи Всеукраїнському конкурсі наукових робіт (Міжнародній чи Всеукраїнській студентській олімпіаді з профільних навчальних дисциплін) і посів призове місце (II тур), але не підготував презентації.

4 бали – завдання науково-дослідницького характеру виконано в повному обсязі. Студент написав наукову роботу, взяв участь у Міжнародному чи Всеукраїнському конкурсі наукових робіт (Міжнародній чи Всеукраїнській студентській олімпіаді з профільних навчальних дисциплін) (II тур), але не посів призового місця або одноосібно написав наукову статтю (тези) в одне із фахових періодичних видань чи збірників наукових праць, або розмістив наукові матеріали на інтернет-ресурсах ГО «Вікімедія Україна».

3 бали – завдання науково-дослідницького характеру виконано в повному обсязі. Студент написав наукову статтю (тези) в одне із фахових періодичних видань чи збірників наукових праць у співавторстві або виступив з доповіддю на Міжнародній чи Всеукраїнській конференції.

2 бали – завдання науково-дослідницького характеру виконано в повному обсязі. Студент написав доповідь, підготував презентацію і виступив з нею на конференції міжвузівського чи університетського рівня.

1 бал – завдання науково-дослідницького характеру виконано в повному обсязі. Студент написав доповідь і виступив з нею на конференції міжвузівського чи університетського рівня, але не підготував презентації.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ВИКОНАННЯ СТУДЕНТАМИ РЕФЕРАТИВНИХ ЗАВДАНЬ

Реферативна робота (реферат) з навчальної дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації» оцінюється в межах **від 0 до 2 балів** за наступними критеріями:

2 бали – здійснено ґрунтовний аналіз основних аспектів проблеми; використано сучасні джерела, у тому числі періодичні видання, монографії, які дають змогу висвітлити основні аспекти теми; матеріал добре структурований і логічно викладений; висновки відповідають завданням роботи, а оформлення – встановленим вимогам.

1,5 бала – здійснено аналіз основних аспектів проблеми; використано рекомендовану літературу до теми; матеріал добре структурований і логічно викладений; висновки відповідають завданням роботи, а оформлення – встановленим вимогам.

1 бал – теоретичний аналіз не повною мірою відповідає темі, меті й завданням роботи; використані джерела не дають можливості ґрунтовно розкрити проблему; висновки частково суперечать завданням роботи; оформлення відповідає правилам, але є певні недоліки.

0,5 бала – здійснений студентом аналіз не відповідає темі, меті й завданням роботи; не використано необхідну навчально-наукову літературу; висновки не відповідають завданням роботи, а оформлення – встановленим правилам.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ

МЕТА І ЗАВДАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота з дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації» є самостійним навчально-науковим дослідженням студента, яке виконується на одну із запропонованих тем. Означена робота допомагає студентові систематизувати отримані теоретичні знання із дисципліни, перевірити їх рівень; оволодіти основними навичками проведення сучасних досліджень.

Метою курсової роботи є:

- закріплення, поглиблення й узагальнення знань, одержаних студентами під час навчання;
- стимулювання студентів до самостійної роботи і наукового пошуку;
- формування дослідницьких та аналітичних умінь і навичок студентів;
- подальший розвиток навичок самостійного синтезу у процесі опрацювання першоджерел, монографічної й довідкової літератури, фахових журналів;
- розвиток умінь узагальнювати результати власних спостережень над теоретичним і практичним матеріалом з обраної теми.

Завдання курсової роботи:

- визначення, усвідомлення і вирішення конкретного фахового завдання;
- аналіз та узагальнення результатів роботи над відповідною проблемою;
- реалізація уміння працювати з навчальною, науковою, методичною та довідковою літературою; аналізувати й робити самостійні висновки.

Зміст курсової роботи має відповідати обраній темі, меті, поставленим завданням і плану, сучасному науковому рівню розроблення даної проблеми. Рецепція повинна мати логічну послідовність викладу матеріалу, стислість і точність формулювань, конкретність у презентації результатів, наукову обґрунтованість висновків, їх відповідність проблематиці роботи.

ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Важливим елементом написання курсової роботи є її тема, від правильного вибору якої залежить якість виконання дослідження.

Тему роботи, як правило, студент обирає самостійно з тематики, розробленої і затвердженої кафедрою професійної освіти з урахуванням власних дослідницьких інтересів.

Як виняток, студент сам може запропонувати актуальну проблему наукового дослідження. У такому випадку, за згодою наукового керівника, тема подається для затвердження на засідання кафедри професійної освіти, а після схвалення вноситься до кафедральної тематики.

Обрані студентами й узгоджені з науковими керівниками теми курсових робіт затверджуються на засіданні кафедри. Подальші зміни у їх формулюванні не допускаються.

Після цього студент повинен визначитися з об'єктом, предметом і метою наукового дослідження.

Для проведення ґрунтовного наукового аналізу з теми дослідження складається план, який дасть змогу виділити основні структурні елементи роботи. Формуючи його, студент показує вміння визначати головне, найістотніше у проблемі, а також дотримуватися послідовності у викладенні матеріалу.

Перелік питань, які розглядаються, повинні структуруватися за принципом від загального до конкретного, тобто вони мають бути єдиною системою, у якій кожне наступне питання розвиває і доповнює попереднє. Назви розділів, пунктів і підпунктів не повинні дублювати назву курсової роботи.

Добір матеріалу для дослідження студент здійснює самостійно, консультуючись із науковим керівником. Важливим етапом є визначення необхідних джерел, основної та додаткової літератури, яка містить матеріал, що стосується окремих питань курсової роботи, адже студент повинен дібрати найгрунтовніші праці для розкриття теми, відображення її новизни та характеризувати їх.

Безпосереднє керівництво написанням курсової роботи з дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації» здійснює науковий керівник із числа професорсько-викладацького складу кафедри професійної освіти.

Курсова робота має характеризуватися логічністю, доказовістю, аргументованістю і відповідати таким вимогам:

- містити аналіз досліджуваної теми;
- пропонувати обґрунтовані пропозиції щодо вдосконалення окремих напрямів діяльності досліджуваного об'єкта;
- бути належним чином оформленою;
- мати всі потрібні супровідні документи;
- бути виконаною і поданою на кафедру в термін, передбачений графіком навчального процесу.

Робота, яка не відповідає вимогам щодо змісту та оформлення, написана без дотримання затвердженого плану, не містить практичних матеріалів конкретного дослідження, обґрунтованих висновків, до захисту не допускається.

СТРУКТУРА, ЗМІСТ І ОБСЯГ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Зміст курсової роботи з дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації» повинен містити:

- обґрунтування теоретичних засад дослідження, його мети, завдань та перспективності, зазначення методів та джерел дослідження;
- визначення теоретичних засад дослідження (основних категорій, понять, закономірностей розвитку явища, яке вивчається, аналіз історії питання, документів, нормативних актів, інших джерел інформації);
- аналіз конкретної проблемної ситуації, формулювання пропозицій і рекомендацій та підтвердження їх логічними судженнями.

Розпочинаючи виконання курсової роботи, студенту варто чітко уявити її структуру та зміст. Усі складові рецепції повинні бути логічно взаємопов'язані та переконливо аргументовані.

Структура роботи, як правило, включає такі елементи:

- титульна сторінка (Додаток А);
- зміст роботи (Додаток Б);
- вступ;
- основна частина, що містить два-три розділи;
- висновки;
- список використаних джерел (Додаток В);
- додатки.

Обсяг курсової роботи (без додатків і списку літератури) має складати 25-30 друкованих сторінок.

Титульна сторінка повинна містити найменування відповідного міністерства (Міністерства освіти і науки України); вищого навчального закладу (ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»); факультету (фінансово-гуманітарний факультет) та відповідного

структурного підрозділу (кафедра професійної освіти), де вона виконана; тему роботи; найменування спеціальності; прізвище, ім'я, по батькові автора; науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали наукового керівника; місце та рік виконання роботи.

У вступі (1,5-2 сторінки) має бути:

- обґрунтовано актуальність обраної теми (чому її дослідження є необхідним і важливим у цей час; визначається в зіставленні із широким колом подібних і попередніх досліджень з урахуванням необхідності застосування нових наукових підходів до її аналізу та узагальнення);

- наявність цитувань державних документів з питань освіти, навчання й виховання;

- визначено об'єкт, предмет, мету й завдання. Об'єктом є вся сукупність зв'язків, відношень різних аспектів теорії і практики проблеми, яка є джерелом інформації, необхідної для дослідника; предметом є тільки ті суттєві зв'язки та відношення, які підлягають безпосередньому вивченню у певній роботі, є головними і визначальними для конкретного дослідження; мета і завдання роботи визначаються на основі обраної теми і перспективи кінцевого результату (сукупність усіх завдань має дати уявлення про те, що варто зробити для досягнення мети; кожне поставлене завдання слід розв'язати й описати в роботі у вигляді аналізу, висновків і рекомендацій); мету необхідно формулювати так, щоб у ній відображалася основна думка наукової розвідки.

Основна частина наукової роботи повинна містити теоретичну та практичну складові:

- теоретична складова (до 13 сторінок), має відображати аналіз літератури з проблеми дослідження; розкриття основних понять теми; характеристику, порівняння, співставлення існуючих поглядів різних науковців;

– практична частина (до 13 сторінок) повинна складатися з опису й аналізу проведеної роботи, детальної розробки різних форм діяльності з організації сучасної ділової комунікації відповідно до теми дослідження.

Обов'язковим елементом основної частини тексту рецепції мають бути посилання на опрацьовані літературні джерела. Цитати можуть бути двох видів: прямі (дослівний виклад тексту, що береться в лапки) і непрямі (переказ думок автора своїми словами, зміст яких у лапки не береться). У будь-якому випадку після цитати у квадратних дужках слід вказати покликання: [1, с. 2], де 1 – номер джерела в списку літератури, а 2 – номер сторінки у ньому.

Висновки (1,5-2 сторінки) мають містити основні узагальнення теоретичної та практичної складових курсової роботи, відповідати визначеним у вступі меті та завданням дослідження.

Пропозиції є завершальною частиною рецепції і значною мірою визначають її якість.

Список використаних джерел (не менше 25 джерел) повинен формуватися в алфавітному порядку, відповідно до загальних вимог і містити лише ті друковані праці, які студент опрацював у процесі виконання роботи.

Бібліографічний опис здійснюють мовою документа. Використані джерела у списку варто розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків у хронологічному порядку.

Додатки можуть містити:

- зразки форм роботи з організації сучасної ділової комунікації;
- частини нормативних документів та концепції, що були використані в дослідженні;
- рисунки, схеми, графіки, діаграми, тестові матеріали тощо.

Додатки слід позначати послідовно великими літератами української абетки, за винятком Г, Є, И, Ї, О, Ч, Ь.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ

Текст курсової роботи друкується за допомогою комп'ютера з одного боку стандартного аркуша (береги: 3–2–2–1,5; міжрядковий інтервал – 1,5; кегль – 14; шрифт – Times New Roman; абзацний відступ – 1,25 см).

Структурні елементи «Вступ», «Основна частина», «Висновки», «Список використаних джерел» не нумеруються, їх найменування є заголовками, які необхідно розміщувати посередині рядка та друкувати великими літерами без крапки в кінці.

Усі пункти та підпункти слід починати з абзацу і нумерувати арабськими цифрами. Кожен розділ розміщується з нової сторінки, а пункт і підпункт починається на тій самій сторінці, на якій закінчується попередній.

Сторінки курсової роботи нумеруються арабськими цифрами у правому верхньому кутку зі збереженням наскрізної нумерації всього тексту. Титульний аркуш теж включається до загальної нумерації, але номер сторінки на ньому не ставиться.

Ілюстрації варто розміщувати безпосередньо після тексту, у якому вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. На всі ілюстрації в роботі мають бути покликання.

Курсова робота повинна бути підшита і мати тверду обкладинку або розміщена в теці.

Виконується рецепція державною (українською) мовою, науковим стилем, логічно і послідовно, без орфографічних і синтаксичних помилок.

УПОРЯДКУВАННЯ ТЕКСТУ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Текст курсової роботи має бути композиційним цілим. Особливості композиції того чи іншого тексту залежать від його змісту, концепції і жанру.

Текст наукового стилю має відповідати таким загальним правилам:

- композиційна повнота і єдність;
- послідовність і логічність частин;
- співмірність частин;
- умотивованість композиційних прийомів.

У тексті не повинно бути безфункціональних елементів, так званого пакувального матеріалу. Формуючи композицію тексту, важливо не переобтяжувати її зайвими частинами, непотрібними дрібницями.

До критеріїв аналізу композиції тексту також належать логічність і відповідність її змістові й задуму.

Важливо, щоб заголовки параграфів курсової роботи відповідали темі, були точними, лаконічними та оригінальними. Таким чином автор полегшує сприймання тексту, його розуміння й запам'ятовування.

Композицією тексту зумовлюється рубрикація, під якою розуміють систему взаємопов'язаних і підпорядкованих заголовків видання, які виражають взаємозалежність рубрик (розділів, пунктів та інших елементів структури тексту) одна від одної.

Значення рубрик полягає в тому, що вони організовують і спрямовують читання, попереджуючи читача про зміст курсової роботи та її окремі частини; відображають побудову тексту, зв'язки між його елементами. Для цього використовують малюнки, інтерліньяж, розміри і різний шрифт.

Рубрики в тексті мають ступеневу організацію і чіткі вимоги до оформлення. Учені виділяють такі види рубрик:

– системні/несистемні (рубрики елементів видання: вступних статей, передмов, позатекстових приміток, додатків, допоміжних вказівників, бібліографічних списків тощо);

– тематичні (рубрики, які виділяють за допомогою слів, тобто заголовки розділів, підрозділів, параграфів тощо);

– рубрики, які розкривають текст (рубрики на титульних аркушах, спискові, у підборі тексту) / рубрики в тексті (рубрики, виділені курсивом, розрядкою, напівжирним шрифтом).

Вибір того чи іншого виду рубрики залежить від завдань, які ставляться у роботі. Студент має дбати про їх доцільність та економічність і враховувати:

- частоту використання;
- формат і тираж видання;
- складність змісту твору;
- багатоступеневість рубрикації.

Рубриками можуть бути абзаци, переліки, номери і родові позначення.

Важливим елементом процесу підготовки курсової роботи є дібраний фактичний матеріал. До фактів відносять цитати або витяги, уривки, фрагменти (частина тексту із певного твору, що дослівно відтворюється автором, щоб обґрунтувати власні твердження або спростувати думку). Цитата пов'язується зі словами автора різними способами: у вигляді особливих безсполучникових конструкцій (пряма мова); у формі прямої мови.

Бібліографічні покликання можуть розташовуватися:

– в основному тексті (внутрішньотекстові) (їх наводять у круглих дужках);

– у підрядних примітках (підрядкові) (наводять у нижній частині сторінки, відокремлюючи горизонтальною

лінією і нумерують у тій послідовності, у якій подаються цитати чи покликання в тексті);

– у позатекстових примітках (коментарі) (вміщують у кінці тексту із зазначенням «Примітки до розділу», де в нумерованому порядку розташовують усі бібліографічні записи, на які було зроблено покликання в тексті).

У процесі написання курсової роботи варто використовувати покликання на номер у списку літератури та номер сторінки у квадратних дужках.

РЕЦЕНЗУВАННЯ, ЗАХИСТ ТА ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Виконану у визначені терміни курсову роботу студент подає на рецензування не пізніше одного місяця до початку заліку – екзаменаційної сесії.

У рецензії науковий керівник дає загальну оцінку курсової роботи з визначенням актуальності теми, глибини розкриття дослідження, характеристикою позитивних сторін роботи, а також недоліків допущених студентом, указує шляхи їх виправлення.

Рецензія на курсову роботу складається в одному примірнику, де вказується допуск до захисту і рекомендована оцінка.

Робота, яка за висновком наукового керівника заслуговує позитивної оцінки, рекомендується до захисту, а та, яка не має підстав для цього до захисту не допускається і передається студентові для подальшого доопрацювання.

Для захисту курсової роботи студентом готується так звана пояснювальна записка, у якій зазначається:

- тема дослідження, обґрунтування її вибору;
- характеристика категорійного апарату проведеного наукового дослідження (актуальність теми, мета, завдання, об'єкт, предмет, методика дослідження тощо);

– загальна характеристика роботи (структура роботи: вступ, кількість розділів, висновки, додатки; повний обсяг роботи, кількість схем, таблиць, обсяг списку використаних наукових джерел тощо);

– характеристика основного змісту роботи (стисло викладається зміст наукової роботи за розділами);

– характеристика висновків (подається у зв'язку з основними завданнями дослідження).

Результат захисту курсової роботи визначається оцінками «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно».

Оцінювання захисту курсової роботи відбувається перед комісією у складі завідувача кафедри професійної освіти, керівника роботи, викладачів кафедри та планується в розкладі до складання форми контролю із дисципліни «Організація сучасної ділової комунікації».

Відповідно до чинних норм курсова робота оцінюється так:

«відмінно» (90-100 балів) – заслуговує та робота, у якій повно й усебічно розкрито теоретичний зміст теми, проведено глибокий аналіз матеріалів про об'єкт дослідження, спостерігається творчий підхід до проблеми, зроблено ґрунтовні висновки; на захисті студент вільно володіє інформацією щодо отриманих результатів дослідження і відповідає на всі запитання членів комісії;

«добре» (75-89 балів) – заслуговує курсова робота, що виконана на достатньо високому теоретичному рівні, тему дослідження висвітлено повно й усебічно, висновки і пропозиції сформульовано правильно, але є певні неточності, деякі помилки;

«задовільно» (60-74 бали) – ставиться за курсову роботу, яка виконана на достатньому теоретичному рівні, повно висвітлено тему дослідження, висновки в цілому правильні, але недостатньо аргументовані, на захисті студент не дав відповіді на всі запитання членів комісії;

«незадовільно» (1-59 балів) – ставиться за роботу, яка не відповідає наведеним вимогам, або її подано до захисту пізніше визначених термінів (без поважних причин).

Студент, який не має оцінки за курсову роботу, не допускається до складання екзаменаційної сесії.

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

Державна мова – мова професійного спілкування

1. Комунікативна компетенція особистості як основа процесу організації сучасної ділової комунікації.

2. Літературна мова, її найістотніші ознаки та вплив на формування сучасного фахівця-документознавця.

3. Сучасна комунікативна особистість та її функції в суспільному розвитку.

4. Мова професійного спілкування, її історія та розвиток.

5. Мовні норми сучасної ділової комунікації.

Література до тем

1. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б. – К. : Либідь, 1991. – 253 с.

2. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Гриценко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.

3. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

4. Куць О.М. Мовна політика в державотворчих працях України : [навчальний посібник] / Куць О.М. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2004. – 275 с.

5. Масенко Л. Мовна політика / Масенко Л. – К. : Освіта, 1999. – 211 с.

6. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

7. Сербенська О.А. Сучасна українська термінографія і проблеми екології мови / О.А. Сербенська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2002. – № 453. – С. 17–20.

8. Середняцька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / А.Я. Середняцька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 299 с.

9. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

10. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

Інформаційне та комунікаційне забезпечення внутрішньої організації державного управління

1. Інформація та її роль у забезпеченні внутрішньої організації державного управління.

2. Комунікабельність у сфері професійної діяльності та її вплив на вирішення виробничих питань.

3. Комунікаційна мережа у сфері професійної діяльності сучасного документознавця.

4. Спілкування як багатоплановий процес розвитку взаємовідносин між людьми.

5. Сучасні інформаційні системи: історія розвитку, становлення та функціонування.

Література до тем

1. Дніпенко Н.К. Приклади комунікативних технологій / Н.К. Дніпенко // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 86–93.

2. Запровадження комунікацій в суспільстві / [за заг. ред. Н.К. Дніпенко, В.В. Різуна]. – К. : ТОВ «Вістка», 2009. – 56 с.

3. Ібрагімова І. Технологія інформаційної взаємодії в процесі прийняття рішень / І. Ібрагімова // Вісник УАДУ. – 2000. – № 3. – С. 442–448.

4. Комунікації в державних інституціях : методичні рекомендації / [уклад. С.О. Борисевич]. – К. : НАДУ, 2009. – 32 с.

5. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

6. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : [учебное пособие] / Панфилова А.П. – СПб. : Знание, 2004. – 495 с.

7. Почепцов Г.Г. Комунікація в органах влади / Г.Г. Почепцов, Н. Дніпренко // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 42–51.

8. Різун В.В. Теорія масової комунікації / Різун В.В. – К. : ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.

9. Суська О.О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору аудиторії в умовах сучасного соціокультурного середовища : [монографія] / Суська О.О. – К. : ДАКККиМ, 2003. – 188 с.

10. Суська О.О. Право людини на інформацію як базова ознака комунікативних стосунків в інформаційному суспільстві / О.О. Суська // Комунікація. – 2012. – № 2. – С. 30–41.

11. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / Тер-Минасова С.Г. – М. : Слово/Slovo, 2008. – 624 с.

Стилі сучасної української мови у професійному спілкуванні

1. Стилїстика мовлення як продукт історичного розвитку національної мови.

2. Синтаксично-стилїстичні риси науково-технічної мови.

3. Функційні стилї сучасної української мови та їх уживання у сфері суспільної комунікації.

4. Лексика мови з погляду стилістичної точки зору.
5. Професійна мова як функційний різновид літературної мови.

Література до тем

1. Ботвина Н.В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : [навчальний посібник] / Ботвина Н.В. – К. : Артек, 1998. – 190 с.
2. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови : [навчальний посібник] / Волкотруб Г.Й. – К. : МАУП, 2002. – 208 с.
3. Дротянко Л.Г. Наукова і побутова мови у процесі взаємопроникнення культур / Л.Г. Дротянко // Вісник НАН України. – 2005. – № 11. – С. 51–58.
4. Иванов Л.Ю. Текст научной дискуссии : Дейксис и оценка / Иванов Л.Ю. – М. : НИП «2Р», 2002. – 208 с.
5. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
6. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.
7. Мацько Л.І. Стилїстика української мови : [підручник] / Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.
8. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.
9. Пентилюк М.І. Культура мови і стилїстика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.
10. Пономарів О.Д. Культура слова. Мовностилїстичні поради : [навчальний посібник] / Пономарів О.Д. – К. : Либідь, 1999. – 240 с.
11. Радзїєвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Радзїєвська Т.В. – К. : НАН України, 1998. – 194 с.

12. Сурмін Ю.П. Науковий текст : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.

Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні

1. Науковий стиль української мови та його комунікативні особливості.

2. Мовні засоби наукового стилю та їх професійне використання.

3. Лексикографічна компетенція як показник мовної культури науковця.

4. Особливості організації наукової діяльності фахівця-документознавця.

5. Науковий етикет та його особливості.

Література до тем

1. Баженова Е.А. Научный текст в аспекте политекстуальности / Баженова Е.А. – Пермь : Издательство Пермского университета, 2001. – 272 с.

2. Гальперин И.Р. Научный текст как объект лингвистического исследования / Гальперин И.Р. – М. : Наука, 1999. – 139 с.

3. Коваль А.П. Науковий стиль сучасної української літературної мови. Структура наукового тексту / Коваль А.П. – К. : Наукова думка, 1970. – 306 с.

4. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

5. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

6. Онуфрієнко Г.С. Науковий стиль української мови : [навчальний посібник з алгоритмічними приписами] / Онуфрієнко Г.С. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 392 с.

7. Основи наукового мовлення : навчально-методичний посібник / [уклад. Т.В. Симоненко]. – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2005. – 80 с.

8. Свойкин К.Б. Диалогика научного текста / Свойкин К.Б. – Саранск : Издательство Мордовского университета, 2006. – 148 с.

9. Семеног О.М. Культура наукової української мови : [навчальний посібник] / Семеног О.М. – К. : Видавничий центр «Академія», 2010. – 216 с.

10. Синиця І.А. Діалогічність у науковому тексті / І.А. Синиця // Мовознавство. – 2004. – № 2–3. – С. 55–60.

11. Сурмін Ю.П. Наукові тексти : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.

Спілкування як інструмент професійної діяльності

1. Міжособистісне спілкування у сфері професійної діяльності особистості.

2. Віртуальне спілкування та його особливості.

3. Кінесика як засіб невербального спілкування.

4. Внутрішнє і зовнішнє мовлення особистості та їх взаємовплив.

5. Стратегії мовленнєвого спілкування.

Література до тем

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б.Д. – К. : Освіта, 1991. – 228 с.

2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.

3. Білодід І.К. Дбаймо про високу культуру мови / І.К. Білодід // Питання мовної культури. – К. : Наукова думка, 1969. – № 3. – С. 3–10.

4. Коваль А.П. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Коваль А.П. – К. : Либідь, 1992. – 280 с.

5. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] / Косенко Ю.В. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 281 с.
6. Кузнецова Г.П. Стилїстика і культура ділового українського мовлення в освітній сфері спілкування : [навчальний посібник] / Г.П. Кузнецова, І.О. Кухарчук. – Глухів : [б. в.], 2013. – 216 с.
7. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
8. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.
9. Мацько Л.І. Культура української фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.
10. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.
11. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : [навчальний посібник] / Чайка Г.Л. – К. : Знання, 2005. – С. 13–30.
12. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Видавництво «Алерта», 2011. – 306 с.

Риторика і мистецтво презентації

1. Риторична етика: традиції та сучасність.
2. Риторика ділового спілкування та її особливості.
3. Комунікативна культура сучасного оратора.
4. Мистецтво полемічного спілкування та його вплив на результат комунікаційного процесу.
5. Імідж оратора крізь призму риторики.

Література до тем

1. Вагапова Д.Х. Риторика в интеллектуальных играх и тренингах / Вагапова Д.Х. – М. : Цитадель, 1999. – 460 с.
2. Вандишев В.М. Риторика : екскурс в історію вчень і понять : [навчальний посібник] / Вандишев В.М. – К. : Кондор, 2003. – 264 с.
3. Голуб Н.Б. Риторика у вищій школі : [монографія] / Голуб Н.Б. – Черкаси : Брама-Україна, 2008. – 400 с.
4. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Гриценко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
5. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін.]. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.
6. Когут О.І. Основи ораторського мистецтва : [практикум] / Когут О.І. – Тернопіль : Астон, 2005. – 296 с.
7. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.
8. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
9. Мацько Л.І. Риторика : Л.І. Мацько, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с.
10. Палеха Ю.І. Ділова етика : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2002. – 180 с.
11. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.
12. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

13. Сагач Г.М. Ділова риторика : мистецтво риторичної комунікації : [навчальний посібник] / Сагач Г.М. – К. : Зоря, 2003. – 255 с.

14. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

15. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.

16. Чулінда Л.І. Риторична майстерність : [посібник] / Л.І. Чулінда, І.С. Паримський. – К. : [б. в.], 2000. – 79 с.

17. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.

Основи культури української мови

1. Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету.

2. Діловий етикет як основа фахового спілкування.

3. Мовний етикет української науки.

4. Мовний «антиетикет» сучасного студента.

5. Спілкувальний етикет та його ідіоетнічність.

Література до тем

1. Богдан С.К. Мовний етикет українців : традиції і сучасність / Богдан С.К. – К. : Рідна мова, 1998. – 476 с.

2. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 2002. – 208 с.

3. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення / Грищенко Т.Б. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 261 с.

4. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення : [навчальний посібник] / Грищенко Т.Б. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 268 с.

5. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.

6. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

7. Масенко Л. Мовна політика / Масенко Л. – К. : Освіта, 1999. – 211 с.

8. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

9. Мацько Л.І. Культура української фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.

10. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

11. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

12. Середняцька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / А.Я. Середняцька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 299 с.

13. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

14. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

15. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

Культура усного фахового спілкування

1. Діалог, монолог і полілог як форми комунікаційного процесу та їх організація.

2. Ділова комунікація як феномен соціальної дійсності.

3. Комунікаційний процес і форми обміну інформацією.

4. Політична комунікація та її вплив на суспільство.

5. Рекламна комунікація як невід’ємне явище сучасного суспільства.

Література до тем

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б.Д. – К. : Освіта, 1991. – 228 с.

2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.

3. Богдан С.К. Мовний етикет українців : традиції і сучасність / Богдан С.К. – К. : Рідна мова, 1998. – 476 с.

4. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 2002. – 208 с.

5. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення : [навчальний посібник] / Грищенко Т.Б. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 268 с.

6. Казарцева О.М. Культура речевого общения. Теория и практика обучения / Казарцева О.М. – М. : Флинта, 2004. – 496 с.

7. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] / Косенко Ю.В. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 281 с.

8. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.

9. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

10. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

11. Мацько Л.І. Культура української фахової мови : [навчальний посібник] / Л.І. Мацько, Л.В. Кравець. – К. : Видавничий центр «Академія», 2007. – 360 с.

12. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

13. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

14. Сабліна С.В. Сучасні мовознавчі проблеми дослідження українського мовного етикету / С.В. Сабліна // Вісник запорізького державного університету. – 2002. – № 3. – С. 37–44.

15. Сербенська О.А. Культура усного мовлення / Сербенська О.А. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 216 с.

16. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

17. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.

18. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

Форми колективного обговорення професійних проблем

1. Дискусія та особливості досягнення позитивного результату.

2. Організаційна культура як шлях досягнення високого рівня професійної діяльності.

3. Перемовини та основні стратегії їх проведення.

4. Технологія та методика проведення наради.

5. Збори як важливий комунікаційний процес діяльності організації чи підприємства.

Література до тем

1. Антоненко-Давидович Б.Д. Як ми говоримо / Антоненко-Давидович Б.Д. – К. : Освіта, 1991. – 228 с.

2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації / Ботвина Н.В. – К. : Арттек, 2002. – 208 с.
4. Грищенко Т.Б. Українська мова та культура мовлення : [навчальний посібник] / Грищенко Т.Б. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 268 с.
5. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Грищенко, С.П. Грищенко, Т.Д. Іщенко та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
6. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін.]. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.
7. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : [навчальний посібник] / Косенко Ю.В. – Суми : Сумський державний університет, 2011. – 281 с.
8. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.
9. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
10. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.
11. Палеха Ю.І. Ділова етика : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2002. – 180 с.
12. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Кондор, 2008. – 356 с.
13. Пентилюк М.І. Культура мови і стилістика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

14. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

15. Сербенська О.А. Культура усного мовлення / Сербенська О.А. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 216 с.

16. Томан І. Мистецтво говорити / Томан І. – К. : Політвидав України, 1989. – 293 с.

17. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.

18. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням : [підручник] / С.В. Шевчук, І.В. Клименко. – К. : Алерта, 2010. – 696 с.

Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації

1. Інформативні властивості та комунікаційні можливості документа.

2. Документна комунікація як засіб спілкування.

3. Сучасні технології паблік рілейшнз.

4. PR в системі сучасної масової комунікації.

5. Прес-реліз у PR-акціях.

Література до тем

1. Ботвина Н.В. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : [навчальний посібник] / Ботвина Н.В. – К. : Артєк, 1998. – 190 с.

2. Волкотруб Г.Й. Стилїстика ділової мови : [навчальний посібник] / Волкотруб Г.Й. – К. : МАУП, 2002. – 208 с.

3. Глушик С.В. Сучасні ділові папери : [навчальний посібник] / Глушик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. – К. : Арїй, 2009. – 512 с.

4. Дїденко А.Н. Сучасне діловодство : [навчальний посібник] / Дїденко А.Н. – К. : Либїдь, 2004. – 214 с.

5. Діловодство і документація : навчально-методичний посібник / [укл. П.О. Добродумов]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 209 с.

6. Дротянко Л.Г. Наукова і побутова мови у процесі взаємопроникнення культур / Л.Г. Дротянко // Вісник НАН України. – 2005. – № 11. – С. 51–58.

7. Зубков М.Г. Універсальний довідник. Українська мова / Зубков М.Г. – Х. : ФОП Співак В.Л., 2009. – 416 с.

8. Иванов Л.Ю. Текст научной дискуссии : Дейкисис и оценка / Иванов Л.Ю. – М. : НИП «2Р», 2002. – 208 с.

9. Мацько Л.І. Стилїстика української мови : [підручник] / Мацько Л.І., Сидоренко О.М., Мацько О.М. – К. : Вища школа, 2003. – 462 с.

10. Палеха Ю.І. Управлінське документування : [навчальний посібник] / Палеха Ю.І. – К. : Видавництво Європейського університету, 2001. – 298 с.

11. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.

12. Пентилюк М.І. Культура мови і стилїстика : [підручник] / Пентилюк М.І. – К. : Вежа, 1994. – 240 с.

13. Пономарів О.Д. Культура слова. Мовностилїстичні поради : [навчальний посібник] / Пономарів О.Д. – К. : Либідь, 1999. – 240 с.

14. Радзїєвська Т.В. Текст як засіб комунікації / Радзїєвська Т.В. – К. : НАН України, 1998. – 194 с.

15. Середницька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням : [навчальний посібник] / А.Я. Середницька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 211 с.

16. Сурмін Ю.П. Науковий текст : специфіка, підготовка та презентація : [навчально-методичний посібник] / Сурмін Ю.П. – К. : НАДУ, 2008. – 184 с.

17. Українська мова за професійним спрямуванням : практикум / [за заг. ред. Т.В. Симоненко]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2009. – 270 с.

18. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Видавництво «Алерта», 2011. – 306 с.

Етикет ділового листування

1. Мистецтво службового листування та методика оволодіння ним.

2. Рекламні листи як форма комунікаційного процесу.

3. Етикет в мережі Internet як ключовий аспект якісного обміну інформацією.

4. Мистецтво службового листування у сфері діяльності фахівця-документознавця.

5. Мистецтво службового листування у торгівельній індустрії.

Література до тем

1. Глущик С.В. Сучасні ділові папери : [навчальний посібник] / Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. – К. : Арій, 2009. – 512 с.

2. Діловодство і документація : навчально-методичний посібник / [укл. П.О. Добродумов]. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 209 с.

3. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.Б. Гриценко, С.П. Гриценко, Т.Д. Іщенко та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

4. Етика ділового спілкування : навчальний посібник / [Т.К. Чмут, Г.Л. Чайка, М.П. Лукашевич та ін.]. – К. : МАУП, 2003. – 208 с.

5. Кулешов С.Г. Управлінське документознавство : [навчальний посібник] / Кулешов С.Г. – К. : ДАКККіМ, 2003. – 57 с.

6. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

7. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

8. Пентилюк М.І. Ділове спілкування та культура мовлення : [навчальний посібник] / Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 224 с.

9. Радевич-Вінницький Я.К. Етикет і культура спілкування : [навчальний посібник] / Радевич-Вінницький Я.К. – К. : Знання, 2006. – 291 с.

10. Хміль Ф.І. Ділове спілкування : [навчальний посібник] / Хміль Ф.І. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.

11. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

12. Шевчук С.В. Російсько-український словник ділового мовлення / Шевчук С.В. – К. : Вища школа, 2001. – 402 с.

13. Шевчук С.В. Службове листування : [довідник] / Шевчук С.В. – К. : Літера ЛТД, 1999. – 108 с.

14. Ющук І.П. Мова наша українська / Ющук І.П. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2001. – 315 с.

Українська термінологія у професійному діловому спілкуванні

1. Українська термінологія і національні культурні традиції.

2. Правописні проблеми в українській діловій і науковій термінології.

3. Українська термінологія як чинник державності української мови.

4. Історія і сучасні проблеми української термінології.

5. Особливості розвитку термінологіки на межі століть.

Література до тем

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Бацевич Ф.С. – К. : Довіра, 2007. – 207 с.

2. Бутенко Н.П. Словник асоціативних норм української мови / Бутенко Н.П. – Л. : Вища школа, 1979. – 312 с.

3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.

4. Дяков А.С. Основи термінотворення : семантичні та соціолінгвістичні аспекти : [монографія] / Дяков А.С., Кияк Т.Р., Куделько З.Б. – К. : Видавничий дім «КМ Academia», 2000. – 218 с.

5. Зарицький М.С. Актуальні проблеми українського термінознавства : [підручник] / Зарицький М.С. – К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка» ; ТОВ «Періодика», 2004. – 128 с.

6. Коломієць М.П. Словник іншомовних слів / М.П. Коломієць, Л.В. Молодова. – К. : Освіта, 1998. – 190 с.

7. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [за заг. ред. Н.Д. Бабич]. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.

8. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

9. Панько Т.І. Українське термінознавство : [підручник] / Панько Т.І., Кочан І.М., Мацюк Г.П. – Л. : Світ, 1994. – 216 с.

10. Полюга Л.М. Словник синонімів української мови / Полюга Л.М. – К. : Довіра, 2006. – 477 с.

11. Семеног О.М. Культура наукової української мови : [навчальний посібник] / Семеног О.М. – К. : Видавничий центр «Академія», 2010. – 216 с.

12. Сербенська О.А. Сучасна українська термінографія і проблеми екології мови / О.А. Сербенська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2002. – № 453. – С. 17–20.

13. Середняцька А.Я. Українська мова за професійним спрямуванням / А.Я. Середняцька, З.Й. Куньч. – К. : Знання, 2010. – 299 с.

14. Сучасний орфографічний словник української мови : 180 000 слів / [уклад. В.В. Дубічинський, Н.Я. Косенко]. – Х. : Школа, 2009. – 1024 с.

15. Сучасний російсько-український словник / [за заг. ред. Р.П. Стаха]. – К. : ПП В.М. Голяка, 2009. – 1248 с.

16. Український правопис / [НАУ, Інститут мовознавства імені О.О. Потебні, Інститут української мови]. – К. : Наукова думка, 2007. – 280 с.

17. Чак Є.Д. Складні випадки вживання слів / Чак Є.Д. – К. : Рад. школа, 1984. – 217 с.

18. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [навчальний посібник] / Шевчук С.В. – К. : Видавництво «Алерта», 2011. – 306 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Зразок титульної сторінки курсової роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ПЕРЕЯСЛАВ-ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ»**

ФІНАНСОВО-ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра професійної освіти

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни

«Організація сучасної ділової комунікації»

на тему:

Студента _____ групи

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____

(вчене звання, посада, прізвище, ім'я, по батькові)

Переяслав-Хмельницький – 20 ____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ІНТЕРНЕТ ЯК ВСЕСВІТНЬО ВІДОМА ГЛОБАЛЬНА МЕРЕЖА	6
1.1. Історія виникнення і розвитку інформаційної системи «Інтернет»	6
1.2. Особливості поширення мережі Інтернет в Україні	8
РОЗДІЛ 2. ІНТЕРНЕТ ЯК ЗАСІБ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ І КОМУНІКАЦІЇ	10
2.1. Особливості ділового віртуального спілкування	10
2.2. Способи спілкування в Інтернеті	14
2.3. Інтернет-етикет та загальні правила ділового спілкування в електронному просторі	19
РОЗДІЛ 3. ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНІСТЬ ЯК НОВИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО СВІТУ: СУТНІСТЬ І ПОДОЛАННЯ	23
3.1. Інтернет-залежність та її вплив на сучасну людину	23
3.2. Шляхи подолання Інтернет-залежності в Україні	25
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32

Додаток В
Зразок оформлення списку
використаних джерел у курсовій роботі

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Книги

Один автор:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Бацевич Ф.С. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с.
2. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення : [підручник] / Світлана Володимирівна Шевчук. – К. : Атіка. – 592 с.

Два автори:

1. Мацюк З. Українська мова професійного спілкування : [навчальний посібник] / З. Мацюк, Н. Станкевич. – К. : Каравела, 2008. – С. 7–37.

Три автори:

1. Глущик С.В. Сучасні ділові папери : [навчальний посібник] / Глущик С.В., Дияк О.В., Шевчук С.В. – К. : Арій, 2009. – 512 с.

Чотири автори:

1. Культура фахового мовлення / [Бабич Н.Д., Герман К.Ф., Скаб М.Ф., Рутьова Н.І.]. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2006. – 496 с.
2. Культура фахового мовлення : навчальний посібник / [Н.Д. Бабич, К.Ф. Герман, М.Ф. Скаб, Н.І. Рутьова]. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2006. – 496 с.

П'ять і більше авторів:

1. Культура мови на щодень / [Н.Я. Дзюбишина-Мельник, Н.С. Дужик, С.Я. Єрмоленко та ін.]. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.
2. Культура мови на щодень / [Дзюбишина-Мельник Н.Я., Дужик Н.С., Єрмоленко С.Я. та ін.] ; за ред. С.Я. Єрмоленко. – К. : Довіра, 2000. – 169 с.

Без автора:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009. – 1736 с.
2. Ділова українська мова : навчальний посібник / [за ред. О.Д. Горбула]. – К. : Знання, 2008. – 222 с.

Багатотомний документ:

1. Етимологічний словник української мови : в 7 т. / [редкол. : О.С. Мельничук (гол. ред.) та ін.]. – К. : Наукова думка, 1982–2006. – Т. 1–7.
2. Частотний словник сучасної української художньої прози : у 2 т. / [гол. ред. В.С. Перебийніс]. – К. : Наукова думка, 1981. –
Т. 1. – 1981. – 863 с.
Т. 2. – 1981. – 855 с.

Частина книги, періодичного, продовжуваного видання:

1. Сабліна С.В. Сучасні мовознавчі проблеми дослідження українського мовного етикету / С.В. Сабліна // Вісник запорізького державного університету. – 2002. – № 3. – С. 37–44.
2. Непийвода Н.Ф. Проект програми з основ професійної мовної підготовки / Н.Ф. Непийвода // Вісник Сумського державного університету. – 2004. – № 1 (60). – С. 13–18.

Електронні ресурси:

1. Семеног О.М. Культура наукової української мови [Електронний ресурс] / О.М. Семеног. – К. : Академія, 2010. – 216 с. – Режим доступу : http://biblioteka-knig.net/yazykoznanie/19215-kultura_naukovo_ukransko_movi_-_semenog_o.html.

2. Мацько Л.І. Риторика [Електронний ресурс] : навчальни посібник / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с. – Режим доступу : http://thelaw.at.ua/load/inshi_pidruchniki/oratorske_mistectvo/macko_ritorika_2003/58-1-0-275.

Дисертації:

1. Шатрова М.Б. Документні ресурси української бібліографії образотворчого мистецтва (1996–2005) : склад, зміст, особливості розвитку : дис. ... канд. іст. наук : 27.00.03 / Шатрова Марина Борисівна. – Рівне, 2009. – 273 с.

Автореферати дисертацій:

1. Шатрова М.Б. Документні ресурси української бібліографії образотворчого мистецтва (1996–2005) : склад, зміст, особливості розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. іст. наук : спец. 27.00.03 «Книгознавство, бібліотекознавство, бібліографознавство» / М.Б. Шатрова. – К., 2010. – 18 с.

Словники:

1. Орфоепічний словник української мови : у 2 т. / [уклад. : М.М. Пещак та ін.]. – К. : [б. в.], 2001. – Т. 1. – 955 с.

2. Полюга Л.М. Словник антонімів / Полюга Л.М. – К. : Довіра, 1999. – 275 с.

Законодавчі та нормативні акти:

1. Кримінально-процесуальний кодекс України : за станом на 1 грудня 2005 р. / Верховна Рада України. – Офіційне видання. – К. : Парламентське видавництво, 2006. – 207 с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ОРГАНІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

**Ірина Доброскок
Людмила Овсієнко**

Підписано до друку 23.03.2015 р. Формат 60X84 1/16.

Папір офс. №1. Гарнітура Times New Roman.

Наклад 300. Зам. №188 Ум. друк. арк. 13,44.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців №1493 від 11.09.2003 р.

Віддруковано «Видавництво КСВ»,
м. Переяслав-Хмельницький, вул. Шкільна, 45,
тел: 068 440-06-04