

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**УКРАЇНСЬКА МОВА ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ.
КУРС ЛЕКЦІЙ**

**ДЛЯ СТУДЕНТІВ УСІХ ФОРМ НАВЧАННЯ
УСІХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

Затверджено на засіданні
кафедри української мови
та загального мовознавства,
протокол № 9 від 04.05.2017 р.
та вченою радою ЧДТУ,
протокол № від .05.2017 р.

Черкаси 2017

УДК 811.161.2(075.8)

ББК 81.2 Укр я 73

У 45

Рекомендовано до друку вченою радою Черкаського державного технологічного університету (протокол № від .05.2017 р.)

Ракшанова Г.Ф., Дядюра Г.М., Кухарева-Рожко В.І., Сидоренко Л.М. Українська мова (за професійним спрямуванням). Курс лекцій: Навч. посібник/ Г.Ф. Ракшанова, Г.М. Дядюра, В.І. Кухарева-Рожко, Л.М. Сидоренко. – Черкаси: Друк, 2017. – 200 с.

Видання друге, перероблене і доповнене

Навчальний посібник «Українська мова (за професійним спрямуванням). Курс лекцій» складається з 9 лекцій, що відповідають вимогам типової програми дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)», затвердженої наказом МОН України від 21.12.2009 № 1150 і 2-ох додаткових лекцій. У посібникові проаналізовано основні поняття української мови (за професійним спрямуванням).

Посібник можуть широко використовувати викладачі, студенти та всі, хто любить та шанує українську мову і хоче поглибити фахові знання українською мовою.

Відповідальний редактор – Ракшанова Г.Ф., кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та загального мовознавства

Черкаського державного технологічного університету

Рецензенти:

Симоненко Т.В., доктор педагогічних наук, професор

(Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького)

Щербина Т. І., кандидат філологічних наук, доцент

(Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького)

ПЕРЕДМОВА

Українська літературна мова використовується в усіх сферах сучасного суспільного життя, тому майбутнім фахівцям з гуманітарних і негуманітарних спеціальностей потрібні досконалі знання про державну мову, вони повинні вільно володіти лексичним і фразеологічним багатством української літературної мови, розуміти норми орфоепії, орфографії, граматики, стилістики та вміти застосовувати їх на практиці.

Метою пропонованого посібника є підвищення загальномовного рівня студентів, ознайомлення з особливостями фахової української мови, офіційно-ділового стилю, їх практичного застосування.

Навчальний посібник «Українська мова (за професійним спрямуванням). Курс лекцій» складається з 9 лекцій, що відповідають вимогам типової програми дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)», затвердженої наказом МОН України від 21.12.2009 № 1150 і 2-ох додаткових лекцій, які розглядаються у 3 змістовому модулі.

Відповідно до цього «Українська мова за професійним спрямуванням» включає такі теми: «Основи культури української мови»; «Етикет службового листування» (*підготувала доцент Дядюра Г.М.*); «Форми колективного обговорення професійних проблем»; «Спілкування як інструмент професійної діяльності»; «Культура усного фахового спілкування» (*підготувала доцент Кухарєва-Рожко В.І.*); «Державна мова – мова професійного спілкування»; «Стилі сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні» (*підготувала доцент Ракшанова Г.Ф.*); «Види усного мовлення. Мистецтво презентації»; «Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації» (*підготувала доцент Сидоренко Л.М.*). Тексти лекцій подано в авторській редакції.

До кожної лекції подано список літератури, який допоможе в самостійному поглибленому опрацюванні окремих теоретичних питань.

Навчальний посібник можуть широко використовувати викладачі, студенти та всі, хто любить та шанує українську мову і хоче поглибити фахові знання українською мовою.

ЛЕКЦІЯ 1

ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

План

1. Предмет і завдання курсу.
2. Поняття літературної та національної мови.
3. Мова професійного спілкування як функційний різновид української літературної мови. Професійна мовнокомунікативна компетенція.
4. Поняття про державну мову. Мовне законодавство та мовна політика в Україні.
5. Мовні норми.

Література

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика й культура української мови. – Львів: Світ, 2003. – 232 с.
2. Енциклопедія. Українська мова. – К.: «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2000. – 750 с.
3. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004. – 480 с.
4. Зубков М. Г. Сучасне українське ділова мова. – 4-те вид., доповнене. – Х.: Торсінг, 2003. – 448 с.
5. Мацько Л.І., Мацько О.М., Сидоренко О.М. Українська мова: Навчальний посібник. – К.:Либідь, 1998. – 416 с.
6. Пономарів О.Д. Стилiстика сучасної української мови. – Підручник. – К.: Либідь, 1993. – 248 с.
7. Погиба Л.Г., Грибіниченко Т.О., Голіченко Л.М. Українська мова фахового спрямування. Підручник / Л. Г. Погиба, Т. О. Грибіниченко, Л. М. Голіченко. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 350 с.

1. Предмет і завдання курсу

«Українська мова (за професійним спрямуванням)» – це функційний різновид сучасної української літературної мови, специфіку якого зумовлюють особливості спілкування у фаховій сфері: мета, функції, ситуація, особистісні риси учасників спілкування.

Мова є основою для інших видів діяльності, зв'язок мови з іншими навчальними предметами («Культура наукової мови», «Основи документознавства», «Культурологія») забезпечує цілісність і єдність світобачення спеціалістів, під впливом мови формується свідомість і самосвідомість, погляди, переконання, знання мови забезпечує вивчення, розуміння і засвоєння фахових дисциплін, тому кожен спеціаліст повинен вільно володіти українською мовою та її різновидом – мовою професійного спілкування. До майбутніх фахівців ставляться високі вимоги, які полягають не лише в досконалих знаннях фаху, а й у високому рівні володіння українською мовою, вільному користуванні нею в усіх сферах і особливо у професійній та офіційно-діловій.

Уміння спілкуватися мовою професії сприяє швидкому засвоєнню спеціальних дисциплін, підвищує ефективність праці, допомагає орієнтуватися в професійній діяльності та в ділових контактах. Досконале, ґрунтовне володіння українською літературною мовою в повсякденно-діловій діяльності є обов'язком кожного фахівця. Викладання мовних дисциплін у вищих навчальних закладах не тільки підвищує мовну освіченість студентів та сприяє гуманізації освіти, але й підвищує культурний рівень майбутньої української інтелігенції.

Предметом курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» є мова як соціально-культурний феномен і засіб спілкування, зокрема у професійній сфері.

Мета курсу – сформувати високий рівень комунікативної культури у сфері професійного спілкування в його усній та писемній формах, виробивши навички практичного володіння мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами.

Основні завдання курсу:

- забезпечити здобуття знань про основи професійного спілкування, його норми та правила;
- сприяти оволодінню особливостями української літературної мови, дотриманню вимог усного і писемного мовлення, навичок комунікативно виправданого користування засобами мови в різних ситуаціях під час створення висловлювань з дотриманням українського мовленнєвого етикету;
- формувати уміння і навички використання мовних знань на практиці;
- виробити вміння сприймати мову як мистецьке явище, що має етичну й естетичну цінність;
- виховувати повагу до української літературної мови, її культури, формувати мовленнєву компетентність.

Теоретичне значення курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» полягає в збагаченні знань майбутніх фахівців про: функціонування сучасної української літературної мови загалом, особливості використання мовних норм у фахових текстах, рекомендації щодо побудови точного, логічного, змістовного, доречного, виразного, багатого, чистого професійного мовлення як в усній, так і в писемній формах.

Особливої актуальності набуває вивчення курсу української мови за професійним спрямуванням, який включає вивчення всіх мовних норм, а отже, допомагає майбутнім фахівцям не лише уникнути інтерференції, а й оволодіти навичками оптимальної мовної поведінки в професійній сфері. Адже саме професійна сфера, за даними соціолінгвістичних досліджень, є найбільш сприятливою для функціонування української мови.

2. Поняття національної та літературної мови

Національна мова – це все розмаїття і багатство загальнонародної мови разом із діалектними говірками, просторіччям, жаргонізмами і сленгізмами, фольклоризмами тощо [СУМ]. *Українська національна мова* – це мова багатомільйонного українського народу, який розвинув одну з найбагатших мов світу. Українська національна мова стала одним із вирішальних показників національної самобутності українського народу, важливим складником розбудови незалежної держави України [2, с. 427].

С. Єрмоленко зауважує, що головними ознаками літературної мови є:

- її наддіалектний характер;
- стабільні літературні норми в граматиці, лексиці, вимові;
- функціонально-стильова розгалуженість [2, с. 293].

Інші науковці вважають, що основною ознакою української літературної мови є унормована форма загальнонародної мови. Отже, літературній мові характерні:

- поліфункційність;
- унормованість;
- стандартність;
- уніфікованість;
- розвинена система стилів.

Літературна мова виконує функцію обслуговування всіх сфер діяльності суспільства, а саме:

- 1) функціонує в державній, матеріально-виробничій, культурній, науковій сферах;
- 2) є мовою освіти, радіо і телебачення, преси, художньої літератури;
- 3) є засобом вираження національної культури, національної самосвідомості українців.

Літературна мова є основою духовної та матеріальної культури людського суспільства, без неї неможливий розвиток літератури, мистецтва, науки, техніки. Важливо чітко розмежувати поняття національна мова та літературна мова. Під **національною мовою** розуміємо сукупність усіх граматичних форм, усіх слів, усіх особливостей вимови й наголосу людей, що користуються українською мовою як

рідною. Одним із складників національної мови є **літературна мова** – відшліфована форма національної мови, що має певні норми в граматиці, лексиці, вимові, наголошуванні. Літературна мова виникає на підставі писемної, художньо закріпленої форми загальнонародної мови і в своєму усному й писемному різновидах обслуговує культурне життя нації. Літературна мова – унормована мова суспільного спілкування, зафіксована в писемній та усній практиці. Літературна мова – одна з форм національної мови, що існує разом з іншими її формами – діалектами (територіальними, соціальними), просторіччям, мовою фольклору. Зміст поняття «літературна мова» змінюється в процесі історичного розвитку цього явища. Літературна мова об'єднує представників нації безвідносно до місця їх проживання чи соціального стану. Використання літературної мови в усіх сферах комунікативної практики суспільства (засобах масової інформації, державних установах, у системі освіти, науки, культури, художньо-літературній творчості) забезпечує її поліфункційний характер. Літературна мова усвідомлюється носіями національної мови як її зразкова форма. Сучасна літературна мова складається з культурно оброблених, загальнонаціональних мовних елементів. Розвиток літературної мови насамперед пов'язаний з розвитком художньої літератури.

Зачинателем сучасної української літературної мови вважаємо І. П. Котляревського. Вихід у світ «Енеїди», став епохальним явищем в історії української культури, визначною подією в духовному житті народу. Це не означає, ніби всі автори, старші за нього, писали книжною українською, церковнослов'янською, латиною абощо. Твори українською мовою в її сучасному розумінні, й поетичні зокрема, були й до нього. Нею віршували такі знамениті автори, як Іван Мазепа, Семен Климовський та ін. Але тільки з приходом творця «Енеїди» й «Наталки Полтавки» про українську літературу, писану живою народною мовою, стало можна говорити як про самодостатню цілість – із різними родами й жанрами.

Т. Г. Шевченка називають **основоположником** нової української літературної мови. Нова українська літературна мова почала формуватися в кінці XVIII – на початку XIX ст. Поштовхом до цього стали пробудження національної

самосвідомості української інтелігенції, її потяг до вивчення своїх історичних і фольклорних джерел, увага до народної мови. Активними учасниками процесу творення української літературної мови на народній основі були І. Котляревський, Г. Квітка-Основ'яненко, А. Метлинський, Л. Боровиковський, Є. Гребінка та ін. Пошук шляхів розвитку української літературної мови завершився у творчості Т. Шевченка. Твори Т. Шевченка характеризують такі дві найголовніші особливості: 1) орієнтація на весь український народ, на весь обшир України; 2) прагнення згуртувати народ навколо важливих суспільних ідеалів: антикріпосництва, демографічного ладу, національної самосвідомості. Максимально залучаючи до літературної мови багатства народної мови, він увів у мовно-літературну практику абстрактну лексику – новотвори, церковнослов'янізми, інтернаціоналізми. Завдяки творчості Шевченка українська мова постала перед світом як одна з розвинених літературних мов.

3. Мова професійного спілкування як функційний різновид української літературної мови. Професійна мовнокомунікативна компетенція

Рівень професійної підготовки фахівця визначається сформованістю його мовної і мовленнєвої компетенції. Діяльність фахівця у будь-якій галузі вимагає від нього широкої загальної освіти, оскільки вона пов'язана з інтенсивним усним і писемним спілкуванням, передбачає широку мовленнєву практику, потребує точного вираження понять і категорій у професійній діяльності.

Формування компетентності, тобто здатності застосовувати знання та вміння в реальній життєвій ситуації, є однією з найбільш актуальних проблем сучасної освіти. Компетентнісний підхід до підготовки фахівців у ВНЗ полягає в набутті та розвитку в студентів набору ключових, загальногалузевих та предметних компетенцій, які визначають його успішну адаптацію в суспільстві.

Формування мовленнєвих та комунікативних компетенцій відбувається за допомогою:

– поглиблення знань про функційно-стилістичну систему української мови, засвоєння норм мовленнєвої поведінки в різних сферах і ситуаціях спілкування та

вдосконалення вмінь і навичок спілкування в науковій та офіційно-діловій сферах, оволодіння різноманітними стратегіями і тактиками ефективної комунікації, генерування вартісних зразків власної мовленнєвої творчості, виховання потреби самоосвіти і самооцінки для постійного вдосконалення особистісно-мовленнєвої діяльності;

– розвитку вмінь і навичок переконливо викладати свої думки, дискутувати, використовуючи різні способи аргументації, вести діалог із співрозмовниками, дотримуючись правил мовленнєвого етикету; працювати з різними типами текстів, у тому числі й з мовними формами різних жанрів, стилів і підстилів;

– оволодіння вмінням сприймати, аналізувати, зіставляти мовні явища й факти, коментувати їх, оцінювати їх з погляду нормативності, відповідності ситуації спілкування;

– формування дослідницької компетенції, удосконалення вмінь і навичок самостійної роботи з науковим текстом, різноманітними джерелами наукової інформації, зокрема електронної, розвиток умінь інформаційної переробки тексту, пошук інноваційних технологій.

Комунікативна компетенція є складним, системним утворенням. Оволодіння основами будь-якої професії розпочинається з системи загальних і професійних знань або професійного мовлення – галузевої фразеології та термінології, що допоможе при навчанні у ВНЗ, а також у подальшій професійній діяльності, котра вимагає застосування у виробничій сфері української мови. Специфіка фахового спілкування характеризується великою кількістю термінів, що активно обслуговують сферу професійно-виробничої діяльності, тому «для вільного володіння усною та писемною формами професійного спілкування студенти технічних ВНЗ повинні мати достатній активний лексичний запас фахової термінології». Науковці стверджують, що галузеві терміни становлять понад 60% професійної лексики фахівця, решту комунікативного апарату займає загальнонаукова та загальноповсякденна лексика. Крім того, термінологічна лексика має велике значення для науково-виробничої комунікації. Сприяючи її інтелектуалізації, професійна термінологія полегшує процес засвоєння знань та реалізації їх у

майбутній фаховій діяльності, поглиблює знання про ознаки спеціальних понять, є засобом розширення активного професійно зумовленого словникового запасу, підвищує культурний рівень української інтелігенції.

Оскільки мова і мовлення обслуговують усі види діяльності фахівця будь-якої галузі, ми розрізняємо мовну і мовленнєву компетенції.

Мовна компетенція – це усвідомлення та вивчення усталених норм, що склалися історично в усіх розділах мовознавства та адекватне їх застосування в будь-якій людській діяльності в процесі використання певної мови. Мовна компетенція – це інтегративне явище, що охоплює цілу низку спеціальних здібностей, знань, умінь, навичок, стратегій і тактик мовної поведінки, установок для успішного здійснення мовленнєвої діяльності в конкретних умовах спілкування. Цей вид компетенції властивий високоосвіченій, культурній людині, сформованій особистості.

Мовленнєва компетенція – це вміння адекватно і доречно практично користуватися мовою в конкретних ситуаціях (висловлювати свої думки, бажання, наміри, прохання тощо), використовувати для цього як вербальні, так і невербальні (міміка, жести, рухи, погляд, постава, кольори) та інтонаційні засоби виразності мовлення.

4. Поняття про державну мову. Мовне законодавство та мовна політика в Україні

Державна мова – закріплена традицією або законодавством мова, вживання 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 тощо [2, 126]. Термін «державна мова» з'явився у часи виникнення національних держав. У однонаціональних державах немає необхідності юридичного закріплення державної мови, у багатонаціональних країнах Конституцією (законодавством) статус державної, як правило, закріплюється за мовою більшості населення. У деяких країнах відповідно до їхнього територіально-етнічного складу статус державних надано двом і більше мовам (наприклад, у Канаді – англійській та французькій). У демократичних країнах зі статусом однієї

мови як державної забороняється дискримінація громадян за мовною ознакою, носії інших мов мають право користуватися ними для задоволення своїх потреб.

Українці мають більше ніж тисячолітню історію вживання рідної мови в різних сферах громадського і культурного життя. Давньоруська мова в добу Київської Русі була не лише мовою художньої літератури, літописання, а й мовою законодавства та діловодства, офіційного і приватного листування. Отже, вона фактично була мовою державною.

Українська мова мала статус, близький до державного, у XIV – 1-й пол. XVI століття на землях Галичини та Західної Волині, що тоді перебували під владою Польщі. Вона вживалася в судах і діловодстві, очевидно, на основі якогось акта-привілею, який не зберігся. Напевне, існувала й домовленість про те, що королівське діловодство, яке стосувалося українських земель, мало здійснюватися також українською мовою. Про це свідчить переклад українською мовою Віслицького статуту 1357 року короля Казимира Великого – зібрання правових, насамперед карних, норм середньовіччя Польщі та численні грамоти, які вийшли з королівської та приватних канцелярій, інших установ. Українською мовою іноді користувалися татарські хани у зносинах з польськими королями. Протягом XIV – XVI століть українська писемно-літературна мова вживалася на державному рівні у Молдовському князівстві. Значна частина пам'яток українського ділового стилю того часу походить з канцелярії правителів Молдови. Отже, українська літературна мова в XIV – XVI століттях мала функції міжнаціональної. Укладена 1569 року в Любліні унія Литви з Польщею призвела до того, що майже всі українські землі перейшли до складу Польського королівства. Представники української шляхти (зокрема, Київщини та Волині) на Люблінському сеймі домоглися від короля привілеїв, які дали забезпечувати функціонування української мови в офіційно-ділових сферах. Наприклад, у привілеї шляхті Київщини 1569 року зазначено, що «в усяких справах їхніх судових, як позови, вписування до [актових] книг, акти і усілякі потреби їх, так і в судах наших замкових і земських, як і в канцелярії нашій коронній, декрети наші у всіх потребах наших королівських, у земських коронних

до них листи не яким іншим, тільки руським письмом писані й відправлювані бути мають вічними часами» [2, с.127].

Після приєднання України до Росії спеціального акта про державність української мови не було прийнято, бо функціонування її у генеральній, полкових, сотенних канцеляріях, у судах, ратушах – у всіх державних установах Гетьманщини вважалося природним. Листування Б. Хмельницького з російським царем Олексієм Михайловичем велося українською писемно-літературною мовою, а Олексія Михайловича з Б. Хмельницьким – російською.

На Лівобережній Україні в державних установах українська мова збереглася до початку 80-х рр. XVIII століття, коли російський царат ліквідував залишки автономії України. Відтоді аж до 1917 р. на всіх історичних землях України, що були в складі Російської імперії, вона перестала функціонувати не тільки в державних установах, а й в освітніх закладах: друкування книжок українською мовою, крім художніх текстів та історичних пам'яток, було заборонене (Валуєвський циркуляр 1863 р., Емський акт 1876 р. та ін.). Українські школи, українська преса і книговидання діяли лише в Австро-Угорщині (навіть у часи найбільших національно-мовних утисків). Тільки в січні 1919 р. законом Директорії Української Народної Республіки українська мова була проголошена державною із забезпеченням прав мов національних меншин. Такий самий Закон ухвалила Західноукраїнська Народна Республіка. Державність української мови була утверджена згодом і на Закарпатті – в конституції Карпатської України, прийнятій 15 березня 1939 р.

Статус української мови, близький до державного, гарантувався «Положенням про забезпечення рівноправності мов та про сприяння розвитку української культури», затвердженим ВУЦВК та РНК УСРР 6 липня 1927 р., в якому зазначалося: «Відповідно до переважного числа людності УРСР, що говорить українською мовою, брати як переважну мову для офіційних зносин українську мову» (розділ I). «Положення» забезпечувало рівноправність мов усіх національних меншин України. Однак з 30-х до 90 рр. XX століття воно не виконувалося, що спричинило обмежене використання української мови як державної та призвело до звуження її функцій на більшій частині території України, до гальмування

природного розвитку її системи та вдосконалення функційних стилів. Усе це неминуче вело до денаціоналізації українського народу, гальмувало його національно-духовний розвиток. 28 жовтня 1989 р. Верховна Рада УРСР прийняла Закон УРСР «Про мови в Українській РСР», в якому сказано: «Відповідно до Конституції Української РСР державною мовою Української Радянської Соціалістичної Республіки є українська мова. Українська РСР забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах життя» (ст. 2 розд. I). Разом з тим у Законі зазначено, що держава створює необхідні умови для розвитку і використання мов інших національностей, які проживають в Україні. Було складено й затверджено урядову програму розвитку української та інших мов України до 2000 року. В ній передбачено утвердження української мови як державної поетапно в різних регіонах країни. Однак програма виконується надто мляво, особливо в південних та східних областях. Справу пригальмувало й те, що певні політичні сили настійно домагалися проголошення російської мови як «офіційної» разом із державною українською, тобто фактично двох державних мов, оскільки термін «офіційна мова» в міжнародній практиці – це синонім терміна «державна мова». Визнання російської мови як офіційної призвело б до істотного обмеження функції української мови в ролі єдиної державної мови. У Конституції України, прийнятій Верховною Радою 28 червня 1996 р., зафіксовано: «Державною мовою в Україні є українська мова. Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України».

В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України. Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом» (ст. 10) [2, с.128].

Для громадян України оволодіння українською мовою є не лише правом, а й одним із основних громадянських обов'язків перед державою, у якій вони живуть і яка про них піклується. Оволодівши державною мовою, кожний громадянин має змогу:

- утвердити себе і самовиразитися, здобути суспільне визнання; реалізувати свої права бути обраним чи призначеним на державні й громадські посади (незалежно від етнічного походження і віросповідання);
- розвивати творчі можливості в обраній сфері діяльності;
- прилучатися до скарбниці української національної культури і збагачувати її здобутками інших культур, якими володіє;
- усвідомлювати свій органічний зв'язок з народом, культурою, державою.

Українська мова повинна бути рідною для кожного, хто вважає себе належним до українського народу.

Мовна політика – це комплекс цілей та принципів, що визначають регулювання мовних практик у різних сферах життя держави й суспільства, а також сукупність правових, адміністративних та господарчих механізмів, через які здійснюється згадане регулювання.

Усяке явище досягається в його генезі й динаміці. Нинішнє становище української мови й культури зумовлене тяжкою історичною спадщиною – століттями бездержавності, коли різні імперські режими послідовно проводили політику обмежень, переслідувань, заборон української мови, культури, а то й будь-яких форм українського національного життя. В історичних архівах зафіксовані багато офіційних актів, що декретували таку політику, і ще набагато більше – фактів терору проти українських культурних організацій та носіїв української мови. Все це було складовою частиною системної асиміляції українського народу. Майже сто років тому Михайло Грушевський сказав: «Якщо ми, українці, хочемо, щоб нас поважали інші народи, то треба нарешті почати з поваги до самих себе». К. Маркс визначив суспільний закон: «якщо людина живе на землі іншого народу, в його державі і не знає мови цієї держави, то ця людина або гість, або окупант, або раб цього окупанта».

Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування. Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом». Базовим законом, який регулює в Україні використання мов, є також Закон «Про мови в Українській РСР», введений в дію 28 жовтня 1989 року. Закон встановлює права

громадян використовувати російську мову (позначену як мова міжнаціонального спілкування) разом з державною – українською – мовою при зверненні до державних та громадських закладів, публікації актів найвищих органів державної влади та управління, виготовленні технічної та проектної документації тощо.

Мовна політика на загальнодержавному рівні визначається Конституцією України, відповідними законами (крім закону «Про мови в Українській РСР», законами «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про інформацію», «Про рекламу», «Про захист прав споживачів», «Про Збройні сили України», «Про підприємництво» та іншими (всього понад 40 законів), указами й розпорядженнями Президента, постановами й розпорядженнями уряду та відповідних міністерств і відомств. 14 грудня 1999 року Конституційний Суд України прийняв Рішення про офіційне тлумачення положень статті 10 Конституції України щодо вживання державної мови органами державної влади, органами місцевого самоврядування і використання її в навчальному процесі в закладах освіти України, в якому вказав, що під державною (офіційною) мовою розуміється мова, якій державою наданий правовий статус обов'язкового засобу спілкування в публічних сферах громадського життя. З 1 вересня 2005 року набрала чинності норма, згідно з якою судочинство в Україні повинне здійснюватися виключно державною мовою. 20 грудня 2007 року Конституційний Суд України виніс ухвалу про обов'язкове дублювання, озвучування або субтитрування всіх іноземних фільмів, що транслюються в Україні, лише державною мовою.

Мовне питання не можна розглядати ізольовано від усієї політичної, соціально-економічної та культурної ситуації. Нині втрачено ту ініціативу в мовній політиці, яка починала народжуватися в час здобуття незалежності. Причини – і в об'єктивних обставинах (кризовий стан суспільства, зниження престижу українськості внаслідок соціальних розчарувань), і в суб'єктивних (незацікавленість державних структур, «втома» громадських інституцій, пряма політична протидія з боку певних груп). Закон «Про мови» не виконується, програми підтримки української мови (як і культури) не здійснюються – як через відсутність належного фінансового, технічного, організаційного забезпечення, так і через брак або

невиявленість державної волі. У багатьох сферах ми відкинені назад навіть порівняно з кінцем 80-х років ХХ століття. У нинішній складній ситуації державна мовна політика має поєднувати цілеспрямованість і рішучість з розсудливістю, тактовністю і навіть обережністю в засобах.

Державна мова – візитна картка держави. Якою є та візитна картка, такою і є держава.

5. Мовні норми

Поняття літературна мова нерозривно пов'язане з поняттям мовної норми. **Норма літературної мови** – це сукупність загальноновизнаних правил, що вважаються правильними та зразковими, якими користуються носії мови в усному та писемному мовленні на певному історичному етапі.

Одним із показників досконалості кожної літературної мови є сталість норм. Але мова – живий організм, вона постійно розвивається, тому їй притаманна така риса, як історична змінність. Проте історична змінність норми поєднується з її відносною стійкістю та стабільністю, без яких мова не може повнокровно існувати. Зміна норми, як правило, відбувається разом (або у зв'язку) із суспільними змінами. Зі зміною суспільства, в процесі історичних змін удосконалюються мовні норми. Але норми не можуть змінюватися часто, бо різні покоління не розуміли б одне одного [5, с. 195].

Мовна норма – це сукупність мовних засобів, що відповідають системі мови й сприймаються її носіями як зразок суспільного спілкування у певний період розвитку мови й суспільства. Мовна норма – головна категорія культури мови.

Мовними нормами мають володіти всі носії української мови. Вони є єдині і загальнообов'язкові. Виробляються мовні норми суспільномовною практикою народу, відшліфовуються майстрами слова різних стилів, обґрунтовуються мовознавчою наукою і узаконюються певними урядовими і науково-освітніми актами.

Мовна норма – поняття ширше, ніж літературна норма. Це категорія історична, змінна, зумовлена змінами в самій системі мови. Наприклад, буква *ѣ* була

запозичена ще з XIV століття, а в писемному мовленні вперше застосована в Пересопницькому Євангелії (1556 р.) Але в 1933 р. з ідеологічних міркувань ця буква була вилучена з українського алфавіту, тому що в російській азбуці її немає. Літеру поновлено в 1990 р. в 3-му виданні «Українського правопису». Отже, мовна норма у зв'язку з літерою *г* мінялася тричі. А буква *ф* теж запозичена приблизно в той же час, але ніяких змін не зазнавала.

Норми української літературної мови характеризуються системністю, історичною і соціальною зумовленістю, стабільністю. Більшість норм української мови безваріантні, тобто однозначні. Наприклад, слово *земля* вимовляють з наголосом на останньому складі. Але разом з тим у мові іноді трапляються варіанти. Це свідчить про становлення мовної норми. Наприклад, можна сказати *зал* – іменник чоловічого роду, а можна *зала* – іменник жіночого роду. Варіантність норми – діалектична взаємозалежність стабільності й змінності в нормі, головний показник літературної виробленості мови.

Опанування норм сприяє підвищенню культури мови, а висока культура мови є свідченням культури думки. «Культура мови починається з самоусвідомлення мовної особистості. Вона зароджується й розвивається там, де носіям національної літературної мови не байдуже, як вони говорять і пишуть, як сприймається їхнє мовлення в різних суспільних середовищах, а також у контексті інших мов. Тобто культура мови безпосередньо пов'язана з соціологією і психологією не тільки в плані вироблення моделей, зразків мовної поведінки, а й щодо формування мовної свідомості». Нормативність мови виявляється на рівні орфоєпії, акцентуації, лексики, морфології, синтаксису, фразеології, стилістики.

Види мовних норм

Таблиця 1

№	Назва норми	Що регулюють норми
1	Орфоєпичні	правильність вживання звуків і звукосполучень, наприклад, звук <i>р</i> в кінці слова та в кінці складу буває лише твердим: <i>лікар, комар, яр, буквар, чотирма, Харків</i>
2	Акцентуаційні	правильність вживання наголосу (<i>вИпадок, каталОг, одинАдцять</i>)

3	Орфографічні	правильність вживання букв, написання слів: <i>їжджу, буквеній, морквяний, всього-на-всього</i>
4	Морфологічні	правильність вживання і побудови слів та їх форм: найвищий ступінь порівняння прикметників твориться за допомогою префікса <i>най-</i> і ніколи не твориться за допомогою частки <i>самий</i>
5	Синтаксичні	правильність побудови словосполучення і речення: дієприкметникові чи дієприслівникові звороти в діловому мовленні ставляться в реченні лише на першому місці; слова в словосполучення поєднуються за відповідними синтаксичними нормами: дякую мамі (а не маму), на зупинках (а не по зупинкам) тощо
6	Лексичні	правильність вживання слів у властивому для них значенні: <i>адрес – адреса</i> (адреса – місце проживання людини чи розташування закладу, установи; <i>адрес – вітальний адрес з нагоди ювілею</i>); <i>курити – палити</i> (курити цигарки, палити багаття).
7	Фразеологічні	правильність вживання фразеологізмів (стійких словосполучень) у різних мовленнєвих ситуаціях, наприклад, для побутового чи художнього мовлення доречними будуть такі фразеологізми: <i>бити байдики, лебедина пісня, врізати дуба, як рак свисне</i> ; у науковому стилі вживаємо <i>як зазначає автор, на підставі сказаного вище, як показали дослідження</i> тощо.
8	Стилістичні	правильність вживання мовних засобів залежно від мети висловлювання і мовленнєвої ситуації: у науковому мовленні доречно вживати терміни, а якщо говорити в побуті науковими конструкціями, то таке мовлення не завжди можуть зрозуміти.

Літературна мова становить культурне надбання нації, є важливим чинником єдності національного мовного простору. Духовний і матеріальний розвиток народу відбивається у його літературній мові. Завдяки стабільності літературних норм здобутки в галузі господарського, суспільно-політичного, культурного, художньо-естетичного життя нації зберігаються у літературній мові та передаються новим поколінням. Літературна мова чутлива до суспільних, культурно-історичних умов розвитку суспільства. Поширення її залежить від стану мовної політики в державі, освіті, культурі, традиціях народу. Літературна мова взаємодіє з іншими формами

національної мови, впливає на усне розмовне мовлення, пристосовуючи літературні норми до адекватного вираження думок і почуттів.

Питання для обговорення

1. Що таке національна мова?
2. Що називається літературною мовою?
3. Що називається державною мовою?
4. Які ви знаєте законодавчі акти щодо державної української мови?
5. У які історичні періоди розвитку України українська мова була державною?
6. Як знання державної мови формує фахівця будь-якої галузі?
7. Назвіть, які ви знаєте мовні норми.

ЛЕКЦІЯ 2

ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

План

1. Поняття культури мови й культури мовлення
2. Основні комунікативні ознаки культури мовлення
3. Функції мови
4. Словники та їхня роль у підвищенні мовленнєвої культури мовця
5. Типи словників
6. Мовленнєвий етикет як універсальне явище
7. Етикетні мовні формули

Література

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика й культура української мови. – Львів: Світ, 2003. – 232 с.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004. – 480 с.
3. Зубков М. Г. Сучасне українське ділова мова. – 4-те вид., доповнене. – Х.: Торсінг, 2003. – 448 с.
4. Коваль А.П. Культура ділового мовлення. – К.: Либідь, 1997. – 295 с.

5. Корж А. В. Ділова українська мова для юристів: Лекції та комплекс, завдання: Навч. посіб. / Нац. акад. внутр. справ України. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2002. – 176 с.

6. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Українська мова: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1998. – 416 с.

7. Пономарів О.Д. Стилїстика сучасної української мови. – Підручник. – К.: Либідь, 1993. — 248 с.

8. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців: Навч. посібник – К.: Літера ЛТД, 2004. – 400 с.

1. Поняття культури мови й культури мовлення

Сьогодні мова і культура об'єдналися у царині духовних цінностей українського народу. Мова є засобом саморозвитку й самовираження особистості, тому необхідно виховувати культуру мови, дбати про те, щоб мовці послуговувалися нею, активно її вивчати, оволодівати виражальними засобами рідної мови. Культура мови є першою ознакою загальної культури людини. Відомий український мовознавець М. Русанівський зазначав, що: «Мовна культура – це надійна опора у вираженні незалежності думки, розвиненості людських почуттів, у вихованні діяльного, справжнього патріотизму. Культура мови передбачає вироблення етичних норм міжнаціонального спілкування, які характеризують загальну культуру нашого сучасника».

Із

часу виникнення науки про мову можна говорити й про складову частину мовознавства – культуру мови. Адже з культурою мови насамперед пов'язують уміння правильно говорити й писати, добирати мовно-виражальні засоби відповідно до мети й обставин спілкування. Культура мови утверджує норми сучасної української літературної мови: лексичні, граматичні, стилістичні, орфоепічні, орфографічні тощо.

Сучасна мовознавча наука чітко розрізняє поняття «культура мови» і «культура мовлення». Якщо мова йде про наукову дисципліну, завдання якої є вдосконалити

літературну мову як засіб культури, про її теоретичне надбання, про зіставлення різних жанрів і форм висловлювань, про мовне життя суспільства і тенденції його розвитку, тоді є підстави вживати термін «**культура мови**». А якщо нормативно-регулювальний аспект, пов'язаний із встановленням правил користування мовними засобами, зорієнтований на носіїв мови, тоді можемо вживати термін «**культура мовлення**».

Отже, наука, що вивчає нормативність мови, її відповідність до тих вимог, що ставляться перед мовою в суспільстві, називається **культурою мови**. Вона розробляє правила вимови, наголошення, слововживання, формотворення, побудови словосполучень і речень та вимагає від мовців їх дотримання. Досконале володіння мовою, її нормами в процесі мовленнєвої діяльності людини визначає її **культуру мовлення**.

Мова і мовлення, як стверджують лінгвісти, взаємозалежні між собою і в той же час існують певні відмінності між ними.

Мова – це: 1) ієрархічна багаторівнева система, де форма мовного знака співвідноситься з його значенням; 2) система знаків, що відрізняється від інших знакових систем; 3) найважливіший засіб людського спілкування; 4) засіб кодування і зберігання інформації; 5) загальна система спілкування, що склалася історично й обслуговує суспільство в усіх сферах його діяльності.

Мовлення – це: 1) мовленнєвий процес у багатьох його видах і формах (говоріння, писання, слухання, читання, думання), а також мовчазна розмова з самим собою; 2) вияв процесу формування (а не втілення) думки; 3) вияв одиниць мови усіх рівнів і правил їх поєднання; 4) засіб конкретизації спілкування; 5) вибір елементів спілкування і поєднання їх у комунікації.

Відмінності мови і мовлення

1. Мова – загальне явище. Мовлення – індивідуальне.
2. Мова прагне стабільності. Мовлення – динамічне, рухливе.
3. Мова захищається від історичного та соціального впливу своїми нормами та правилами. На мовлення впливає історичне і соціальне оточення.

4. Мова може бути змодельована. Мовлення важко піддається опису за допомогою моделей.

5. Мова підпорядкована лише лінгвістичним закономірностям. Мовлення підпорядковане ще й нелінгвістичним закономірностям.

6. Мова прагне з'явитися у вигляді абстрактної схеми. Мовлення – матеріальне.

Однак протилежність мови і мовлення не можна розглядати метафізично. Між мовою і мовленням існує діалектична єдність. Глибоке знання мови і мовлення свідчать про високий рівень культури мовця.

2. Основні комунікативні ознаки культури мовлення

Мовленнєва культура особистості залежить від її орієнтованості на основні ознаки зразкового й бездоганного мовлення. Якщо ви хочете, щоб ваше мовлення було цікавим, зрозумілим, сприйнятливим для слухача, то обов'язково дотримуйтеся основних комунікативних ознак мовлення.

Логічність мовлення є важливою ознакою культури мовлення. Щоб мовлення було логічним, треба володіти насамперед знаннями мови, вміти послідовно міркувати, логічно мислити, вміти обґрунтовувати і пояснювати факти, робити висновки, оволодіти логікою викладу. Основними умовами логічності є: правильний порядок слів і речень, уникнення повторення (тавтології), зайвих слів; правильність і чіткість у побудові речень, оскільки нечіткість і заплутаність висловлювань свідчать про неясність думок.

Точність мовлення утримує нас від зайвого говоріння. Вона передбачає правильний вибір жанру текстів, умов, середовища, колориту спілкування і залежить від культурно-освітнього рівня мовців.

Точність пов'язується з умінням чітко мислити, умінням зіставити слово з особою, предметом, дією, явищем. Виражаючи власні думки, варто добирати слова, які відповідають висловлюваному змістові.

Найголовнішими засобами точності нашого мовлення є лексичне багатство української мови.

Правильність мовлення – це правильне, не перекручене розуміння понять, термінів, якими передаються ці поняття, доречно їх вживання, зв'язок думок і понять у єдину теорію, ясність викладу. Зразком правильності слугують норми, правила вимови, наголошування, словотворення й формотворення, будови словосполучень і речень, словозміни, слововживання тощо. Щоб забезпечити правильність мовлення, необхідно добре володіти нормами літературної мови.

Ясність мовлення забезпечує адекватне розуміння сказаного, а також точність та логічність викладу. Ясності усного мовлення сприяють чітка дикція, логічне й фонетичне наголошування, правильне інтонування, розмірений та уповільнений ритм, спокійний і ввічливий тон.

На письмі ясність досягається послідовністю лінійного викладу матеріалу, що відображає логічне розгортання думки, точним називанням, членуванням тексту на абзаци відповідно до тем, підтем і сегментів думки, повтором основних, ключових слів.

Чистота мовлення тісно пов'язана з правильністю і нормативністю. Якщо у мовленні немає ніяких порушень, зокрема лексичних, стилістичних, орфоепічних та інших, то воно вважається чистим. Чисте мовлення – це таке, в якому немає нелітературних елементів. Чистота мовлення виявляється у правильності літературно-нормативної вимови, у відсутності інтерферентних явищ, позалітературних елементів: діалектизмів, вульгаризмів, канцеляризмів, плеоназмів, макаронізмів, штампів, слів-паразитів тощо.

Виразність мовлення забезпечується оригінальністю у висловлюванні думок. Найбільше ця ознака залежить від ерудиції мовця, його рівня знань. Виразність мовлення включає засоби художньої виразності, зокрема порівняння, метафори, епітети тощо; фонетичні засоби: інтонацію, дикцію, темп мовлення, тембр голосу. Приємне враження справляє той мовець, який вміло користується мовними засобами, дотримується правильної інтонації, вміє виражати власне ставлення до предмета мовлення.

Багатство і різноманітність мовлення можна вважати однією ознакою. Багатство мовлення – розмаїття використовуваних слів, а різноманітність – це

володіння мовним багатством, лексичним арсеналом літературної мови, використання різноманітних мовних одиниць. Багатство мовлення досягається мовними засобами, які в тексті не повторюються, а різноманітність забезпечує вираження однієї й тієї ж думки різними мовними засобами. Мовлення кожної людини може бути одноманітним чи різноманітним, тому багатство мови й різноманітність мовлення залежать насамперед від глибини знань та ерудиції мовця.

Естетичність мовлення спирається на всі попередні ознаки: точність, логічність, чистоту, ясність, виразність, багатство і різноманітність тощо. Вона досягається добром мовних засобів, а також гармонійною цілісністю тексту. Як правило, естетичність мовлення найчастіше відображається у художній літературі, основною функцією якої є естетичний вплив на читача. Щоб досягти естетики мовлення, мовець повинен постійно збагачувати своє мовлення різними мовно-виражальними засобами, удосконалювати його, дотримуватись усіх норм літературної мови.

3. Функції мови

Сучасна українська мова є однією з найбагатших і найрозвиненіших мов світу. Вона виконує цілу низку функцій, найбільш важливими, як вважають мовознавці, є: комунікативна, номінативна, експресивна, ідентифікаційна, гносеологічна, мислетворча, естетична, культуросна, гуманістична, волюнтативна, виховна, магічно-містична.

1. Комунікативна (спілкування) функція – найважливіша функція мови, яка використовується в усіх сферах комунікації.

2. Номінативна (називна) функція – за допомогою цієї функції усі предмети, явища, якості, властивості, процеси тощо одержують назву, під якою існують в житті та свідомості мовців.

3. Експресивна (виражальна) функція – мова є універсальним засобом вираження внутрішнього світу. Вона дає змогу перетворити внутрішнє, суб'єктивне на зовнішнє, об'єктивне, доступне для сприйняття.

4. Ідентифікаційна функція – мова виступає засобом ідентифікації мовців, засобом ототожнення в межах певної спільноти. Ця ідентифікація виявляється і в часовому, і в просторовому вимірах.

5. Гносеологічна (пізнавальна) функція – мова є засобом пізнання світу. Пізнаючи мову, людина пізнає світ, причому світ у баченні саме цієї мовної спільноти. Мова є засобом мислення, формою існування думки.

6. Мислетворча (когнітивна) функція – мова є засобом формування думки. Людина мислить у мовних формах. Тому мислити – означає оперувати поняттями у мовній формі, у мовному вираженні.

7. Естетична функція – мова є матеріалом створення культурних цінностей. Вона є першоелементом культури. Якщо в живому мовленні мова виконує функцію спілкування, то в художньому творі – образотворення. Мова фіксує в собі естетичні смаки та уподобання своїх носіїв.

8. Культуроносна функція – мова є носієм культури. Культура кожного народу зафіксована в його мові. Пропагуючи свою мову у світі, ми пропагуємо власну культуру, її надбання, збагачуючи світову культуру. Мовна культура є показником її загальної культури.

9. Гуманізивна функція – мова є засобом передачі думок людей на відстані. Завдяки мові та мовленню думки окремих людей із їх власного надбання перетворюються на духовне надбання всього суспільства. Людина сприймає світ не лише власним розумом, а й органами відчуття і розумом усіх людей, досвід яких сприймається завдяки мові. Так людина стає носієм культури, отже, гуманізується.

10. Волюнтативна функція – мова є засобом вираження волі співрозмовника: вітання, прохання, запрошення, порада, спонукання тощо. Ця функція є близькою до експресивної.

11. Виховна функція – мова є засобом виховання людини. Ця функція є близькою до естетичної.

12. Магічно-містична функція – магічна функція мови проявляється в силі слова, у вірі людей у можливість за допомогою слова викликати богоявлення, оживити мертвих, подіяти на певний предмет чи особу, підкоряючи їх своїй волі.

Чимало виявів магічно-містичної функції мови є у звичаях, обрядах і традиціях україномовної спільноти.

Отже, всі ці функції взаємодіють між собою, тому відсутність чи неповнота використання однієї із них впливає на мову в цілому.

4. Словники та їхня роль у підвищенні мовленнєвої культури мовця

Словники відіграють велику роль у розвитку національної духовної культури. Вони відображають культуру мови народу і сприяють підвищенню рівня мовної культури. У них відображені знання, накопичені суспільством протягом століть. Словники дають змогу краще зрозуміти складні терміни, пояснити значення слів, їх написання та вимову, з'ясувати походження слів і переклад на іншу мову. Є різні дефініції словників. Словник Сучасної української мови подає таке визначення: «Словник – це книга, що містить перелік слів з поясненнями, тлумаченнями, перекладом на іншу мову».

Українська лексикографія має давню історію. Перші словники в Україні почали створювати ще в XIII столітті. Це були словники незрозумілих слів, написані від руки, а вже в другій половині XVI століття з'являються друковані перекладні словники, які й стали поштовхом подальшого розвитку української лексикографії.

Лексикографія – це розділ мовознавства, об'єктом якого є вивчення принципів систематизації слів та фразеологічних зворотів, укладання їх у словники різних типів.

5. Основні типи словників

Розрізняють два типи словників: **енциклопедичні** і **лінгвістичні**. **Енциклопедичні** – спеціальні словники поняттєво-довідкового характеру, вони тлумачать не слова, а пояснюють зміст, характер, сутність предметів, явищ, а також подають короткі відомості про різні країни, народи, мови, визначні події, про видатних політичних діячів, науковців, письменників, митців. В енциклопедичних словниках уміщують ілюстрації (фотографії, малюнки, репродукції), картографічні матеріали, статистичні, хронологічні таблиці тощо. До найбільш відомих

енциклопедичних словників належать такі: «Українська радянська енциклопедія» в 12-ти томах УРЕ (1977–1985 рр.); «Енциклопедія українознавства» 1-4-й томи на літери А–М (1993–1994 рр.); «Енциклопедія українознавства» в 3-х томах (1994–1995 рр.);

Універсальний словник енциклопедичний за редакцією академіка НАН України М. Поповича. «Універсальний словник енциклопедичний» УСЕ (2000 р.). Після першого видання відбулося кількаразове перевидання цієї енциклопедії.

Лінгвістичні (мовознавчі) словники пояснюють слова, їх значення, походження, написання, вимову тощо. Ці словники бувають **одномовні** і **перекладні**. Одномовні поділяються на: тлумачні, міжслівних зв'язків (синонімічні, антонімічні, паронімічні, омонімічні), діалектні, історичні, довідково-лінгвістичні (етимологічні, фразеологічні, орфографічні, орфоепічні, словотворчі, словники труднощів української мови та ін.). Перекладні словники дуже поширені в Україні, вони бувають дво-, три-, чотиримовними і більше.

Тлумачні словники трактують значення слів, подають їх основні мовні характеристики – граматичні ознаки, наголос, написання, розкривають стилістичні можливості та деякі особливості сполучуваності з іншими словами. Найкращим тлумачним словником української мови є «Словник української мови» в 11-ти томах (1970 – 1980 рр.), укладений науковими співробітниками Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні АН України. Це один із перших та найповніших тлумачних словників нашої мови. Він містить близько 135000 слів. Сучасні мовознавці та лексикографи працюють над створенням нового великого тлумачного словника української мови. Уже видано перший том цього словника.

Словник іншомовних слів уміщує слова з різних мов і дає коротке пояснення слів та термінів іншомовного походження. У 1974 р. побачив світ «Словник іншомовних слів» за редакцією академіка О. С. Мельничука, підготовлений співробітниками Головної редакції Української Енциклопедії. Вагомою лексикографічною працею є «Словник іншомовних слів» за редакцією Л. О. Пустовіт, який вийшов у 2000 році. Словник охоплює загальноповсякденну лексику і загальнопоширені терміни з різних галузей знань.

Термінологічні словники містять визначення слова-терміна і відомості про використання його в певній системі знань. Вийшли в світ термінологічні словники перекладно-тлумачні: «Словник лінгвістичних термінів» Є. Кротевича та Н. Родзевич (1957 р.); «Словник лінгвістичних термінів» Д. І. Ганич і І. С. Олійник (1985 р.) та інші.

Словники мови окремих письменників систематизують і пояснюють слова, уживані письменником у його художніх творах, подають ілюстрації, які розкривають особливості індивідуального слововживання в художньому мовленні. Прикладом таких словників є: «Словник мови Шевченка», опублікований у двох томах у 1964 р. – до 150-річчя від дня народження великого Кобзаря, та «Словник мови творів Г. Квітки-Основ'яненка» в трьох томах, який вийшов у Харкові в 1978–1979 рр.

Діалектні словники подають лексику територіальних говірок, з'ясовують значення і характер поширення діалектних слів. Їх поділяють на загальнодіалектні й регіональні.

Словники синонімів, антонімів, омонімів, паронімів розкривають змістові та стилістичні зв'язки між словами, а також притаманні словам певних груп і рядів своєрідні значення і відтінки значень. Такі словники сприяють піднесенню мовної культури, розвивають навички стилістичної майстерності. Найбільш відомими лексикографічними працями є: «Короткий словник синонімів української мови» П. М. Деркача (1960 р.); «Синонімічний словник-мінімум української мови» В. С. Ващенко (1972 р.); «Словник антонімів» Л. М. Полюги (1987 р.); «Словник синонімів української мови» в 2-ох томах за редакцією А. А. Бурячка, Г. М. Гнатюк, С. І. Головащука та ін. (2001 р.); «Словник паронімів української мови», укладений Д. Г. Гринчишиним і О. А. Сербенською (1986 р.).

Орфографічні словники подають правильне написання слів відповідно до орфографічних норм і мають велике значення для розвитку культури писемного мовлення. Українські орфографічні словники видавалися досить часто ще в 20-х роках, але у зв'язку з деякими змінами в правописі сучасної української мови виникла потреба в нових словниках. Відповідно до змін у правописі в 1994 р.

вийшов у світ «Орфографічний словник української мови», укладений науковцями НАН України, а в 1995 р. «Орфографічний словник української мови» А. А. Бурячка. В 1989 р. видано «Словник-довідник з правопису та слововживання» С. І. Головащука за редакцією В. М. Русанівського. Вагомою лексикографічною працею є «Словник труднощів української мови» за редакцією С. Я. Єрмоленко (1989 р.). Крім названих праць, сьогодні функціонує й багато інших словників, які подають орфографічну інформацію.

Орфоепічні словники містять інформацію про літературну вимову та наголос слів, допомагають удосконаленню усного мовлення. Надбанням української орфоепії є «Українська літературна вимова і наголос» за редакцією М. А. Жовтобрюха (1973 р.); «Орфоепічний словник» М. І. Погрібного (1984 р.); словник-довідник «Складні випадки наголошення» С. І. Головащука (1995 р.).

Етимологічні словники тлумачать походження і зміну значень слів, розкривають їх первинне значення, історичний розвиток. Зразком може бути «Етимологічний словник української мови» в семи томах за редакцією О. С. Мельничука (1982 – 1989 рр.).

Фразеологічні словники вміщують фразеологізми, крилаті слова, ідіоми тощо. Ці словники пояснюють значення фразеологізмів, особливості їх вживання, походження, можливості варіювання в мовленні. До визначних здобутків української пареміографії належать «Українські приказки, прислів'я і таке інше» М. Номиса (1864 р.); «Галицько-руські народні приповідки» І. Я. Франка в шести книгах (1901 – 1910 рр.); «Українські прислів'я та приказки» (1976 р., 1984 р.); «Шляхами народних приповідок» (1994 р.); «Словник українських ідіом» Г. М. Удовиченка (1968 р.); «Словник фразеологічних синонімів» М. П. Коломійця та Є. С. Регушевського (1988 р.).

Перекладні словники. В Україні дуже поширені перекладні словники, зокрема двомовні та багатомовні. Ними досить широко користуються учні, студенти та всі ті, хто вивчає іноземні мови.

Серед російсько-українських та українсько-російських словників є найбільш відомі: «Російсько-український і українсько-російський словник»

Д. І. Ганича, І. С. Олійника (1984 р.). «Російсько-український словник» Д. І. Ганича, І. С. Олійника (1962 р.); Крім російсько-українських і українсько-російських, видано двомовні словники інших мов: «Французько-український словник» за редакцією Б. І. Бурбело (1989 р.); «Українсько-французький словник» за редакцією К.М. Тищенка (1986 р.) тощо. Зразком багатомовних словників є такі: «Українсько-латинсько-російський медичний словник» (1960 р.); «Словник фізичної лексики українсько-англійсько-німецько-російський» В. Козирського і В. Шендеровського (1996 р.) та інші.

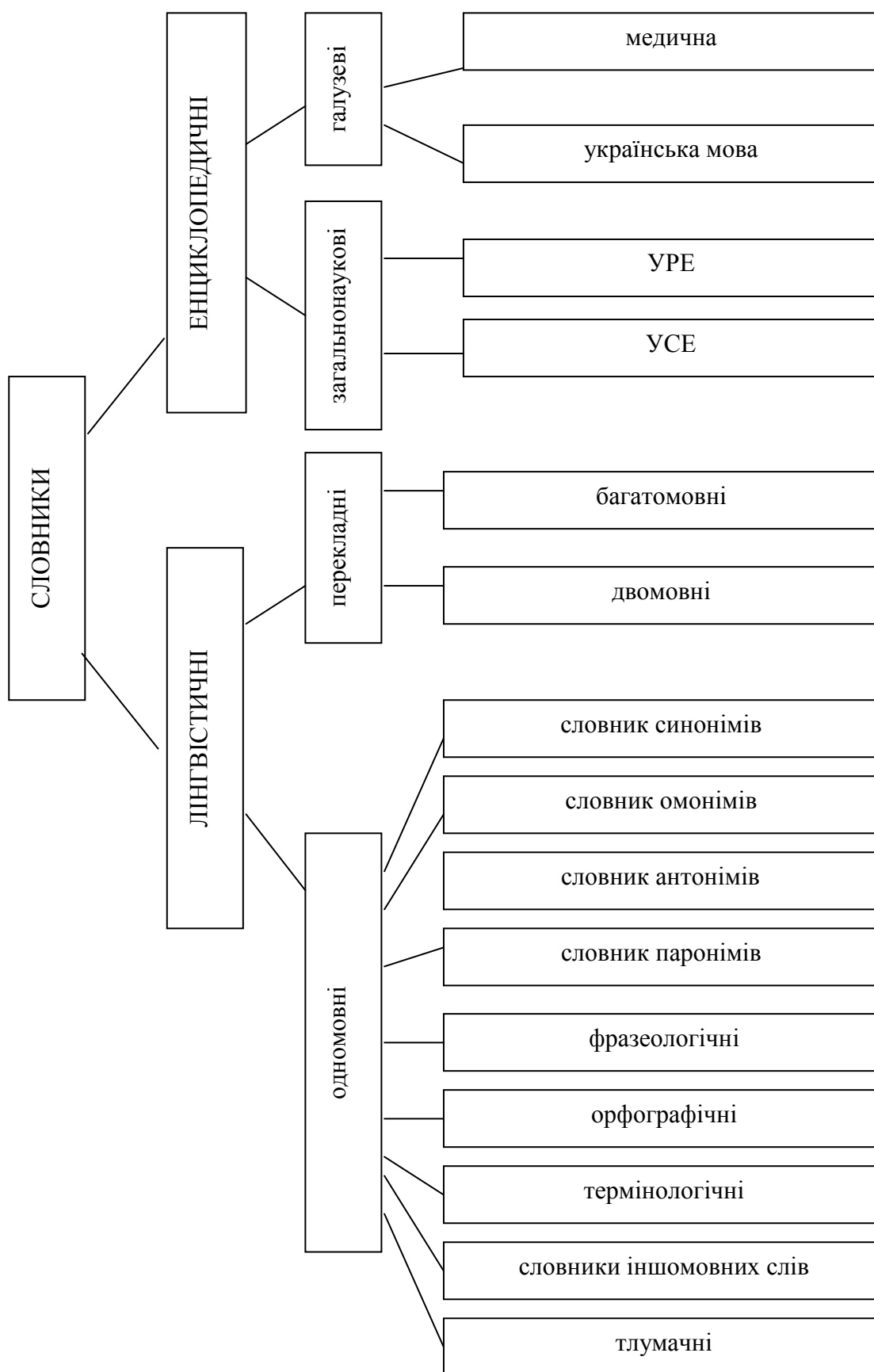


Схема 1. Види словників.

Словники мають велике значення в культурному житті людини, адже сучасна людина не може обійтись без словників, бо саме вони слугують розвитку мовної та пізнавальної культури особистості, збагачують мовлення, роблять його більш досконалим та цікавим.

6. Мовленнєвий етикет як універсальне явище

Сьогодні все більше зростає увага до питань мовної комунікації, зокрема вивчення мовленнєвого етикету. Існує багато визначень мовленнєвого етикету. Традиційне розуміння мовленнєвого етикету встановилося в лінгвістичній, соціо- і психолінгвістичній літературі. Термін етикет походить від французького слова *etiquette*, що означає ярлик, етикетка.

Мовленнєвий етикет – це правила мовленнєвої поведінки, які закріплені в системі стійких висловів, прийнятих певним колективом носіїв цієї мови на певному етапі розвитку суспільства в особливих ситуаціях спілкування.

Мовний етикет – як форма нормативної мовленнєвої поведінки в суспільстві в цілому.

Мовленнєвий етикет – сукупність всіх етикетних мовних засобів і правил їхнього використання в тих або інших ситуаціях.

М. Стельмахович стверджує, що український **мовленнєвий етикет** – це національний кодекс словесної добропристойності, правила ввічливості який сформувався історично в культурних верствах нашого народу й передається від покоління до покоління як еталон порядної мовленнєвої поведінки українця, виразник людської гідності й честі, української шляхетності й аристократизму духу. Українське виховання застерігає дітей і молодь від вживання грубих, лайливих, образливих слів.

Визначальними етнопсихологічними особливостями українського етикету є передусім доброта, сердечність, простота, щирість і ніжність. На мовному рівні це виявляється в тому, що:

1) стрижневим словом багатьох висловів українського мовленнєвого етикету є слова з коренем **добр-, здоров-:** *добрідень, добрий вечір, на все добре, доброго здоров'я, здрастуй(те);*

2) наявна велика кількість слів-звертань із пестливими суфіксами: *сестричко, серденько, голубонько;*

3) у багатьох етикетних висловах вживається слово з коренем **ласк-:** *будь ласка, ласкаво прошу, з ласки вашої;*

4) існує багато висловів, які первинною своєю семантикою виражають доброзичливість: *будьте щасливі, Боже помози, дай Боже щастя;*

5) відсутні інвективи (непристойні, грубі лайки).

Мовленнєвий етикет включає ще й соціальномовні символи етикетного рівня (наприклад, етикетні формули поклону, подання руки тощо).

Історія культури нашого народу є надзвичайно багатою. Ми маємо багаті й давні традиції, які треба підтримувати і збагачувати в сучасних умовах комунікації.

7. Етикетні мовні формули

Для того, щоб правильно вміти встановлювати різноманітні контакти з людьми, мовець повинен добре знати і дотримуватись правил етикету, зокрема проявляти свою вихованість, привітність, доброзичливість, делікатність, повагу й шану до співрозмовника.

Відомо, що спілкування можливе за наявності: мовця, адресата, до якого звернена мова; мети і теми мовленнєвої діяльності. Науковці зазначають, що схематично код мовленнєвої ситуації можна зобразити так: «хто – кому – чому – про що – де – коли». Етикетною вважається тільки та ситуація, для якої суттєвими є відмінності між мовцями (їхній вік, соціальний статус, стать тощо).

Відповідно до різних мовленнєвих ситуацій існують етикетні мовні формули. Для їх позначення сьогодні використовують різні терміни – стандартні мовні конструкції, мовні кліше, етикетні формули, стійкі формули, етикетні вирази спілкування тощо. Усталені одиниці, вживані в комунікативному процесі, становлять предмет багатьох сучасних досліджень. Етикетні формули мовці

використовують практично в усіх ситуаціях спілкування. Вони вмотивовані стилістично та функціонально, оскільки забезпечують точність, однозначність і економність процесів спілкування.

Відбором етикетних мовних формул на кожному етапі створюється та чи інша **тональність** спілкування, яку можна визначити як ступінь дотримання етичних норм взаємодії комунікантів, як показник культури, інтелігентності співрозмовника. Розрізняють п'ять тональностей спілкування: **високу, нейтральну, звичайну, фамільярну і вульгарну.**

Висока тональність спілкування функціонує у сфері суто формальних суспільних структур (урочисті заходи, дипломатичні прийоми, брифінги тощо).

Нейтральна тональність функціонує у сфері офіційних установ.

Звичайна тональність характерна для спілкування на побутовому рівні.

Фамільярна тональність забезпечує спілкування в колі сім'ї, у дружньому товаристві.

Вульгарна тональність спостерігається в соціально неконтрольованих ситуаціях.

Етикетні мовні формули відповідно до різних мовленнєвих ситуацій.

1. Якщо ви хочете привітатися: *Добрий день! Добридень! Добрий вечір! Здрастуйте! Вітаю Вас! Здоров був! Здоровенькі були! Доброго здоров'я! Моє шанування! Салют! Радий (рада) вас (тебе) бачити (вітати)!*

2. Якщо ви хочете попрощатися: *До побачення! До зустрічі! Прощайте! Прощавайте! До завтра! На все добре! Щасливо! Дозвольте попрощатись! Бувай (бувайте) здорові! Усього найкращого! Дозвольте відкланятись! На добраніч! Щасливої дороги! Щастя Вам! Будь(те) щасливий (-а, -і)! Я з Вами не прощаюсь! Ми ще побачимось! Ми ще зустрінемося! Бажаю Вам добре провести час!*

3. Якщо ви хочете вибачитися: *вибачте; пробачте; даруйте; прошу вибачення; я дуже жалкую; мені дуже шкода; прийміть мої вибачення; винуватий (-а); перепрошую; не гнівайтесь на мене; я не можу не перепросити Вас; якщо можеш, вибач мені; не сердься на мене; вибач (-те), будь ласка; пробачте за турботу!*

4. Якщо ви хочете попросити: *будь ласка; будьте ласкаві; коли Ваша ласка; будьте люб'язні; прошу Вас; якщо Вам не важко; чи можу я попрохати Вас...; маю до Вас прохання...; чи можу звернутися до Вас із проханням...; дозвольте Вас попросити...; ласкаво просимо...; не відмовте, будь ласка; дозвольте Вас потурбувати; Ви мені допоможете...; я хочу попросити про послугу; у мене є прохання.*

5. Якщо ви хочете подякувати: *Дякую! Спасибі! Я Вам безмежно вдячний! Прийміть мою найсердечнішу (найщирішу) подяку! Дозвольте Вам подякувати! Дуже дякую за Вашу турботу! Щиро дякую! Вельми Вам вдячний! Безмежно Вам вдячний! Сердечно дякую!*

6. Якщо Ви хочете побажати: *Будь(-те) щасливий (-а, і)! Щасливої дороги! Успіхів тобі (Вам)! Хай щастить! Зичу радості (гараздів, успіхів)! З роси і води!*

7. Якщо ви хочете привітати: *Вітаю (Вас, тебе)! Зі святом! Прийми (іть) наші поздоровлення (вітання, привітання)! З Різдом Христовим! З днем народження! З найкращими побажаннями! Наше щире вітання!*

8. Якщо ви хочете познайомитись: *знайомтесь, це ...; я хочу представити тобі (Вам)....; дозволь(-те) представити (познайомити, відрекомендувати)...; рекомендую...; радий нашому знайомству...; маю честь представити (відрекомендувати)...; мені дуже приємно...*

9. Якщо ви хочете звернутися до когось: *пані; пане; панно; паничу; панове; шановне панство; добродію; добродійко; добродії; товаришу; товариство; громадо; друже; приятелю; подруго; колего; люди добрі; дорогі друзі; юначе, дівчино.*

10. Якщо ви хочете погодитись, підтвердити: *згоден; я не заперечую; домовилися; з радістю; Ви маєте рацію; без проблем; це справді так; авжеж; звичайно; певна річ; так; напевно; обов'язково; безперечно; безсумнівно; ми в цьому впевнені; будь ласка (прошу); гаразд (добре); з приємністю (із задоволенням); чудово.*

11. Якщо ви хочете заперечити: *ні; ні, це не так; нас це не влаштовує; я не згодний (згоден); це не точно; не можна; не можу; ні, не бажаю; Ви не маєте рації;*

Ви помиляєтесь; шкодую, але я мушу відмовитись; нізащо; це даремна трата часу; дякую, я не можу; про це не може бути й мови.

12. Якщо ви хочете виразити співчуття: *я Вас розумію; я відчуваю Вашу схвильованість (Ваш біль, Вашу стривоженість, Ваше хвилювання); це болить і мені; це не може нікого залишити байдужим; я теж перейнявся(лася) Вашим болем (горем, тривогою); я співпереживаю (Вашу втрату, Вашу тривогу); не впадайте у відчай (час усе розставить на місця, час вилікує, загоїть рану, втамує біль).*

13. Якщо ви хочете порадити, внести пропозицію: *дозвольте висловити мою думку щодо...; а чи не варто б...; чи не спробувати б Вам...; чи не були б Ви такі ласкаві прийняти мою допомогу (вислухати мою пропозицію, пораду); чи не погодилися б Ви на мою пропозицію; дозвольте запропонувати Вам.*

14. Якщо ви хочете відмовити: *мені дуже прикро, але ні; ні дякую; мені шкода, але я змушений(на) відмовити; на (превеликий) жаль, ні; дякую, не треба.*

Використання етикетних мовних формул відповідно до різноманітних мовленнєвих ситуацій допомагає комунікантам у процесі спілкування. Вибір таких усталених одиниць комунікантами, безперечно, залежить від позамовних чинників, зокрема соціального статусу; віку; статі; культурно-освітнього рівня адресата й адресанта; характеру ситуації спілкування; особистісних характеристик мовця тощо.

Питання для обговорення

1. Що таке «мова» і «мовлення»?
2. Основні ознаки культури мовлення?
3. Як на практиці досягти ознак культури мовлення?
4. Які ви знаєте типи словників?
5. Словникова справа в Україні на сучасному етапі.
6. Мовленнєвий етикет у фаховому мовленні.

ЛЕКЦІЯ 3

СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

План

1. Основні поняття стилістики.
2. Загальноживана та стилістично маркована лексика.
3. Функційні стилі сучасної української літературної мови, їх ознаки.
4. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів.

Література

1. Бабич Н.Д. Практична стилістика й культура української мови. – Львів: Світ, 2003. – 232 с.
2. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004. – 480 с.
3. Зубков М. Г. Сучасне українське ділова мова. – 4-те вид., доповнене. – Х.: Торсінг, 2003. – 448 с.
4. Пентиліук М.І. Культура мови і стилістики: Пробний підручник для гімназій гуманіт. профілю. – К.: Вежа, 1994. – 240 с.
5. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови. – Підручник. – К.: Либідь, 1993. — 248 с.
6. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців: Навч. посібник – К.: Літера ЛТД, 2004. – 400 с.

1. Основні поняття стилістики

Мова – це складне суспільне явище, це своєрідна система, що перебуває у постійному взаємозв'язку й розвитку. Під час мовлення виявляється механізм мови. Мова і мовлення взаємопов'язані. Мовленнєві акти є узагальненими формами передачі інформації, формами спілкування, вони реально існують у мовленнєвій діяльності людини.

Стан мови – це різні види мовленнєвої діяльності, що забезпечує процес обміну і передачі інформації. Українська мова виконує широкий обсяг функцій, вживається в різних сферах суспільного життя і задовольняє широкий спектр мовленнєвих, комунікативних, інформативних, естетичних та інших потреб людини, що приводить до її стильової диференціації. Залежно від тих чи інших умов використання мови виробляються певні усталені правила організації усного і писемного мовлення: добору слів, побудови речень, вживання багатств фразеологічного фонду тощо, які ще називаються стилістичними ознаками. У мовознавстві їх вивченням займається спеціальна дисципліна – стилістика.

Стилiстика – це наука, яка вивчає виражальні засоби мови для їх функціонування в мовленні залежно від мети висловлювання та мовленнєвої ситуації. Стилiстика тiсно пов'язана з культурою мови. Культуру мови і стилістику єднає спільне завдання – збагатити мовлення кожної людини, зробити його кращим, змістовнішим, правильнішим.

Науковці виділяють теоретичну та практичну стилістику. Теоретична стилістика досліджує загальні принципи використання мовних засобів у різних умовах, різних «життєвих ситуаціях» відповідно до мети і характеру висловлення. Основним поняттям теоретичної стилістики є **стиль**.

Прикладні проблеми досліджує практична стилістика. Вона має на меті реалізувати у спілкуванні опрацьовані рекомендації щодо вживання мовних засобів у тих чи інших ситуаціях, з'ясувати доцільність і можливість їх використання, навчити носіїв користуватися стилістичним потенціалом мови і в такий спосіб сприяти підвищенню культури усного і писемного мовлення. Основоположним постає поняття функційного стилю – такого варіанта або виду мовлення, що

покликаний втілювати одну з багатьох функцій мови, використовуючи для цього властиві тільки йому лексичні, морфологічні, синтаксичні, орфоепічні, акцентуаційні та інші мовні засоби, як цього вимагає конкретна сфера побутування, зміст повідомлення і мета висловлення. Система стилістичних засобів зумовлена призначенням стилю – задовольняти комунікативні потреби людей певної суспільної сфери.

Функційні стилі не існують окремо один від одного, вони взаємодіють між собою, співіснують як складові однієї системи, зберігаючи в собі специфічні стилістичні ознаки.

Кожен стиль має:

- а) функцію висловлювання (спілкування, повідомлення, діяння, вплив);
- б) сферу вживання;
- в) завдання мовлення, мовленнєву ситуацію, тему і форму висловлювання;
- г) загальні стильові риси;
- г) мовні засоби (фонетичні, лексичні, словотвірні, морфологічні, синтаксичні тощо);
- д) підстилі.

Стиль мовлення – це своєрідна сукупність мовних засобів, що свідомо використовується мовцем за певних умов спілкування. Кожний стиль має певний ступінь поширення в мові, сферу використання мовцями. Щоб мати уявлення про той чи інший стиль мовлення, треба знати, яку сферу людської діяльності він обслуговує і як пов'язаний з іншими стилями. Стилістичні засоби (фонетичні, лексичні, граматичні), якими володіє українська мова, використовуються для творення текстів усіх стилів, але функціонують вони в кожному стилі по-різному. Отже, й мовні ознаки стилів неоднакові.

2. Загальноновживана та стилістично маркована лексика

Найбільший тематично-стилістичний шар лексики мови становлять загальноновживані слова, які використовуються вільно, без будь-яких обмежень.

Загальноновживана лексика – це слова, які знають, розуміють і вживають у своєму мовленні усі носії мови.

Загальноновживана лексика характеризується стійкістю основних значень, (*бігти, вода, мати, перший, три*). Водночас цей склад може зазнавати змін, поповнюючись новими поняттями, що стають загальновідомими (*атомний, банк, екологія, комп'ютер, мрія, президент, робот*), або у зв'язку зі зміною стилістичної маркованості слова, його лексичної та синтаксичної сполучуваності. Загальноновживана лексика переважно належить до стилістично нейтральної, міжстильової, але не тотожна їй, має у своєму складі певну частину вільно вживаних емоційно-експресивних слів: *матуся, навіжений, попри*.

Загальноновживана (або загальнонародна) лексика включає в себе лексику як власне українську, так і загальновідому запозичену.

Стилістично забарвлені слова – це такі слова, що вживаються лише в певних стилях.

У науковому стилі вживають:

– терміни: *ковалентна решітка, радіус, рушійна сила, струм, комунікаційні системи;*

– номенклатурні назви: *кисень, «Зачарована Десна», ТУ-154, ренклод Семеренка;*

– іншомовну лексику: *функція, реле, абзац;*

– абстрактні поняття: *простір, згинання, мислення.*

Стилістично маркованою лексикою для **офіційно-ділового** стилю є канцеляризми, мовні штампи: *доводити до Вашого відома, чинне законодавство, вжити заходів, просимо надати.*

Виразжальними засобами у публіцистичному стилі є:

– суспільно-політична лексика – слова, що вживаються у політичному, громадському житті: *Верховна Рада, депутат, мітинг;*

– суспільно-економічна лексика: *маркетинг, інфляція, бюджет*.

Для **розмовного** стилю характерна лексика, яку використовують в усному, переважно побутовому, спілкуванні. **Просторіччя**: *байдикувати, балакати, велик, відік*. **Жаргонізми**: *бакси, хвіст* (у студентів), *барахло, черпак* (у солдатів). **Професіоналізми**: наприклад, *свідки* – це професіоналізм, вживаний на позначення макетів деталей, що додаються до кожної партії «...заготовки зубчастих коліс не мають свідків...»; слово *удар*, у текстильній промисловості вживається на позначення одиниці швидкості станка, професіоналізмами для проектувальників є: *проекувати з чистого місця, екстраполювати стелю*; для бухгалтерського вжитку: *зводити (підводити, знайомити), рахунки, дебет кредет обганяє, липовий баланс, заморозити рахунок, збити в купу рахунок* та ін.

У **художньому** стилі вживаються такі виражальні засоби: **епітети** – *сині гори, білії сніги, щастя золоте, вечора синь, просинь мети, невсипуций мозок, прив'ялі діброви, втомлена пісня*; **порівняння** – «*круглі хмари, білі, як сніг, жваві, ворущливі, мов живе срібло*», «*мов зачарований, стоїть Бахчисарай*»; «*горами хвилі підійма*»; «*...дівчинонька така гарна, як зіронька*»; «*ой то не зоря – то дівчина моя*»; **метафора** – *облетіли надії. вечір-мулат підійшов до порога*; **метонімія** – «*Радіє Київ рідний мій*» (Київ – замість кияни); «*І Коллара читає з усієї сили, і Шафарика, і Ганка*» (Коллара, Шафарика, Ганка – замість назви твору – ім'я автора), *золото у вухах* (замість: золоті сережки чи сережки із золота); **гіпербола** – *швидкий як блискавка, блискавичний удар*.

Всього в українській мові понад 200000 слів. Їх умовно можна поділити на загальноновживану та стилістично марковану лексику (Рис. 1). Загальноновживана лексика є основою будь якого стилю. Стилістично-маркована лексика увиразнює кожен стиль.

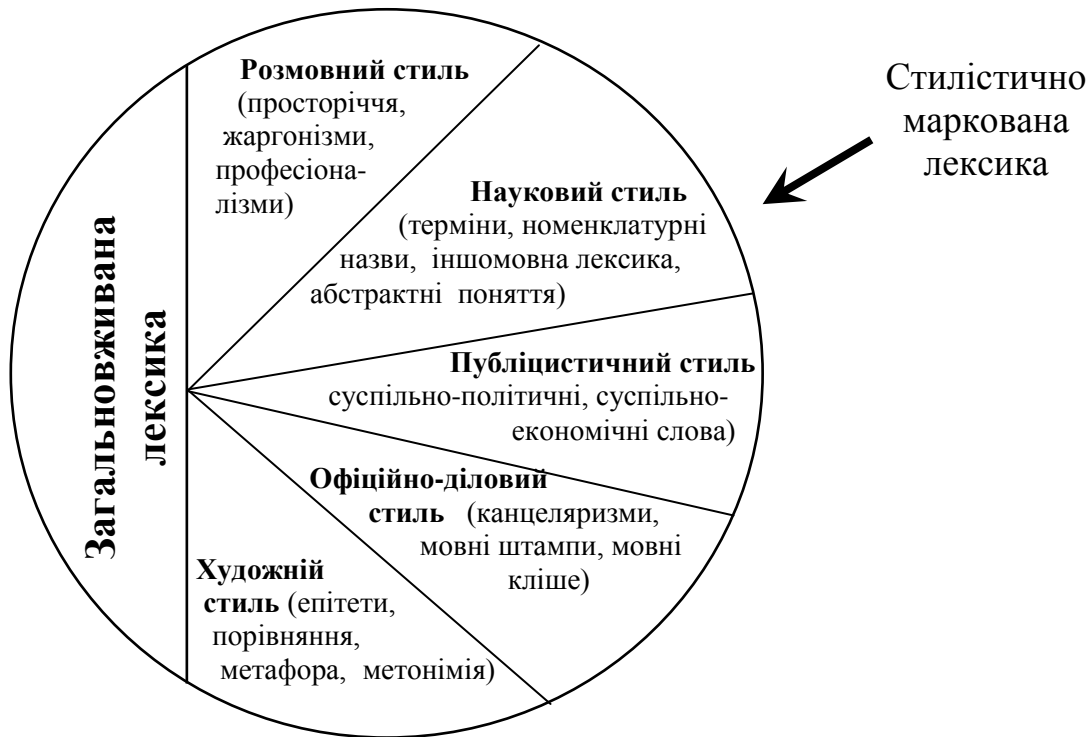


Рис. 1. Поділ лексики на загальноновживану та стилістично марковану.

3. Функційні стилі сучасної української літературної мови, їх ознаки

РОЗМОВНИЙ СТИЛЬ

Основна функція – спілкування, обмін думками.

Обставини мовлення – повсякденне спілкування у невимушеній ситуації, побуті, неофіційність стосунків між мовцями.

Сфера вживання – побут людей, щоденні бесіди в сім'ї, на роботі.

Загальні ознаки – невимушеність, жвавість бесіди, вільність у виборі слів і виразів, непередбаченість мовлення, безпосередня участь мовців у спілкуванні, вияв ставлення автора до співрозмовника і до того, про що говориться. Значна опора на позамовну ситуацію, а це призводить до того, що позамовна ситуація стає складовою частиною акту мовлення, вливається в нього, використання жестів і міміки.

Усна (рідше писемна) форма мовлення.

Мовні ознаки – просторічні слова позитивної чи негативної оцінки, звертання, питальні, спонукальні, окличні речення, діалогічна форма тексту. Цей стиль широко

застосовується і в писемному мовленні, зокрема в творах художньої літератури. В ньому широко використовуються розмовні, просторічні слова: *попоїсти, хатина, гепнути, очіпок, чмокнути, ляпати, роззява*, експресивні та емоційно забарвлені слова і звороти: *дівчинонька, голосочок, баньки, молодята, варити воду, п'ятами наживати*, діалектизми і жаргонізми: *жентиця, будз, файно, барахло, буза*.

Синтаксична будова тексту розмовного стилю теж своєрідна. Тут вживаються неповні, обірвані речення, слова-речення. Інтонація цих речень дуже різноманітна – питальна, оклична, розповідна, що дає можливість мовцям виявити свою безпосередність, індивідуальні риси.

Розмовний стиль, як один з найдавніших стилів, відіграє надзвичайно велику роль у формуванні мовленнєвих навичок.

НАУКОВИЙ СТИЛЬ

Основна функція – повідомлення (з'ясування, доказ наукових теорій, явищ, обґрунтування гіпотез, повідомлення наслідків дослідження, класифікація, пояснення явищ).

Обставини мовлення – наукова інформація, що доводиться до різних верств суспільства.

Сфера вживання – монографії, статті, підручники, посібники, довідники, енциклопедії, науково-популярні журнали тощо.

Загальні ознаки – точність, логічність, чіткість, послідовність викладу, вживання цитат, покликань на джерела, вживання схем, таблиць, малюнків і рисунків, графіків, символічних позначок, формул тощо. Текстам наукового стилю притаманна чітка внутрішня структура, послідовний поділ на розділи, параграфи, пункти, підпункти, що полегшує його сприймання, а також пошук у ньому певної інформації.

Мовні ознаки – терміни (*аберація, біогенетика, міцність, ущільнювання, енергозаощадження, енергетична стійкість*), номенклатурні назви (*Чорне море, Дніпро, дуб, береза, яблуня, аналгін, цитрамон, ТУ-154, соляна кислота*), іншомовні слова (*табулятор, епіциклоїдний, гіперболічний*), абстрактні поняття (*відстань, медоносність, дисоціація, надстійкість, гідрографія*). В науковому стилі

вживаються складні речення, речення з дієприкметниковими та дієприслівниковими зворотами, які ставляться на першому місці в реченні. Монологічна форма тексту.

Мова наукових праць відзначається досить високим ступенем стандартизації. Мова науки чітко відображає рівень науково-технічного прогресу. Вона впливає на розвиток мислення людини, виробляє здатність стандартизувати, узагальнювати явища дійсності і розвивати розумові здібності.

ОФІЦІЙНО-ДІЛОВИЙ СТИЛЬ

Основна функція – повідомлення (фактів державного чи приватного значення).

Обставини мовлення – ділові контакти між державними установами, окремими мовцями.

Сфера вживання – документи державних і фізичних осіб (ділові папери).

Загальні ознаки – офіційність, достовірність, точність, конкретність змісту, правильність, чіткість, стислість, логічна послідовність. Тексти офіційно-ділового стилю можуть містити таблиці, графіки, схеми. Вони поділяються на розділи, параграфи, пункти, підпункти.

Мовні ознаки – писемна (рідше усна) форма мовлення, слова ділової лексики, канцелярські штампи і шаблони (*з огляду на те, що; прошу дозволити; взяти до уваги; взяти за основу; ми, що нижче підписались; доводити до відома, згідно з розпорядженням, з метою обговорення, на підставі наказу, до заяви додаю, рекомендуємо, наказую, доповідаю, гарантуємо, прошу, ухвалити тощо*), розповідні прості речення. Монологічна (рідше діалогічна) форма тексту. Більшість жанрів ділового мовлення відображають позаіндивідуальне спілкування. Функція офіційно-ділового стилю виражається в тому, що він, вимагаючи певної форми при письмовому викладі змісту, надає висловлюванню характеру документа.

ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ СТИЛЬ

Основна функція – повідомлення, вплив на читача або слухача, переконання в правильності висловлених думок.

Обставини мовлення – передача інформації з метою пропаганди певних ідей, впливу на широкі верстви населення.

Сфера вживання – публіцистичні статті, виступи в газетах, журналах, на радіо, телебаченні, промови на зборах, мітингах тощо.

Загальні ознаки – пропагандистський, агітаційний характер, точність, логічність доводів, урочистість, піднесеність, офіційність, експресивність.

Мовні ознаки – суспільно-політична лексика (*держава, вибори, геополітика, корупція, мажоритарний*), суспільно-економічні слова (*бюджет, дебет, кредит, кредит, акциз, збитковість, капіталовкладення, ліміт*), емоційно забарвлена лексика (*красень, лебідонька, сонечко; перевертень, балагур, носище, старезний*), газетні штампи (*за повідомленням гідрометеобюро, дати путівку в життя, зустрітися з метою обговорення*), речення різної структури. Монологічна (рідше діалогічна) форма тексту.

ХУДОЖНІЙ СТИЛЬ

Основна функція – естетична, діяння, вплив на читача або слухача.

Обставини мовлення – відтворення дійсності через конкретно-чуттєві образи.

Сфера вживання – художня література: прозові, поетичні та драматичні твори, а також усна народна творчість.

Загальні ознаки – образність, емоційність, виразність, конкретність змісту, оригінальність, бажання намалювати живу картину, передати почуття (емоції), збудити уяву в читача (слухача).

Мовні ознаки – вживання літературних тропів (**метафора** – *батько Хміль, вічко вулика, світло знань, сіяти добро*; **метонімія** – *читати Шевченка, глухий звук, здоровий клімат, приміський потяг, зал аплодує*; **уособлення** – *мороз бере, замріялось поле, веселі хатки*; **алегорія** – *персоніфікація загальних моральних понять* – *Добро, Зло, Ніжність, Любов*; **епітети** – *місяць ясний, рученьки білії, владарка-ніч, буйний вітер, гірка доля*), слова з конкретним та переносним значенням, синоніми, антоніми, омоніми. Речення різної будови. Вживаються різноманітні синтаксичні конструкції, використовується синтаксичний паралелізм, однорідні члени речення, повтори, звеличання тощо.

4. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів

Вивчення норм української літературної мови, опанування майстерного володіння мовою в усіх важливих для спеціаліста сферах спілкування – це невід’ємна частина професійної підготовки майбутнього спеціаліста. За умов інтенсивного розвитку науково-технічного прогресу, який постійно збагачує професійне мовлення новими поняттями й термінами, основним критерієм визначення рівня культури професійного мовлення є ступінь оволодіння професійною термінологією і виробничою лексикою.

Специфіка професійного мовлення полягає в обслуговуванні сфери виробничих відносин, потреб спілкування між представниками однієї професії. Відмінні знання мови фаху «підвищують ефективність праці, допомагають краще орієнтуватися в складній професійній ситуації» [6, 74].

Під час обміну інформацією виникає прямий обмін думками, поглядами, ідеями, з’являються різні форми взаємних стосунків. Отже, слово – це робочий інструмент фахівця, мовлення – компонент його професійної майстерності. Від правильності, точності, логічності, зв’язності, переконливості, емоційності, доступності висловлювань залежать ефективність роботи в будь-якій галузі.

Процес формування професійної культури фахового мовлення складається з таких основних компонентів:

- засвоєння професійної лексики і термінології свого фаху;
- формування навичок роботи зі словниками, довідниками;
- сприймання, відтворювання і створення фахових текстів різних видів і стилів;
- моделювання мовленнєвих ситуацій, які виникатимуть у майбутній професійній діяльності;
- боротьба з мовленнєвою неохайністю в спілкуванні, уникнення типових порушень літературної мови в мовленнєвих стереотипах фахової галузі.

Інформаційно-мовна культура сучасного суспільства полягає у здатності мови забезпечувати повноцінне спілкування людей у різних сферах життя, серед яких

особливої ваги в останні десятиліття набуває науково-технічна сфера. Із середини XIX століття, коли розпочалася інформаційна революція і виробництво почало потребувати впровадження наукових досліджень, технічна наука стала масовою регульованою діяльністю, набула рис виробництва, злилася з ним в одну систему, що її обслуговує термінологічний ярус сучасної мови – самостійна, багаторівнева система когнітивно пов'язаних елементів.

Сфера науки, техніки, виробництва, обслуговування становить одну з форм суспільної свідомості з відповідним видом діяльності і формою думки. У наш час науково-технічна сфера впливає не лише на розвиток техніки і технології, а й на характер і спрямованість фундаментальних досліджень, на матеріальні умови суспільного та індивідуального буття, стиль мислення (не тільки професійного). Вивчення норм сучасної української літературної мови з урахуванням екстралінгвальних чинників сприятиме підвищенню загальномовної культури в сучасному суспільстві. З'ясування когнітивно-номінативних характеристик мовних процесів дає змогу задовольнити численні потреби фахівців, які працюють у різних сферах, накреслити напрями оптимізації пізнавально-комунікативної і професійно-виробничої діяльності.

Екстралінгвальною основою наукового стилю є сукупність теоретичних уявлень про предмети і явища навколишньої дійсності, тобто наукове знання. Хоч пізнання не є простим і прямим, оскільки не всі уявлення і гіпотези витримують перевірку часом, а все ж таки на кожному етапі формується сукупність знань, організована у відносно завершену систему. Нові дослідження вносять до цієї системи певні зміни чи навіть руйнують її, однак систематизація на основі встановлення логічних зв'язків між окремими фактами і явищами залишається основним шляхом створення наукової картини світу. Наукове знання закріплюється у системі мовних одиниць спеціального призначення – термінів відповідної галузі. Отже, участь мови в організації наукового знання на різних етапах пізнання неоднакова.

Процес пізнання навколишнього світу проявляється в його осмисленні й інтерпретації. Цей процес можна умовно поділити на дві частини:

1) етап індивідуальної інтелектуальної роботи (спостерігаючи певне явище й залучаючи нагромаджене попередниками знання в певній галузі, окремий науковець робить власні висновки й вносить зміни в наявну в його свідомості систему понять);

2) етап колективного освоєння нового знання (дослідник знайомить колег про результат своєї пізнавальної діяльності з метою переконати їх у слушності своїх поглядів і в необхідності змінити наукову картину світу).

На кожному з цих етапів мова відіграє специфічну роль: на першому етапі вона має суб'єктивно-особистісний характер, на другому – соціально-комунікативний.

Коли професіонал починає спілкування професійною мовою, відбувається ніби зміна мовного реєстру. Загалом мова (інструмент) залишається тією ж національною літературною мовою, але в конкретних (професійних) умовах вона дещо редукується, стає монотематичною, насичується спеціальними словами й висловами, використання яких передбачає той самий необхідний професіоналізм, тобто компетентність. Усе це можливе лише при переході суб'єктів спілкування на професійний рівень свідомості.

Перехід на професійну мову відбувається, як правило, автоматично. При цьому важливим компонентом професійного мовленнєвого акту виступає адресат, партнер у комунікації. Психологічні та соціальні особливості мовця й адресата дали дослідникам змогу виділити два самостійні різновиди професійної комунікації – інтерпрофесійну й інтрапрофесійну. В інтерпрофесійній комунікації професійні ролі комунікаторів не збігаються, тобто спілкуються представники різних професійних груп. Інтрапрофесійна комунікація відбувається всередині певної соціально-професійної спільноти.

Специфіка наукового стилю зумовлена своєрідною функцією наукової сфери і, відповідно, наукового мислення, яке є пізнанням навколишнього світу за допомогою створення логічних категорій. У свою чергу теоретичне мислення, здійснене в логічно оформлених поняттях і систематизоване за допомогою слів-термінів, є складником суспільної свідомості – науки, філософії, етики, політичної і правової теорії. Оскільки та чи інша сфера людської діяльності детермінує відбір мовних засобів відповідного стилю мови, то, з одного боку, специфіка діяльності певної

сфери дає змогу встановити функціональні завдання стилю, а з другого – лінгвістичний аналіз творів уможлиблює дослідження їх у світлі нового, спеціально-наукового бачення.

Спілкування в межах спеціального середовища (науки, техніки, виробництва) потребує доцільного використання професійної мови. Специфічна комунікативна мета вимагає щоразу нових форм використання спеціальної лексики. Основною необхідною рисою носія (споживача) мови стає високий фаховий рівень, який потребує володіння поняттєво-категорійним апаратом певної сфери діяльності і відповідної терміносистеми. Поняттєва компетентність є складником високого рівня професійної свідомості.

Ускладнення наукових знань і одночасне збільшення їхньої кількості викликало потребу систематизації і зберігання цих знань. Розвинулися нові тенденції в сучасній науці, пов'язані з мовною організацією інформації на основі структурованості знання. Офіційне мовлення є основним для фахівців у різних галузях, оскільки саме через ділову документацію, листування встановлюються певні ділові контакти. Одиницею писемного ділового мовлення є текст різного характеру. Це може бути: стаття, книжковий чи газетний текст, лист чи будь-який документ.

Питання для обговорення

1. Які основні поняття стилістики?
2. Звідки походить слово «стиль»?
3. Наведіть власні приклади стилістично нейтральної та стилістично маркованої лексики.
4. Назвіть основні підстили кожного основного стилю.
5. Сучасний поділ мови на стилі.
6. Як відбувається процес формування професійної культури фахового мовлення?
7. Назвіть особливості інтеграції офіційно-ділового, наукового та розмовного стилів.

ЛЕКЦІЯ 4

СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План

1. Спілкування і комунікація.
2. Функції спілкування.
3. Поняття ділового спілкування.
4. Види, типи і форми ділового спілкування.
5. Гендерні аспекти спілкування.

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с. (Альма-матер).
2. Мицич П. Как проводить деловые беседы: Пер. с сербско-хорв. – М., 1987.
3. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: Навч. посіб. Для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 280с. (Альма-матер).
4. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – 442с. – (Вища освіта ХХ століття).
5. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Вікар, 2002. – 223с. – (Вища освіта ХХІ століття).

1. Спілкування і комунікація

Спілкування людей – складний процес взаємодії особистостей у конкретному часовому і просторовому вимірах. Будь-які стосунки людей з використанням мови мають багато спільних ознак, тому спілкування є універсальною категорією.

Інтерес до спілкування виявляють представники різних наук, бо воно є багатовимірним, багаторівневим феноменом. Дослідження проблем спілкування в загальнофілософському плані є методологічною основою, на якій ґрунтується вивчення цього феномена в інших наукових дисциплінах, наприклад, в етиці, психології, соціології, мовознавстві, медицині, педагогіці.

Наукові підходи до спілкування: **моносуб'єктний, полііндивідний, інтеріндивідний та суб'єкт-суб'єктний**. Моносуб'єктний підхід у спілкуванні – це коли людина в цьому світі майже самотня. Спілкування для неї – епізод з її життя, в якому інша людина не відіграє помітної ролі. Полііндивідний підхід до спілкування ґрунтується на уявленні, що індивід не просто один, а один з-поміж інших. Особистостями стають лише окремі люди – «вожаки», «герої», «керівники». Тут вплив однієї людини передбачає врахування психології. На визнанні цього будується, скажімо, прикладна дисципліна «іміджелогія». В основі інтеріндивідного підходу лежить згода, тобто однакове розуміння людьми тієї чи іншої ситуації. Під

час такого спілкування люди поступаються одне одному, пристосовуються одне до одного. Проте якщо роль іншого не відповідає сподіванням людини, то для неї основною буде власна позиція, а інший стане об'єктом, а не суб'єктом спілкування. Якщо ж інший залишається для співрозмовника значущою, унікальною, неповторною особистістю, то спілкування матиме суб'єкт-суб'єктний характер. Такий підхід до спілкування є діалогічним. Жодний з описаних підходів не є «позитивним» або «негативним». Усі вони допомагають пізнати механізми спілкування, розширюють спектр наукових даних. Використовуючи все цінне, що притаманне різним підходам, розглядаючи те, що становить найвищий рівень спілкування, необхідно спиратися насамперед на суб'єкт-суб'єктний підхід. Саме він є найближчим до гуманістичної орієнтації в етиці та психології, а отже, і в спілкуванні.

Спілкуючись, люди обмінюються інформацією, думками, почуттями. Отже, спілкування можна охарактеризувати так:

- комунікація, сприймання і передавання інформації (зрозуміло, що інформацію можна отримати також завдяки спостереженню);
- взаємодія, взаємовплив, обмін думками, цінностями;
- сприймання та розуміння одне одного, тобто пізнання себе та іншого.

Часто у побутовому мовленні, а іноді й у науковій літературі спілкування ототожнюють з комунікацією. Однак поняття «спілкування» і «комунікація» різняться між собою. Поняття «спілкування» є більш загальним, а «комунікація» – конкретним, що позначає лише один із типів спілкування. Отже, **спілкування** – це міжособистісна та міжгрупова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо).

Спілкування визначають також як взаємодію двох або більше людей, спрямовану на узгодження і об'єднання зусиль з метою налагодження взаємин та досягнення загального результату. Найбільш узагальнено можна дати таке визначення: **спілкування** – це складний багатоплановий процес встановлення та розвитку контактів між людьми, який породжують потреби спільної діяльності та

який включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини.

Зауважимо, що в англійській мові немає слова «спілкування», є лише слово «communication», яке розуміється набагато ширше, ніж «комунікація» в нашій літературі. Оксфордський словник англійської мови подає слово «communication» як «спілкування», «зв'язок», «повідомлення», «комунікація». У нас теж зараз широко вживаються слова «комунікація», «комунікативний» та інші, але вони сприймаються більш як технічна сторона взаємодії [4, с. 22]. Слово «спілкування» має більш людський характер. Напевно, тому Антуан де Сент-Екзюпері писав, що найбільшою розкішшю на Землі є розкіш людського спілкування.

Спілкування – одна з необхідних і всезагальних умов формування і розвитку суспільства й особистості. Комунікація ж, як правило, пов'язана лише з інформаційним зв'язком.

Комунікація (лат. communico – спілкуюсь із кимось) – смисловий та ідеально-змістовний аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування [1, с. 28].

У сучасній лінгвістиці комунікацію розглядають як спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудової діяльності.

В аспекті знакових систем комунікація постає як процес, у якому учасники оперують значеннями за допомогою символічних повідомлень, тобто як операція з інформацією. У широкому розумінні слова, вважає сучасний німецький лінгвіст Е. Гроссе, «комунікація є акцією спілкування за допомогою знаків (мовних і немовних), що слугує меті передавання інформації незалежно від способу та намірів». Термін «комунікація» можна вживати як синонім терміна «спілкування» з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії, що розглядаються в їхньому знаковому втіленні [1, с. 28].

2. Функції спілкування

Функції спілкування дуже різноманітні. Існують різні підходи до їх

класифікації. Так, за однією з них виокремлюють три основних класи таких функцій: інформаційно-комунікативний, регулятивно-комунікативний та афективно-комунікативний. Перший із них охоплює все, що є передаванням і отриманням інформації в психологічному розумінні цих слів. Ідеться не лише про готову інформацію, а й про таку, що формується, розвивається. Психологи кажуть не просто про її передавання, а про передавання та приймання значень. Спілкування також забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності. З цим класом функцій пов'язані способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін. Це регулятивно-комунікативна функція. Афективно-комунікативна функція належить до емоційної сфери людини. Річ у тім, що розмаїття людських емоцій виникає й виявляється під час спілкування.

Якщо взяти іншу основу для класифікації, то можна виокремити і такі функції спілкування, як організація спільної діяльності, пізнання людьми одне одного, формування та розвиток міжособистісних взаємин. Використання цієї класифікації допомагає зрозуміти, що для культури саме ділового спілкування важливо враховувати всіх суб'єктів спільної діяльності. Вони повинні мати установку на пізнання одне одного та бажання підтримувати доброзичливі взаємини.

Усі функції спілкування спостерігаються в житті й виявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.

3. Поняття ділового спілкування

Люди, як правило, починають спілкуватися з якогось приводу. При цьому їхні дії пов'язані з предметом спілкування, який визначає його сутність, дає змогу визначити його спрямованість. Існує, наприклад, спілкування інтимне, професійне, ділове та інше. Предметом нашого аналізу є ділове спілкування.

Змістом ділового спілкування є «діло», щодо якого виникає і розвивається взаємодія. У літературі є різні описи його специфіки. Виокремлюються такі характеристики ділового спілкування: співрозмовники є особистостями, значущими

одне для одного, вони взаємодіють щодо конкретного діла, а основне завдання такого спілкування – продуктивна співпраця [5, с. 17]. На думку деяких науковців, спілкування слід вважати діловим, якщо його визначальним змістом виступає соціально значуща спільна діяльність. Інші вважають, що ділове спілкування – це усний контакт між співрозмовниками, які мають для цього необхідні повноваження і ставлять перед собою завдання розв'язати конкретні проблеми [2, с. 17].

Під час ділового спілкування легше встановлюється контакт між людьми, якщо вони говорять «однією мовою» і прагнуть до продуктивного співробітництва. При цьому засадами їхнього спілкування є етичні норми та ритуальні правила ділових стосунків, знання й уміння, пов'язані з обміном інформацією, використанням способів та засобів взаємовпливу, взаєморозуміння.

Велике значення має моральний аспект ділового спілкування. У професійній діяльності люди намагаються досягти не лише загальних, а й особисто значущих цілей. Але в який саме спосіб? Завдяки власним знанням і вмінням чи використанням іншого? Егоїзм у стосунках між людьми може їх порушити.

Етика ділового спілкування ґрунтується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, які сприяють розвитку співпраці. Передусім йдеться про зміцнення взаємодовіри, постійне інформування партнера щодо своїх намірів і дій, запобігання обману та невиконанню взятих зобов'язань. У деяких зарубіжних та вітчизняних корпораціях і фірмах навіть розроблено кодекси честі для службовців. Доведено, що бізнес, який має моральну основу, є вигіднішим і прогресивнішим.

Професійне спілкування формується в умовах конкретної діяльності, а тому певною мірою вбирає в себе її особливості, є важливою частиною, засобом цієї діяльності. У професійній культурі спілкування можна виокремити загальні норми спілкування, що зумовлені характером суспільного ладу і ґрунтуються на здобутках минулого і сучасного. Водночас ця культура має індивідуальний характер і виявляється у способах спілкування, що їх вибирає суб'єкт у певних ділових ситуаціях щодо конкретних людей.

Маючи ділові справи з іноземцями, слід пам'ятати про національні особливості спілкування. У кожного народу є свої культурні традиції, свій національний

характер. Їх не можна ігнорувати. Поки інтереси сторін збігаються, національні відмінності практично не помітні. Якщо виникає конфлікт – вони відіграють важливу роль. Національний стиль спілкування – це лише типові, більш яскраво виражені особливості мислення та поведінки. Ці риси притаманні не обов'язково всім представникам певної нації. Але завжди при зустрічах з іноземцями ця інформація має слугувати орієнтиром, оскільки національні особливості можуть вплинути на результати спілкування.

4. Види, типи і форми ділового спілкування

Ділове спілкування у процесі управлінської діяльності виконує комунікативну (обмін інформацією), інтерактивну (обмін діями), перцептивну (взаємсприйняття і встановлення взаєморозуміння між партнерами по спілкуванню) функції. Їх реалізація є передумовою ефективності ділового спілкування. Для цього необхідно, щоб менеджер знав і вмів використовувати усі його види, типи і форми (схема 2).



Схема. 2. Види, типи і форми ділового спілкування

Основою поділу ділового спілкування на види є ступінь участі або неучасті у ньому мови (мовного коду). За цією ознакою виокремлюють вербальне і невербальне ділове спілкування.

Вербальне спілкування. Відбувається воно завдяки використанню усної і писемної мови, що забезпечує формування і відтворення думок, почуттів мовця.

*Вербальне (лат. *verbum* – слово) спілкування – усне, словесне спілкування, учасники якого обмінюються висловлюваннями щодо предмета спілкування.*

За своєю природою мова є системою знаків, які служать засобом спілкування. Залежно від комунікативної ситуації використовують розмовну мову (у повсякденному спілкуванні), літературну мову (опрацьована майстрами слова природна мова, яка є мовним еталоном народу), письмову мову (фіксування на певних носіях – папері тощо – інформації і прочитання написаного), усну мову

(артикуляційне відтворення інформації та сприйняття її на слух). Мова може бути і штучною, необхідність якої зумовлена неможливістю використання природної. Такими мовами є азбука Морзе, есперанто, Брайля та ін.

Залежно від позицій учасників комунікативного процесу вербальне спілкування поділяють на пряме і непряме.

Пряме вербальне спілкування. Здійснюється воно шляхом безпосереднього усного контакту між учасниками спілкування («обличчям до обличчя»). Під час прямого вербального спілкування інформація передається за допомогою мовних знаків та інтонаційних засобів (підвищення або пониження тону, манера вимови, що виражає почуття, ставлення до предмета висловлювання). Крім того, пряме вербальне спілкування охоплює елементи невербального (жести, міміку, пози тощо).

Розрізняють такі форми прямого вербального спілкування: індивідуальне монологічне, індивідуальне діалогічне, групове монологічне і групове діалогічне [3, с. 35].

Особливістю *індивідуального монологічного спілкування* є передавання відправником усної інформації реципієнту без зворотного зв'язку. Найчастіше таким є спілкування між менеджером і підлеглим щодо формулювання певного завдання, доручення роботи або оцінювання (нерідко з елементами критики) зробленого підлеглим. За такої ситуації працівник вислуховує керівника, не висловлюючи своєї реакції. Це аж ніяк не означає відсутність реакції підлеглого, оскільки вона може виявитися у невербальній формі. Індивідуальне монологічне спілкування характерне для авторитарного стилю й ефективне за необхідності термінового вирішення проблеми, коли недоцільно витратити час на обговорення її з підлеглим.

Індивідуальне діалогічне спілкування відбувається між двома людьми і передбачає зворотний зв'язок між відправником і реципієнтом. Як правило, це поетапне передавання інформації: відправник передає інформацію реципієнту, який осмислює її і доводить до відома відправника власну думку, тобто первинний відправник і реципієнт міняються ролями. Потім процес повторюється.

Таке спілкування можливе також шляхом переходу індивідуального монологічного спілкування в діалогічне, яке може відбутися з ініціативи керівника або підлеглого, наприклад в разі незгоди з висловленими керівником положеннями.

Під час *групового монологічного спілкування* учасниками комунікації є троє і більше осіб. В управлінні цю форму найчастіше застосовують при проведенні так званих авторитарних нарад («оперативок», «п'ятихвилинок» тощо), коли керівник дає завдання підлеглим на певний період. Модифікацією такого спілкування є публічний виступ керівника перед колективом чи за його межами (лекція, доповідь).

Групове діалогічне спілкування є формою колективного обговорення проблем, ситуацій, пропозицій тощо на ділових нарадах, засіданнях колегіальних органів управління тощо. Як правило, таке спілкування розпочинається в монологічній формі. Керівник знайомить присутніх з предметом наради, вислуховує думки учасників і підбиває підсумки, формулює спільне рішення щодо слушності пропозицій [3, с. 48].

Непряме вербальне спілкування. Особливістю його є відсутність безпосереднього контакту між учасниками, отже, інформація, що передається, більш «стерильна» порівняно з прямим вербальним спілкуванням, тобто позбавлена емоційного (інтонаційного) наповнення і не супроводжується невербальними засобами спілкування.

За *письмової форми непрямого вербального спілкування* інформація передається від відправника до реципієнта у формі відповідного документа, в якому зафіксовані атрибути ділових контактів (назва організації-відправника і організації-отримувача, дата відправлення, номер реєстрації вихідної кореспонденції, підпис відповідального працівника тощо), що є її перевагами. Основні недоліки такої форми спілкування – обмеженість інформації, яку можна подати письмово, затримання в часі між відправленням інформації і отриманням зворотного зв'язку від реципієнта, ймовірність виникнення помилок при розшифруванні повідомлення.

Поширеним є і *непряме вербальне спілкування з використанням технічних засобів* (телефонного зв'язку, електронної пошти, факсимільної техніки тощо), які забезпечують оперативність передавання інформації. Однак використання їх

унеможлиблює документування інформації. Динамічно розвивається і все більше знаходить прихильників спілкування засобами електронного зв'язку. Особливі перспективи його пов'язані із законодавчим регламентуванням порядку застосування електронного підпису документів.

Невербальне спілкування. Мовлення є основним, але не єдиним типом спілкування. Обмін інформацією між людьми, в тому числі і в діловому житті, здійснюється за допомогою багатьох інших засобів – жестів, міміки, постав, одягу, запахів тощо, тобто засобів невербального спілкування. У процесі такого спілкування передавання інформації, формування власного образу, думки про партнера, здійснення впливу на нього відбувається без використання мовних засобів.

Невербальне спілкування – обмін інформацією між людьми за допомогою немовних комунікативних елементів (жестів, міміки, виразу очей, постави та ін.), які разом із засобами мови забезпечують створення, передавання і сприйняття повідомлень.

Словесна інформація завжди супроводжується «мовою тіла», адже людина свідомо чи підсвідомо посилає співрозмовникам і отримує від них сигнали про її сприйняття чи несприйняття. Навіть за найбільшого намагання утриматися від передавання невербальної інформації, в тому числі після наполегливих тренувань, індивіду не вдається повністю контролювати свою поведінку, оскільки багато виявів невербальної інформації є частиною фізіологічної природи людини. Наприклад, у скрутній ситуації людина пітніє, червоніє, стає метушливою тощо, хоча розуміє, що саме така поведінка демонструє співрозмовнику її справжню реакцію.

Формами невербального спілкування є міміка, постава, жести, умовні сигнали.

Міміка – вирази обличчя, спричинені рухами його м'язів, які виражають здивування й байдужість, страх і радість, задоволення й незадоволення, гнів і спокій, порозуміння і його відсутність тощо і є міжнародним засобом спілкування.

Постава – звичне положення тіла людини під час сидіння, ходіння тощо; властива манера триматися. Пози формуються тілом, руками, ногами і символізують соціальний стан або конкретну ситуацію, в якій перебуває людина. Прикладом пози

як символу соціального стану можна назвати «позу шерифа»: розставлені ноги, високо підняте підборіддя, оперті на стегна руки. Якщо у такій позі керівник зустрічає підлеглого, того, очевидно, чекає неприємна розмова.

У діловому спілкуванні частіше спостерігаються пози, які відображають налаштованість його учасників. Наприклад, якщо співрозмовник зручно сів у кріслі, послабив краватку, розстібнув гудзики піджака, це сигналізує про намір доброзичливого спілкування, оскільки він демонструє відкритість, настрій на плідну співпрацю. І навпаки, скуті рухи свідчать про напруженість у розмові.

Жести – рухи, виконувані переважно руками, іноді й ногами. Мова жестів надзвичайно виразна. Почувши, наприклад, неприємну звістку, людина інстинктивно витягує перед собою руку з розкритою назовні долонею, символічно намагаючись відштовхнути небажану інформацію. Якщо інформація складна, її необхідно обміркувати, співрозмовник береться руками за голову або потирає потилицю. Багато людей, знаючи, що жести підсвідомо можуть продемонструвати справжні почуття, міцно стискають руки або ховають їх під стіл. Менеджер повинен уміти правильно тлумачити підсвідомі сигнали співрозмовника, водночас бути стриманим, оскільки надмірне жестикулювання може роздратувати партнера, виявити істинне розуміння проблеми, про яке співрозмовнику не варто знати.

Умовні сигнали – побудовані на основі усного мовлення системи передавання повідомлень за допомогою жестів, зрозумілих лише для певного кола осіб. Як правило, такі сигнали виробляються у вузьких професійних групах. Наприклад, брокери товарних бірж у всьому світі користуються сигналами, зрозумілими лише їм, що символізують вимогу знизити або підвищити ціну, згоду або незгоду на заявлені умови угоди тощо.

У процесі ділового спілкування необхідно намагатися контролювати зовнішні прояви власних емоцій і правильно тлумачити міміку, пози, жести співрозмовника, доповнюючи отриману словесну інформацію невербальною.

Змістом діяльності менеджера є здійснюване в інтересах організації ділове спілкування. Він постійно контактує з багатьма людьми в організації і поза нею. Для

забезпечення ефективності діяльності йому необхідно вміло обирати таку форму ділового спілкування, яка гарантувала б найвищий результат для організації.

5. Гендерні аспекти спілкування

Характер мовленнєвого спілкування, його стратегія, стиль, тональність великою мірою залежать від гендерних (англ. gender – рід) (соціостатевих) й комунікативних статусів учасників спілкування.

На поведінку й спілкування жінок і чоловіків істотно впливають два чинники: психофізіологічні особливості та гендерні стереотипи (механізми, що забезпечують закріплення і трансляцію гендерних ролей від покоління до покоління).

Щодо особливостей особистості й темпераменту психологи стверджують, що жінки більшою мірою екстравертні (лат. extra – зовні і vertere – повертаю), товариські, активні, емпатичні (співчутливі) й дбайливі, а чоловіки більш автономні, настійливі, авторитарні й інтелектуальні [1, с.112-113]. Жінки, як правило, перевершують чоловіків у всьому, що стосується мови (дівчатка починають раніше говорити, мають багатший словниковий запас, утворюють складніші й різноманітніші речення); вони більше схильні до кохання, прихильніші, емоційніші. Чоловіки частіше є лідерами; їхня самооцінка залежить від успіхів у сфері предметної діяльності, стабільніша і загалом вища від жіночої.

Істотно різняться стилі чоловічого і жіночого спілкування:

1. У спілкуванні чоловіків найважливішою є інформація, тобто факти, цифри і результати. Жінки, крім інформації, великою мірою зорієнтовані на атмосферу спілкування, на інтерактивні, міжособистісні аспекти.

2. Чоловіки у комунікації зорієнтовані на соціальні статуси і владу; вони пристосовуються до ієрархічних соціальних ролей у комунікації. Жінки віддають перевагу партнерській, рівноправній комунікації; вони зорієнтовані на встановлення хороших стосунків, прагнуть до їх зміцнення, знищення соціальних та інших ієрархічних бар'єрів. Тобто жінки намагаються скоротити дистанцію між собою і партнером у комунікації, а чоловіки цю дистанцію підтримують.

3. Чоловіки частіше обирають роль «одинокого воїна», який повинен завоювати певну позицію в комунікації або залишитися в ній самотнім. Жінки значно краще почуваються в колективі, легше встановлюють контакти. Тобто чоловіки віддають перевагу комунікації асиметричній, а жінки – симетричній.

4. Мовлення жінок насичене засобами опису почуттів, настроїв, емоцій; воно емоційніше, ніж чоловіче.

5. Жінки переважно формулюють свої бажання непрямо, а тому болісно реагують на приховані інтенції співрозмовників; вони легше, ніж чоловіки, «вчитують» імплікатури (щоправда, іноді не ті, що насправді вкладені в комунікацію). Це часто стає причиною конфліктів. Жінки очікують від чоловіків «відгадування» їхніх бажань; чоловіки зорієнтовані на прямі прохання, вимоги.

6. Чоловіки, як правило, формулюють пропозиції прямо; жінки – у вигляді запитань. Жінки частіше кажуть «думаю...», «вважаю...», навіть тоді, коли цілком переконані, що мають рацію. Чоловіки формулюють свої міркування значно категоричніше. Це часто спричиняє невпевненість у жінки, стає причиною непорозумінь.

7. У розмовах, дискусіях тощо чоловіки частіше, ніж жінки, акцентують на власній позиції. Жінки зорієнтовані на загальну атмосферу спілкування, а тому їм краще вдається формування гармонійної, позитивної атмосфери перебігу комунікації.

8. У конфліктних ситуаціях жінки частіше, ніж чоловіки, відмовляються від своїх поглядів, позицій.

9. Чоловіки виходять із конфлікту раціональним способом, за допомогою аргументів і переконань; жінки схильні до емоційного їх вирішення.

10. Жінкам легше, ніж чоловікам, звернутись до когось за допомогою; чоловіки витлумачують це як слабкість.

Що ж стосується аспектів спілкування, пов'язаних із мовним кодом, то дослідники лінгвогендерологічних проблем зазначають, що в мовленні чоловіків простежується більша кількість іменників і дієслів, жінки віддають перевагу прикметникам і прислівникам. У мовленні жінок частіше трапляються актуалізатори

(так? ти що? га? тощо), сигнали наявності зворотного зв'язку і уваги до слів співбесідника (так, ага, угу, о тощо). Жінки спокійніше реагують на перебивання мовлення, їх мовний код містить більшу кількість засобів ввічливості, меншу кількість грубих і лайливих виразів. У мовленні жінок частіше спостерігається явище неточного («приблизного») називання предметів (наприклад, у магазині: *Покажіть мені, будь ласка, цю штуку*); чоловіки ж намагаються називати все точно. Жінки частіше вживають слова із значенням невпевненості (*мабуть, напевне* і под.) і описові вирази внутрішніх етапів (*Я від усього цього холодна*) та інші особливості.

Австрійські дослідниці спілкування чоловіків і жінок, гендерних стосунків у діловій сфері К. Опперман і Е. Вебер дають власну характеристику спілкуванню чоловіків і жінок. Для жінок, за К. Опперман, «людська близькість є ключем до світу зв'язків, стосунків, метою якого є згода і мінімізація відмінностей».

А для чоловіків, за Е. Вебер, «незалежність – ключ до світу, зорієнтованого на статус. Формулювати накази і їх виконувати – це реалізація правил ієрархії».

Отже, зовнішні (ситуація, контекст) і внутрішні (соціальні та психологічні) складові спілкування виступають у тісному зв'язку, впливаючи на перебіг комунікації загалом, її прагматику – зокрема.

Питання для обговорення

1. Чим відрізняються поняття «спілкування» і «комунікація»?
2. Антуан де Сент-Екзюпері сказав, що спілкування – це розкіш. У чому ж полягає цінність спілкування?
3. Які функції виконує спілкування?
4. Чому в багатьох вітчизняних фірмах великої уваги надають саме етиці спілкування?
5. Чим відрізняються стилі чоловічого і жіночого спілкування?

ЛЕКЦІЯ 5

ВИДИ УСНОГО МОВЛЕННЯ. МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

План

1. Поняття про ораторську (риторичну) компетенцію.

2. Види публічного мовлення
3. Мистецтво аргументації.
4. Презентація як різновид публічного мовлення.

Література

1. Онуфрієнко Г.С. Риторика. Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 592 с.
2. Коваленко С. М. Сучасна риторика. Навчально-практичний посібник. Тернопіль: Мандрівець, 2007. – 184 с.
3. Сагач Г. М . Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації: Навч. посібн. – К ., 2003.
4. Микитюк М.В. Факультативний курс з української мови. Риторика. Харків. 2007. – 197 с.

1. Поняття про ораторську (риторичну) компетенцію

За всіх часів найактуальнішою і найбажанішою метою освіченої людини була триада практичних навичок та вмінь: красиво говорити і легко спілкуватись, активно слухати, реально й вагомо впливати мовленням словом. Саме цими аспектами мовленнєвого акту (вплив мовлення на думки й почуття і внаслідок цього на справи та вчинки співрозмовника/опонента), названими перлокуцією, здавна займалася риторика. І це є зрозумілим, бо давно експериментально доведено, що, найбільше, після проблеми збереження здоров'я, людина занепокоєна тим, як навчитися краще і легше думати, точно і правильно висловлювати думки, ефективно спілкуватися, розуміти співрозмовників, активно впливати на слухачів і схилити їх на користь своєї думки, впевнено виступати публічно, коректно дискутувати, переконливо спростовувати. Цього і навчає риторика, знанням якої визначається найвищий ступінь освіченості людини.

Всезагальний інтерес до риторики як до обов'язкової, важливої та специфічної сфери людської культури прогресує на початку третього тисячоліття: в суспільстві в умовах активної й масштабної його інформатизації зростає кількість і популярність професій із посиленою комунікативною відповідальністю. Повноцінну і відповідну

до вимог часу риторичну освіченість вимагають управлінська та дипломатична, юридична та політична, міжнародна та адміністративна, торговельна та медична, наукова, освітянська й інші сфери. Важко назвати професії, де б майстерне володіння словом як універсальним інструментом думки і переконання було непотрібним, проте в багатьох галузях інтелектуальної діяльності (насамперед в юстиції, журналістиці педагогіці, політиці, філології, культурології, менеджменті і т.д.) це стає визначальною умовою професійного успіху та обов'язковим атрибутом іміджу інтелігентного, кваліфікованого і компетентного фахівця.

Дослідники по-різному трактують поняття «риторична компетенція». Так, О. Симакова зазначає: *«Риторична компетенція – це сукупність взаємопов'язаних якостей особистості, які визначають здатність до ефективного спілкування, а риторична компетентність – володіння людиною цими якостями, особистісним ціннісним ставленням до спілкування та досвідом спілкування, спрямованого на здійснення особистісно й соціально-значущої продуктивної діяльності»*. О. Бабкіна визначає риторичну компетентність як коректну мовленнєву поведінку і вважає її невід'ємною частиною комунікативної компетентності. Серед складових риторичної компетентності називає: комплекс знань, умінь і навичок, спрямованих на досягнення запланованого прагматичного результату; експресивно-емоційні та логічні засоби мови. До структури риторичної компетентності студентів-нефілологів варто віднести: – комплекс мовних і риторичних знань у контексті їх вправного застосування в мовленнєвій діяльності (теоретико-практична площина); – *комунікабельність* (ініціативність, здатність до включення в активну комунікацію) (площина активності);

– *вправність у доборі стратегій і тактик спілкування* (організаційно-методологічна площина);

– *вправність у володінні експресивно-емоційними засобами мови для досягнення запланованого прагматичного результату* (площина впливовості мовленнєвого акту);

– *навички спілкування, комунікації відповідно до мовленнєвої ситуації;*

– застосування вмінь використовувати обрані засоби для досягнення комунікативної мети (процесуально-діяльнісна площина);

– цінності, ціннісні орієнтації, духовність особистості (соціокультурна, морально-етична площина).

Риторична компетентність виявляється під час публічних виступів, а метою будь-якого виступу (на переговорах, на конференціях, на суду та ін.) є переконати слухачів (партнерів, опонентів, студентів тощо) в істинності тієї інформації (чи поглядів, позицій), яка надається.

Риторика (від грецького ρητορικῆ) – наука про ораторське мистецтво. Класична риторика виникла у Стародавній Греції у V ст. до н. е. Її засновником вважається давньогрецький софіст Горгій із Леонтин (приблизно 488 – 375 рр. до н. е.). Відомий філософ Сократ (469 – 399 рр. до н. е.) є батьком діалектики. Саме він склав першу систему дискусійної аргументації, мета якої – змусити супротивника прийняти точку зору опонента. Значний внесок у мистецтво риторики зробив Аристотель (384 – 322 рр. до н. е.). Він виступав за використання в полеміці раціонального мислення – формальної логіки. Йому належить вчення про силогізм (дедуктивний умовивід, у якому з двох суджень одержують зумовлене ними третє).

В античній Греції риторику поділяли на такі галузі: судову, політичну та урочисту.

2. Види публічного мовлення

Публічне мовлення – це особливий жанровий різновид мовленнєвої діяльності, покликаний організувати взаємини між людьми.

Залежно від змісту, призначення, способу проголошення й обставин спілкування виділяються такі найважливіші **жанри публічного мовлення**: доповідь, промова, лекція, презентація.

За метою проголошення публічні виступи можна поділити на:

– інформативні (звіти, лекції, доповіді). Умова успіху – доступність, подання матеріалу від простого до складного;

– переконувальні (дебати, дискусії, суперечки). Умова успіху – виклад, звернений до розуму і почуттів слухачів;

– розважальні. Умова успіху – визначити незвичайне, комічне, перебільшити значення події, але все на серйозній основі.

Доповідь – одна з найпоширеніших форм публічних виступів.

Політичні доповіді – насичені фактичним матеріалом, зазвичай достатньо аргументовані. У політичній доповіді наявні елементи, властиві агітації та пропаганді.

Звітна доповідь – це промова, в якій офіційна особа повідомляє факти діяльності керівної особи чи колективу за певний період, аналізує та оцінює результати. У такій промові говориться також про завдання на майбутнє. Після її обговорення до окремих частин можуть бути внесені корективи; потім відповідно до тексту виступу обов’язково приймається рішення – програма майбутніх дій.

Ділова доповідь – це документ, який містить виклад певних питань з висновками й пропозиціями; вона призначена для усного читання. Ділова доповідь завжди містить значний обсяг інформації і розрахована на підготовлених слухачів, тому її текст може бути предметом обговорення, зазнавати критики та суттєвих доповнень новими положеннями.

Промова – це агітаційний виступ на масових зборах і мітингах; він охоплює значущу тему, яка хвилює слухачів, має логічну стрункість.

У сучасній риториці розрізняють такі види промов:

- громадсько-політичне ораторське мистецтво;
- академічне ораторське мистецтво;
- судове ораторське мистецтво;
- військове красномовство;
- промови з нагоди громадських урочистостей;
- дипломатичне ораторське мистецтво;
- церковно-богословське красномовство.

Мітингова промова, вирізняючись емоційністю, присвячується актуальній проблемі. Вона має на меті допомогти слухачам сприйняти почуту інформацію в

певному руслі. На мітингу виступає кілька ораторів з короткою промовою. Крім мітингових, виділяють судові, дипломатичні, виборчі, агітаційні промови тощо.

Агітаційна промова схожа з мітинговою промовою. Має основне завдання – роз'яснити щось, зорієнтувати в чомусь; вона звернена переважно до емоцій, до почуттів і уяви слухачів. Агітаційна промова, як правило, розкриває якесь одне питання, спонукає слухачів до певної діяльності.

Ювілейна промова присвячується певній даті, пов'язаній з ушануванням окремої особи, ювілеєві підприємства, організації, установи. Обидва типи промов відзначаються святковістю, урочистістю. Досить часто в таких промовах є елементи підсумків. Якщо відзначається ювілей окремої особи, то промови, як правило, короткі, урочисті і водночас щирі. Доречними в ній будуть спогади про цікаві факти з життя ювіляра.

Лекція є також однією з форм пропаганди, яка полягає у викладі наукової інформації. Найголовнішою її ознакою є науково-теоретична база. У лекції найчастіше говориться про більш загальні й уже з'ясовані проблеми. Виділяють навчально-програмові, настановчі та оглядові лекції.

За своїм змістом та формою викладу лекції є різними, але композиційно всі мають однакову структуру (вступ, основну частину, висновки).

За допомогою презентації реалізується комунікативне завдання: переконання і спонукання слухачької аудиторії до дій, вигідних оратору чи тим, кого він представляє.

Всі зазначені форми усного спілкування є важливими елементами професійної діяльності.

3. Мистецтво аргументації

Одним із способів викладу інформації є доведення певного твердження за допомогою аргументів. Саме завдяки аргументації можна найбільше вплинути на співрозмовника у процесі комунікації. Аргументація – це спосіб переконання за допомогою логічних доказів. Для достатньої аргументації необхідно бути

обізнаним з обговорюваного питання, вміти зосереджуватися, бути уважним та коректним до співрозмовника, вміти поставити себе на його місце.

Розрізняють такі види аргументації:

– аргументація доведення (використовується для обґрунтування чи доведення);
– контраргументація (використовується для спростування аргументів опонента).

П. Міщич виділяє такі методи аргументування:

- 1) фундаментальний метод (в основі лежить використання цифрових даних);
- 2) метод протиріччя (полягає у виявленні суперечностей в аргументації опонента);
- 3) метод формулювання висновків (базується на аргументації, яка поступово через часткові висновки забезпечить успіх переконання);
- 4) метод зіставлення (вдало підібрані порівняння будуть дієвими);
- 5) метод ігнорування (використовується за неможливості спростування фактів співрозмовника);
- 6) метод очевидної підтримки (підтримка аргументів співрозмовника з наведенням контраргументів);
- 7) метод «бумеранга» (використання аргументів опонента проти нього самого).

Використовуючи аргументування у виступі, необхідно пам'ятати про його техніку і тактику. Техніка – це уміння наводити логічні аргументи, а тактика – вибирати з них психологічно дієві. У сучасній риториці виділяють такі техніки аргументування:

- техніка перебільшення;
- техніка використання авторитету (покликання на відомих людей);
- техніка дискредитації партнера (за неможливості спростування аргументів, поставити під сумнів особу опонента);
- техніка ізоляції (представлення окремих фраз із виступу, подання їх у протилежному вигляді);
- техніка введення в оману(повідомлення заплутаної інформації, розгляд питань, які не стосуються справи);

- техніка апеляції (опонент звертається не до фактів, а до почуттів);
- техніка анекдоту (вдалий жарт може зруйнувати аргументацію опонента);
- техніка спотворення (викривлення аргументів);
- техніка «зволікання» (затягування дискусії, щоб виграти час для роздумів).

Основні положення тактики застосування аргументації:

- вибір техніки аргументування залежно від опонента;
- усунення суперечностей (намагатися уникати конфронтації);
- двостороння аргументація (розкриваються як переваги так, і недоліки пропонованого рішення);
- послідовність перерахування переваг і недоліків (спочатку називаються переваги);
- персоніфікація аргументації (використовуючи аргументи, необхідно врахувати позицію опонента, підтримуючи його чи визнаючи його правоту, як наслідок сприйняття ним контраргументації);
- формулювання висновків (для більшої переконливості узагальнити подану інформацію).

Будь-який публічний виступ має на меті вплинути на слухачів. Переконливість публічного виступу залежить від логіки та емоцій. Логічна переконливість базується на когнітивній сфері психіки, впливає на мислення і ґрунтується на вмінні наводити аргументи, зважаючи на факти. Для більшої переконливості необхідно використовувати цифрові дані, наочні приклади, підкреслювати користь для опонента, зважати на інтонацію, артикуляцію, швидкість мовлення, силу і висоту звуку, паузи.

4. Презентація як різновид публічного мовлення

Однією з поширених форм публічного мовлення є презентація. В Україні презентація є однією з «наймолодших» форм ділового життя. **Презентація** (від лат. *praesento* – передаю, вручаю) використовується для представлення нових товарів, послуг, брендів, політичних, інвестиційних, культурних, соціальних програм. За І. Павловською та Л. Кузьміною презентація – вираження доброї волі.

Типи класифікацій презентацій представлено на схемі.



Схема 3. «Типи презентацій».

Залежно від кількості слухачів та специфіки проведення Л. Введенська виділяє три типи презентацій:

- публічні (групові від 15 до 50 осіб та масові від 50 до 200 осіб);
- камерні (до 15 осіб);
- приватні (1 – 2 особи).

Публічна презентація – заздалегідь спланований захід з використанням наочності (схеми, графіки, таблиці, плакати, фільми). Після презентації проводиться фуршет чи коктейль з врученням невеличких рекламних подарунків. Проводячи публічну презентацію, потрібно враховувати особливості поведінки людей у великій аудиторії, які стають «однорідною масою».

Під час проведення публічної презентації необхідно дотримуватись регламенту та послідовності презентаційних дій. Демонструючи предмет презентації, важливо наголосити на актуальності, новизні, перспективах розвитку, комерційній ефективності.

Камерна презентація, на відміну від публічної, проводиться у невеликих приміщеннях, установ, офісів, і навіть дома. Камерна презентація проводиться для невеликої кількості слухачів, тому важливим є вміння презентатора створити неформальну обстановку, залучати всіх присутніх до діалогу.

Приватна презентація вимагає належної обізнаності та глибокої психологічної підготовки від презентатора, оскільки від вміння вибору потенціального клієнта (покупця) та спонукання його до виконання певних дій залежить успіх презентації.

Вільне спілкування з клієнтом (покупцем) вимагає від презентатора вміння швидко реагувати на слова і вчинки клієнта, змінювати миттєво свою стратегію й тактику.

Спеціалісти з проведення презентацій за цілями та масштабами проведення виділяють:

- 1) презентацію-брифінг (мета: представлення інформації про зміни у роботі середніх і великих компаній);
- 2) презентацію-ексклюзив (мета: залучення нових клієнтів; для цього демонструються можливості фірми, переваги співробітництва з нею);
- 3) презентацію-конференцію (мета: привернення уваги до нових компаній, товарів і послуг);
- 4) презентацію-шоу (мета: підвищення престижу і підтримка іміджу компанії; до проведення презентації залучаються артисти, представники мас-медіа).

Е. Джей пропонує таку структуру презентації:

- сказати декілька приємних фраз з метою привернення уваги присутніх, встановити психологічний контакт з аудиторією;
- розповісти про власний досвід, пов'язаний з предметом презентації;
- з'ясувати рівень обізнаності слухачів з предметом презентації;
- зазначити, чому саме цих людей запрошено;
- накреслити хід проведення презентації і визначити регламент;
- викласти доступно проблему;
- за допомогою запитань з'ясувати, як аудиторія зрозуміла сказане;
- використати наочність;
- сформулювати пропозиції до присутніх;
- показати, що саме кожен із присутніх може втратити, якщо не підтримає запропоновану ідею;

- роздати запрошеним підготовлені матеріали (буклети, проспекти, схеми тощо) та маленькі сувеніри;
- з'ясувати, чи мають присутні запитання і дати відповідь на них;
- подякувати присутнім за те, що вони надали можливість представити їм нову ідею, а також сподівання на подальше спілкування і взаємодію.

Питання для обговорення

1. Що таке риторика?
2. Назвіть галузі античної риторики.
3. Які є види публічного мовлення?
4. Охарактеризуйте жанри публічного мовлення.
5. В чому полягає мистецтво аргументації?
6. Які є методи аргументування?
7. Що таке презентація?
8. Яка структура презентації?

ЛЕКЦІЯ 6

КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ

План

1. Культура ділового спілкування.
2. Способи впливу на людей під час спілкування.
3. Індивідуальна бесіда як форма ділового спілкування.
4. Телефонна розмова як різновид професійного діалогічного мовлення.

Література

1. Онуфрієнко Г.С. Риторика. Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 592 с.
2. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с. (Альма-матер).
3. Мицич П. Как проводить деловые беседы: Пер. с сербско-хорв. – М., 1987 с.

4. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: Навч. посіб. Для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 280 с. (Альма-матер).

5. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – 442 с. – (Вища освіта ХХ століття).

6. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Вікар, 2002. – 223 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

1. Культура ділового спілкування

Культура поведінки, культура мовлення, культура мови, культура спілкування в житті найчастіше постають у єдності. Проте людина, ввічливо та доброзичливо звертаючись до інших, може вживати слова, порушуючи граматичні правила. Іноді її дії начебто відповідають нормам поведінки, прийнятим у цьому суспільстві, однак успішно спілкуватися вона не може, тому що не розуміється у психології, психічному стані людей, особливостях їх темпераменту, характеру тощо. Тому вона не може знайти такі способи і засоби спілкування, які б найкраще відповідали ситуації. Культуру спілкування найчастіше плутають з культурою мовлення. Дослідження генезису спілкування показали, що воно передує мовленню, тобто з наукового погляду це, безсумнівно, різні феномени. Культура мовлення – це здатність використовувати оптимальні для конкретної ситуації мовні засоби. Система ритуалів і відповідних словесних формул, яка вживається з метою встановлення контакту та підтримки доброзичливої тональності спілкування, становить мовленнєвий етикет. Водночас етикет – це сукупність правил поведінки, що регулюють зовнішній вияв людських взаємин, поведінку в громадських місцях, манери та стиль одягу. У словниках він ототожнюється з культурою поведінки. Слово «етикет» (як порядок і форма ввічливості при дворах монархів) увійшло до лексики за часів правління французького короля Людовика XIV.

Культура спілкування є складовою частиною культури людини загалом. Вона, як і будь-яка інша культура, містить у собі певну суму знань, у цьому контексті – про спілкування.

Для культури спілкування характерна також нормативність. Вона визначає, як

мають спілкуватися люди в певному суспільстві, у конкретній ситуації. Зазвичай норми визначаються станом суспільства, його історією, традиціями, національною своєрідністю, загальнолюдськими цінностями. Для кожної епохи розвитку людства характерна певна культура спілкування, що відповідає загальнолюдським цінностям. Тому саме тепер важливо закласти засади такої культури спілкування в нашому суспільстві, яка відповідала б часові, нашій історії та духовно-творчому потенціалові українського народу.

Безперечно, лише знання не забезпечать культури спілкування, якщо ними не скористатися. Для того, щоб спілкування було успішним, потрібні вміння, а їх набувають з досвідом, психологічними засобами, за допомогою певних вправ. Отже, культура спілкування у вузькому розумінні – це сума набутих людиною знань, умінь та навичок спілкуватися, які створені, прийняті та реалізуються в конкретному суспільстві на певному етапі його розвитку.

Чи достатньо лише знань та вмінь, щоб одна людина зрозуміла іншу і спілкування стало успішним? Багато в чому культура спілкування залежить від особистості та її якостей. Один поводить себе пихато, як всезнайко, його не цікавить думка співрозмовника. Другий говорить тільки сам і не дає змоги іншому вставити навіть слово. Третій презирливо ставиться до чужої думки. Четвертий є людиною спокійною і терплячою, завжди має що сказати. Отже, спілкування – це своєрідний театр, де є п'єса певного змісту, актор, що виконує конкретну роль, і глядач, який сприймає цю п'єсу й цю роль. А потім глядач виступає як актор і хоче, щоб його також сприйняли як особистість. До того ж глядач в обох випадках є активною стороною.

Вище вже зазначалося, що культура спілкування охоплює знання про психологію та етику спілкування, вміння людей застосовувати на практиці комунікативні установки. У процесі розвитку людини важливо забезпечити не просто формування в неї третьої складової – комунікативних установок на спілкування з іншими, а саме гуманістичних комунікативних установок. Якщо вони є, то за відсутності адекватних до ситуації знань і вмінь людина творчо, інтуїтивно їх знайде. Головне – людина не зашкодить іншому, візьме участь у конструктивному

розв'язанні ділових проблем.

Установка – це стан готовності індивіда чи групи якимось (позитивно чи негативно) реагувати на об'єкти (чи суб'єкти) та вплив. Різновидом соціальних установок є комунікативні. Вони дуже важливі для формування культури спілкування, оскільки допомагають встановити контакт між співрозмовниками, підготувати їх до позитивного сприймання інформації, перебороти байдуже чи негативне ставлення до тих чи інших ідей, людей, ситуацій. Під впливом спілкування з різними людьми вони виникають, змінюються і зникають. Зміна установок на протилежні до попередніх – процес довготривалий і суперечливий.

Якщо під час спілкування один співрозмовник хоче вплинути на комунікативні установки інших, він має виявляти характер, позитивну чи негативну моральну спрямованість цих установок. Лише після цього можна формувати нові або закріплювати наявні чи їх реконструювати. Українські науковці розробили правила поведінки в цих трьох ситуаціях:

- формуючи необхідну установку, будь першим;
- закріплюючи наявну установку, будь новим (тобто подавай її у новій формі або контексті);
- реконструюючи установку, не дій прямо (спочатку починай зі згоди).

Насамкінець, можна виокремити компоненти, що створюють високий рівень культури спілкування:

- комунікативні установки, які «включають» механізми спілкування;
- етичні норми спілкування, прийняті в конкретному суспільстві; психологія спілкування (категорії, закономірності, механізми сприймання й розуміння одне одного);
- вміння застосовувати ці знання з урахуванням ситуації, відповідно до норм моралі конкретного суспільства та загальнолюдських цінностей.

Отже, культура спілкування – це цілісна система, яка складається із взаємопов'язаних моральних та психологічних компонентів, кожен з яких вносить своє в характеристику цілого.

Проте важливо пам'ятати, що ця система реалізується в певних умовах. Відомо,

що поведінка людини змінюється залежно від ситуації. По-різному проявляються навіть такі риси характеру, як чесність і здатність викликати довіру. Людина буває чесною в одній ситуації та нечесною в іншій. Багато в чому це залежить від зовнішнього середовища, його впливу на людину. У кожної людини є безпосереднє оточення, тобто люди, з якими вона живе, вчиться, відпочиває, працює. Усіх їх людина віддзеркалює у психіці, на кожного емоційно відгукується. Залежно від того, як найближче оточення задовольняє потреби людини, виявляється її реагування на близьких. Іноді ввічлива, доброзичлива та терпляча на роботі людина в домашньому оточенні є тираном. А трапляється і навпаки. Справжній рівень культури спілкування такої людини низький. Людину можна вважати тим більш мірою внутрішньо культурною, чим частіше в неї спостерігається «ставлення на Ви» до близьких людей.

Пристаюватися до оточення, в якому доводиться працювати, не завжди легко. Тоді людина відчуває себе не досить комфортно, продуктивність її праці набагато знижується. Якщо це розуміють керівники підприємства, де вона працює, то вони допоможуть швидше пристосуватися до нового оточення. Деякі західні компанії, добре розуміючи необхідність адаптації нової людини, створюють спеціальні програми профорієнтації та інформації, де йдеться про те, як службовці мають спілкуватися між собою та з клієнтами, щоб підтримувати високий імідж корпорації. У деяких закордонних фірмах навіть створено спеціальну службу людських стосунків.

Крім того, на культуру поведінки і спілкування людини впливає те, з чим вона начебто безпосередньо не стикається, але водночас залежить від нього. Її, безумовно, хвилює те, що діється у світі, які закони ухвалює парламент, як підвищуються ціни на товари й продукти харчування та інше. Під впливом цього людина іноді свідомо, а частіше несвідомо своє невдоволення, роздратування «виливає» на інших. Від цього залежить її поведінка щодо інших.

2. Способи впливу на людей під час спілкування

Спосіб – це система дій, які використовуються в діяльності або взаємодії для

досягнення мети. Серед способів спілкування можна виокремити ті, що слугують обміну інформацією, і ті, що використовуються з метою впливу одного суб'єкта (він може бути і груповим) на іншого.

Способом спілкування, що призначений для передавання інформації, можна вважати повідомлення. З його допомогою передаються певні відомості від однієї людини до іншої як під час безпосереднього спілкування (мова, жести, міміка), так і через різні засоби масової комунікації. Одна із функцій повідомлення полягає в координації дій окремого індивіда або групи з діями інших людей. Факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування людей, які беруть у ньому участь. Її можна досягти, якщо люди знайомі з культурою передавання повідомлень. Саме той, хто відправляє інформацію, вирішує, яку ідею чи які дані зробити предметом обміну. Щоб цей процес був продуктивним, на обдумування потрібно витратити певний час. Корисно дослухатися такої заповіді: «не починайте говорити, доки не почнете думати». До того ж доцільно осмислити не лише саму ідею, а й те, як її сприймуть люди, які з нею ознайомляться. Під час обміну інформацією можуть виникнути певні труднощі, якщо невдало обрано канали, засоби й способи зв'язку. Іноколи краще сприймається усне повідомлення, а часом – письмове. У відповідальних ситуаціях бажано використовувати одночасно кілька засобів зв'язку.

Той, хто приймає повідомлення, має його декодувати, перевести інформацію у свої думки. Якщо в нього система значень цілковито збігається із системою значень слів відправника, можна вважати, обмін інформацією через повідомлення відбувся.

До групи психологічних способів впливу на людей належать **переконання, навіювання, наслідування, психічне зараження** тощо. Це механізми, які діють насамперед на несвідоме.

Переконання – це спосіб впливу, коли людина звертається до свідомості, почуттів і досвіду іншої людини з тим, щоб сформулювати в неї нові установки. Його використовують тоді, коли хочуть вплинути на свідомість людини. Якщо дія трьох перших механізмів пов'язана переважно з некритичним ставленням людей до інформації, поведінки, емоцій тих, хто діє на них, то переконання передбачає логічне мислення, критичний аналіз цих сигналів.

Отже, переконання – це такий вплив однієї людини на іншу або на групу людей, який діє на раціональне та емоційне в їхній єдності, формує нові погляди, відносини, що відповідають вимогам суспільства.

Переконання не дасть належного результату, якщо його підмінено моралізуванням. Тому краще не вживати слів типу «мусиш», «зобов'язаний», «як не соромно» та ін. Така форма сприймається як формальна, і до неї ставляться іронічно, а то і з презирством.

Переконувати словом – це велике мистецтво, яке потребує знань психології людей, законів етики й логіки. Саме про це писав відомий науковець Б. Паскаль: «Кожний знає, що поняття потрапляють у душу двома шляхами: через розум і волю. Шлях розуму найбільш природний, оскільки не можна погоджуватися ні з чим, окрім доведених істин. Проте найбільш звичним є шлях волі. Це шлях низький, через це всі проти нього» .

Мистецтво переконувати полягає як у тому, щоб бути приємним, так і в тому, щоб логічно обґрунтовувати свою позицію і переводити мислення в мовлення. Наведемо приклад переконання, яке ґрунтується на законах логіки і спрямоване до розуму людини, яку хочуть переконати. В Ермітажі є картина Рембрандта Харменса ван Рейна «Поклоніння волхвів». Тривалий час її вважали копією. Потім спеціалісти змогли довести, що це оригінал, аргументуючи свою думку так: «якщо на нижніх прошарках картини є пошуки композиції, то така картина, як відомо, є оригіналом; на картині Х. Рембрандта в Ермітажі з допомогою рентгенівської установки знайшли пошуки композиції; звідси дійшли висновку: ця картина – оригінал. Такі аргументи впливають на розум людини і тому стають ефективними».

Якщо людина не хоче, щоб її переконали, тут не допоможуть ні логіка, ні аргументація. Не можна також досягти бажаного результату, якщо той, хто переконує, поводить себе зверхньо або поблажливо, прагне самоствердитися. А тому, аби переконати іншого, спочатку слід досягти того, щоб людина захотіла вислухати уважно й осмислено запропоновані їй докази. Для цього треба виокремити те спільне, що об'єднує людей, і встановити психологічний контакт. Потім доцільно разом проаналізувати всі аргументи обох співрозмовників і дійти спільного висновку,

згоди. Тоді переконливий вплив на людину не буде нав'язаним, а відповідатиме її думкам, поглядам, почуттям.

Навіювання – це психологічний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, що передбачає некритичне сприймання висловлених думок і волі. У нашій країні значення навіювання тривалий час недооцінювалось. Його називали буржуазним засобом впливу на людей. Насправді ж навіювання посідає дуже важливе місце в нашому житті, воно є механізмом, який дає змогу вплинути на несвідоме: установки, емоційні реакції, очікування тощо. Під час навіювання не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, що містить готовий висновок, Використовуючи інформацію, людина, на яку впливають, має сама дійти необхідного висновку.

Виокремлюють такі види навіювання на людину: 1) коли вона перебуває в активному стані; 2) під гіпнозом; 3) під час сну. Першим і основним є, звичайно, навіювання в активному стані.

Навіювання може бути навмисним. Це цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (тобто той, хто користується цим способом) знає, кому і що він хоче нав'язати і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Бажано, щоб сугестор був людиною авторитетною, тоді йому довіряться. Виокремлюють також навіювання ненавмисне, коли сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

За змістом впливу та кінцевим результатом навіювання буває позитивним і негативним, етичним і неетичним; за засобами впливу – прямим і непрямим. При прямому навіюванні сугестор закликає до певної дії. Вона передається як наказ, вказівка, розпорядження і заборона (наприклад: *«Усім бути завтра о 9 годині на роботі»*, *«Цей блок включати не будемо»* та ін.). При непрямому навіюванні сугестор не говорить прямо про свою мету, проте виказує своє ставлення до предмета. Непряме навіювання розраховане на некритичне сприймання інформації, але для цього використовуються не наказові, а оповідні форми. Мета досягається за рахунок того, що виникають сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження (наприклад: *«Наші сусіди вже закінчили оранку»* або *«У*

нас механік ніколи не перевіряє верстати»). Одним із видів навіювання є самонавіювання. Це свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. У цьому процесі людина сама створює модель стану або дій і вводить її у свою психіку. Моделі самонавіювання, на думку відомого психіатра В. Леві, «уводяться в пам'ять, переходять з короткочасної пам'яті в довготривалу, із свідомості в підсвідомість і, врешті-решт, автоматично, мимоволі починають впливати на самовідчуття й поведінку». Згідно з методикою самонавіювання, по-перше, треба виявити недолік, якого людина хоче позбавитися, а по-друге – розробити формулу самонавіювання. Формули мають бути спрямовані на себе. Створювати їх слід від імені першої особи. Вони мають бути не дуже розгорнутими, стверджуючими, складатись із дієслів, що мають найвпливовішу силу (наприклад: «Я буду дотримуватись цього плану», «Я прокинусь о 7 годині», «Я закінчу розпочату роботу сьогодні»).

Психічне зараження – спосіб психологічного впливу, що відомий із сивої давнини. На відміну від навіювання та переконання, які часто застосовуються в міжособистісних взаєминах, у разі взаємодії з організованою групою психічне зараження яскраво виявляється як засіб впливу в групах малознайомих людей (це спостерігається під час релігійного екстазу, паніки і т. ін.). Свідомі характеристики однаково властиві більшості індивідів, зникають у таких умовах і замінюються несвідомими. Цим, напевне, пояснюється, чому в натовпі не спостерігаються дії, які потребують цілеспрямованого логічного мислення, і чому тут люди спілкуються на низькому рівні.

При психічному зараженні процес передавання емоційного стану відбувається від одного індивіда до іншого на несвідомому рівні. Унаслідок такого впливу індивід швидко переймається психічним станом інших людей. При цьому багаторазово підсилюється емоційний вплив за рахунок його «відбиття» від багатьох людей. У таких ситуаціях індивіди несвідомо йдуть за іншими, наслідуючи їхню поведінку. Найбільшому психічному зараженню піддаються люди в натовпі. Це може бути сукупність індивідів, які утворюють численну аморфну групу, члени якої водночас взаємопов'язані якимось спільним і постійним інтересом. Вони стають некритичними,

імпульсивними. Почуття відповідальності, яке, звичайно, стримує окремих індивідів у натовпі зникає. Люди починають мислити образами й готові діяти під впливом гасел, закликів визнаних ними лідерів. О. Мень писав: «Маса – некритична. Вона підвладна емоціям, її легко можна повернути в потрібний бік, маніпулювати у вигідному напрямі. Одразу перед нами постає євангельський образ натовпу, який спочатку на честь Ісуса Христа кричав «Осанна!», а через кілька днів – «Розіпни його!»».

Зазначені особливості включають механізми психічного зараження та навіювання. Натовп треба стримувати від негативних дій, використовуючи ці самі механізми. Оскільки в натовпі народжуються бурхливі емоції, вплинути на них можна сильними засобами; перебільшувати, стверджувати, навіювати, заражати, повторювати. Люди в натовпі не чують аргументів, не зносять запитань, заперечень. Якщо якийсь оратор не поділяє думки, що захопила більшість людей, його виступ викликає у них гнів і ворожість.

Якщо люди зібралися разом, вони інстинктивно шукають собі лідера, вожака і підкоряються йому. Проте нерідко вожаками стають нервово збуджені люди, які глибоко вірять у те, про що говорять, до чого закликають. За допомогою цієї віри вони впливають на людей. Чим коротші фрази-ствердження, кинуті ними в натовп, тим більший вплив вони мають. Внаслідок багаторазових повторень основна думка-ідея закріплюється в глибинах несвідомого. Потім вона перетворюється на установку як готовність до дії. Цю установку вже нелегко змінити. Чим привабливіший лідер, чим більшу силу волі він має, тим сильніше може впливати на натовп. Психічне зараження може відігравати не лише деструктивну, а й позитивну роль. Найчастіше конструктивна дія зараження ентузіазмом спостерігається у професійній діяльності. Якщо люди люблять своє діло, то успіхи одного заражають інших, викликаючи в них інтерес, захоплення, а не заздрість і поганий настрій. Здібні люди своїми словами, діями можуть так впливати на людей, що ті переймаються чужими переживаннями як власними, починають плакати і сміятися, сумувати і радіти, обурюватися і співчувати. Наприклад, під час педагогічного спілкування відбувається взаємозараження педагога і студентів, а це стимулює їхнє творче самопочуття. Воно виникає на основі співчуття, співпереживання, ініціатором якого виступає педагог.

Своїми емоціями, інтересом до проблеми він заражає тих, кого хоче повести за собою. Вони, його вихованці, у свою чергу, стимулюють думку педагога, передають йому свою емоційну захопленість.

Наслідування – особлива форма поведінки людини, що полягає у відтворенні нею дій інших осіб. Важливо наголосити, що наслідування може бути виявом активності індивіда, яка може бути наслідком власної ініціативи або результатом впливу інших людей, які розраховують на це й стимулюють певну поведінку різними засобами. Отже, наслідування може бути як несвідомим, так і свідомим, цілеспрямованим.

У дорослих механізми наслідування набагато складніші, аніж у дітей. Дорослі більш критично сприймають зразки, запропоновані їм для наслідування. Воно є елементом навчання. Це стосується професійної діяльності, спорту, мистецтва тощо. Наприклад, молодий спеціаліст вчиться у досвідченого, наслідуючи зразки його дій, стратегії та тактики вирішення професійних завдань. Таке явище є позитивним.

На практиці навіювання, переконання, психічне зараження, наслідування рідко застосовуються у чистому вигляді. Найчастіше вони доповнюють одне одного, функціонують у системі. Наприклад, перед однією з фірм, що працювала в умовах жорсткої конкуренції, постала потреба реконструювати виробництво і запровадити нову технологію. Керівник фірми (досвідчений менеджер), залучаючи до роботи кращих спеціалістів, використовував різні прийоми спілкування і постановки перед ними завдання. Одному спеціалістові керівник навів як приклад для наслідування факти про ставлення до інновацій та діяльність спеціалістів у фірмах конкурентах. Іншому сказав, що доручає саме йому цю справу, бо знає, що він працює самовіддано і має цікаві пропозиції. Третьому показав, як плідно працюють інші й що вже зроблено в цьому напрямі. Потім керівник зібрав усіх разом і сказав, що за умови оперативного і якісного виконання ними завдання (кожним своєї частини) фірма зможе своєчасно виконати реконструкцію, запровадити нову технологію і стане конкурентоспроможною. Працівники ж від цього матимуть моральне й матеріальне задоволення. Усі використані при цьому психологічні прийоми – навіювання, наслідування, психічне зараження – допомогли менеджеру

спрямувати творчу енергію спеціалістів в інтересах справи і досягти своєї мети.

Описані способи впливу на людей деякі автори називають механізмами. До таких механізмів належать і відоме маніпулювання людьми та актуалізація, яку йому протиставляють.

3. Індивідуальна бесіда як форма ділового спілкування

Найпоширенішою формою усного ділового спілкування є бесіда. Дані психологічних досліджень свідчать, що успішне її проведення сприяє підвищенню продуктивності праці (2–12%). Дев'ять із десяти опитаних менеджерів великих корпорацій США заявили, що найскладнішим у своїй роботі вони вважають встановлення контакту з новою людиною, особливо першу зустріч з нею, першу бесіду.

Бесіда – це форма спілкування з метою обміну думками, інформацією, почуттями тощо. Вона сприяє також активізації зусиль партнерів для забезпечення співробітництва та впливу одне на одного.

Орієнтовно можна назвати такі функції бесіди: обмін інформацією; формування перспективних заходів і процесів; контроль і координація вже розпочатих дій; взаємне спілкування людей під час виконання виробничих завдань; підтримання ділових контактів на рівні виробничих підрозділів, регіонів, держав; пошук, висунення і оперативна розробка робочих ідей; стимулювання людської думки в новому напрямі; розв'язання етичних проблем, що виникли в якійсь ситуації.

Кожна бесіда – це новий акт. Тому немає загальних рецептів, які б забезпечували високу ефективність бесіди в усіх випадках. Це завжди процес творчий, що дає радість відкриття нового в житті, у співрозмовника й у собі. Водночас склалися певні моральні та психологічні вимоги до організації індивідуальної бесіди. Є загальні положення, принципи, застосування яких сприяє досягненню успіху бесіди.

Існують різні види бесід. Якщо за основу класифікації взяти мету спілкування та зміст бесіди, то можна виокремити бесіди **ритуальні, глибинно-особистісні та ділові**.

Під час **ритуальних** бесід люди спілкуються, дотримуючись певного мовленнєвого етикету. Як правило, ці бесіди характерні для обрядів, звичаїв будь-якої спільноти людей. Людина, котра звикла до цього, почувається під час виконання обряду спокійно і впевнено. Вона знає, що і як їй потрібно говорити в різних ситуаціях і чого варто сподіватися від інших. Уміння людини підтримувати ритуальні бесіди свідчить про те, що вона опанувала перший рівень культури спілкування.

Глибинно-особистісні бесіди відіграють у нашому житті велику роль. Вони, як правило, характерні для спілкування між близькими людьми – рідними, коханими, дітьми, друзями та ін. Основна особливість таких бесід полягає в тому, що саме в них найповніше виявляються й реалізуються наші гуманістичні комунікативні установки та моральні норми. Вступаючи в контакт із близькими, людина сподівається на те, що її не лише зрозуміють, а головне, сприймуть такою, якою вона є, захистять і нададуть допомогу.

Велику роль у житті людей відіграють **ділові** бесіди. Їх предметом, як правило, є конкретне діло. Розрізняють такі види ділових бесід: кадрові, дисциплінарні, проблемні, організаційні, творчі.

До **кадрових** належать співбесіди під час прийому на роботу чи звільнення. Ефективність кадрових бесід підвищується залежно від уміння керівника створити відверту конструктивно-критичну атмосферу спілкування і, навпаки, зменшується, якщо він поводить себе безтактно, перебиває співрозмовника, висміює його аргументи або грубо реагує на протилежні погляди. Особливу увагу слід звернути на об'єктивність фактів.

Керівник повинен мати план бесіди, дотримуючись якого він зможе відповісти на запитання:

- яка причина бесіди та організаційні конкретні завдання, пов'язані з її метою, темою;
 - які контраргументи може висунути співрозмовник і що потрібно зробити, щоб досягти поставленої мети; які варіанти вирішення проблеми можна запропонувати, якщо партнер погодиться, відмовиться або заперечуватиме;
-

• на кого з партнерів чи підлеглих можна покластися у вирішенні проблеми і які переваги це матиме чи які негативні моменти може викликати.

Дисциплінарні бесіди відрізняються від кадрових тим, що вони зумовлені фактами порушення дисципліни на виробництві або відхиленнями від встановлених норм і правил діяльності організацій, підприємств. Отже, слід пам'ятати, що:

- головне завдання дисциплінарної бесіди – майбутня робота працівника, який чимось завинив;
- не потрібно проводити бесіду без належної підготовки;
- бесіда про дисципліну – не вистава, а довірча розмова;
- не можна приймати рішення наперед;
- якщо необхідно зробити індивідуальні винятки з правил, то про це потрібно повідомити інших;
- працівник повинен зрозуміти «оргвисновки»;
- важливо погодити із працівником програму його подальших дій і термін її реалізації.

Проблемними умовно можна назвати бесіди, викликані необхідністю розв'язання різних конфліктних ситуацій, що виникли в організації. Найважливішою особливістю проблемної бесіди є глибокий і всебічний аналіз конфлікту, з'ясування причин і обставин його виникнення, розгляд соціальної практики вирішення подібних конфліктів, пошук виваженого та обґрунтованого рішення.

Організаційні – це бесіди, у процесі яких обговорюється технологія виконання того чи іншого виробничого завдання, аналізуються одержані результати, висловлюються критичні зауваження щодо вирішення поставлених завдань.

Творчі бесіди передбачають вироблення загальної концепції роботи організації, обговорення принципів виконання різноманітних програм, проектів, завдань тощо. Для творчих бесід особливо важливими є неординарність мислення, оригінальність вираження думки, вміння знайти переконливі аргументи і захистити свою позицію, створення банку ідей.

Залежно від кількості учасників бесіди поділяються на індивідуальні та

групі. Ми розглянемо характеристики індивідуальної бесіди.

Індивідуальна бесіда – це діалог двох співучасників, які є значущими одне для одного і прагнуть (обоє або один) досягти певної мети. Індивідуальна бесіда стає такою формою, яка сприяє зближенню поглядів співрозмовників, встановленню між ними контакту, довіри і взаєморозуміння. Відомо, що людина один на один поводить себе інакше, аніж в оточенні багатьох людей. Річ у тім, що в присутності інших вона використовує різні ролі, хоче здаватися цікавішою, привабливішою, зберегти почуття власної гідності. Тому нерідко тільки віч-на-віч зустрівшись із людиною, можна визначити її позицію і знайти пояснення її діям. Знаючи і пам'ятаючи про це, слід надавати право партнерові залишатися самим собою, не маніпулювати іншим, а вести власну партію і давати змогу це робити іншому, тобто «партитуру спілкування» співрозмовники розроблюють спільно. Це визначає характер бесіди та її результат.

Розрізняють такі етапи індивідуальної бесіди: початок, передавання інформації, аргументування, спростування доказів співбесідника та прийняття рішення.

Оскільки успіх в індивідуальній бесіді значно залежить від контакту, що встановлюється між співрозмовниками, можна назвати і такі її етапи: підготовка до бесіди, встановлення контакту, орієнтування в ситуації й людях, обговорення питання і прийняття рішення, вихід із контакту. Такий поділ на етапи чіткіше визначає спрямованість у пошуку способів і засобів спілкування, правил проведення бесіди.

4. Телефонна розмова як різновид професійного діалогічного мовлення

Важливою формою комунікації в сучасній діловій сфері є телефонні розмови. Телефонний зв'язок дає змогу на будь-якій відстані проводити переговори, давати консультації, обумовлювати й узгоджувати важливі ділові зустрічі тощо. Спілкування телефоном передбачає обмежену кількість учасників спілкування з можливістю впливати один на одного. Але, на відміну від безпосереднього спілкування, у телефонному спілкуванні немає візуального контакту між співрозмовниками, тобто не залучені їх міміка, жести, вираз очей, постава. Тому

особливої ваги набувають слово та інтонація.

Мистецтво ведення телефонних розмов полягає в тому, щоб, дотримуючись правил мовного етикету, стисло повідомити все необхідне і отримати відповідь. Цьому сприяють тон, тембр, сила голосу, інтонація (вони несуть до 40% інформації). Телефон посилює вади мовлення, тому слова необхідно вимовляти чітко й правильно, особливо числа і власні назви.

Структурними компонентами службової телефонної розмови є: встановлення контакту; виклад справи; закінчення розмови; прощання. Традиційно починають спілкування телефоном словами: *алло, слухаю*. Ці слова не дають ніякої інформації про співрозмовника, тому в діловому спілкуванні від них часто відмовляються, замінюючи інформативними. Відповідно до вимог ділового етикету, відповідаючи на дзвінок зовнішнього телефону звичайно називають фірму (організацію) чи підрозділ, внутрішнього – підрозділ і прізвище. Це дає змогу відразу виявити помилку набору номера, якщо це сталося. У такому разі той, хто телефонував, припиняє розмову словами: *Пробачте, це помилка*.

Коли ви телефонуєте самі, то також мусите називати себе, наприклад: *Добрий день! Це...*(прізвище, ім'я, по батькові, деколи – місце роботи, посада. Якщо ви не представилися, то співрозмовник змушений запитати: *Пробачте, з ким я розмовляю?*

Якщо телефонують не тому, хто взяв трубку, а комусь іншому, тоді кажуть: *Добрий день! Чи можу я попросити до телефону Миколу Петровича?* На це звичайно відповідають: *Добрий день! Я зараз передам трубку*. Або: *Зачекайте, будь ласка*. Або: *На жаль, Микола Петрович буде за годину. Що йому передати?* тощо.

У тих випадках, коли телефоном спілкуються добре знайомі люди, цілком доречною преамбулою до основної розмови буде обмін думками про останні події, розмова про погоду тощо. Це дасть змогу знайти довірливий тон, здобути прихильність другого учасника спілкування.

Під час розмови необхідно вміння зацікавити співрозмовника. Цьому сприяє чіткий, послідовний і стислий виклад думок. Найдовший за часом етап будь-якої телефонної розмови – обговорення певної ділової ситуації. Тому важливо заздалегідь продумати перелік головних і другорядних питань, які вимагають конкретної

відповіді. Щоб полегшити сприйняття інформації співрозмовником, її варто передавати частинами, роблячи між ними паузи. Це також дасть змогу другому учасникові розмови висловити своє ставлення до обговорюваного питання. Завжди потрібно говорити доброзичливо, тактовно, поважаючи співрозмовника.

Якщо в процесі телефонної розмови обговорюється кілька тем, то бажано відокремлювати їх фразами на зразок: *Отже, це питання ми з'ясували* або *Чи можу я вважати, що ми досягли згоди?* тощо.

Під час розмови можна тактовно натякнути співрозмовникові, що ви не можете більше продовжувати бесіду. У такій ситуації доречні фрази: *Не зручно Вас перебивати, але боюся запізнитися на засідання* або *Прошу вибачення, але я зараз зайнятий. Чи можу я вам перетелефонувати?* або *Дуже радий Вас чути, але, на жаль, зараз мушу йти.*

Питання для обговорення

1. Які функції виконують індивідуальні бесіди в нашому житті?
 2. У чому полягає відмінність між бесідами глибинно-особистісною та діловою спрямованості?
 3. Чому іноді бесіди закінчуються, ледве розпочавшись?
 4. Як встановити контакт із співрозмовником?
 5. Які прийоми краще використати на етапі орієнтування?
 6. Як утримати ініціативу під час бесіди у своїх руках?
 7. Як краще прийняти спільне рішення?
 8. Чому важливо дотримуватись певних правил при виході з контакту?
 9. Як зробити людині зауваження, щоб не зіпсувати стосунків і викликати у неї бажання щось виправити у своїх діях, поведінці?
 10. Яких правил службового етикету необхідно дотримуватися під час проведення ділової бесіди?
-

ЛЕКЦІЯ 7

ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ

План

1. Основні форми колективного обговорення проблем.
2. Мистецтво переговорів.
3. Нарада.
4. Збори як форма прийняття колективного рішення.
5. Дискусія.
6. «Мозковий штурм».

Література

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 344 с. (Альма-матер).
2. Хміль Ф.І. Ділове спілкування: Навч. посіб. Для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Видавничий центр «Академія», 2004. – 280 с. (Альма-матер).
3. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – 442 с. – (Вища освіта ХХ століття).
4. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Вікар, 2002. – 223 с. – (Вища освіта ХХІ століття).

1. Основні форми колективного обговорення проблем

Важливу роль у діловому житті людей відіграють різні форми спільного обговорення проблем. Завдяки їм людина виявляє активність у їх розв'язанні, впливає на прийняття та реалізацію рішень. Висока культура колективного обговорення безпосередньо сприяє духовному збагаченню членів суспільства, а отже, і прискоренню демократичних процесів у країні, підвищенню матеріального добробуту людей.

До форм колективного обговорення належать **наради, збори, переговори, дискусії, «мозковий штурм»** тощо.

На жаль, форми колективного обговорення поки що не розмежовуються. У

розмовній мові, наприклад, «нарада» та «збори» є синонімами. Однак перший слід уживати, коли учасники справді радяться, обмінюються поглядами і спільно доходять певних висновків. Але якщо директор скликає підлеглих для того, щоб проінформувати їх з якогось питання і дати розпорядження про виконання певних завдань і наказів, то присутні лише сприймають інформацію. Це вже не нарада в прямому розумінні слова.

Дуже важливою і широко вживаною формою обговорення є дискусія. Набули поширення зустрічі «за круглим столом», коли кілька учасників дискутують між собою в присутності слухачів. Така дискусія дає змогу ознайомити людей з різними поглядами фахівців на якусь проблему і стимулювати до активного мислення, самостійних висновків, деколи колективне обговорення має форму диспуту, під яким розуміють публічну суперечку на наукову чи суспільно важливу тему. Учасники диспуту, звичайно, не ставлять перед собою мети обов'язково дійти згоди.

Останнім часом для розв'язання перспективних і досить складних проблем дедалі частіше використовується така форма колективного обговорення, як «мозковий штурм». Вона дає змогу генерувати нові ідеї, шукати шляхи розв'язання складних проблем, окреслювати шляхи розвитку, скажімо, якоїсь організації. Ця форма, як і інші, зокрема ділові та рольові ігри, використовується не тільки для соціально-орієнтованого навчання людей, а й у виробничій сфері для вирішення проблемних завдань.

Як на державному рівні, так і в буденному житті люди використовують як форму колективного розв'язання проблем переговори.

2. Мистецтво переговорів

Переговори – це обмін думками, який зазвичай відбувається з певною діловою метою. Вони проводяться на різних рівнях з різною кількістю учасників. Переговори можуть мати як неофіційний, так і протокольний характер.

На жаль, більшість людей вести переговори не вміють. Вони нетерпимо ставляться до чужої позиції, намагаються нав'язати свою думку, часто переводять розмову у сварку і псують настрій одне одному.

На практиці склалося кілька стратегій, підходів до ведення переговорів залежно від індивідуальних психологічних якостей їх учасників. Наприклад, м'яка за характером людина під час переговорів намагається уникнути міжособистісного конфлікту і заради досягнення згоди готова на поступки. Вона завжди прагне до позитивного вирішення питання, але нерідко саме вона залишається ображеною. Водночас інший учасник переговорів, більш жорсткий за характером, розглядає кожен ситуацію як змагання волі, де той, хто виявляє крайню позицію, вперто стоїть на своєму. Він ігнорує етичні норми і хоче досягти лише перемоги, але його дії спонукають опонента також зайняти жорстку позицію. Розв'язання проблеми затягується, в учасників переговорів псується настрій, а отже, і відносини. Однак дотримуватися «золотої» середини, вести переговори так, щоб досягти своєї мети і водночас не зіпсувати стосунки з людьми, досить важко і не всім вдається. Інша стратегія переговорів передбачає розв'язання проблем, виходячи з їх змісту, а не торги з приводу позиції, якої кожна зі сторін жорстко дотримується. Такий підхід розроблено в межах Гарвардського проекту. Такі переговори називаються принциповими. У цьому разі намагаються врахувати інтереси обох сторін і прагнуть отримати такий результат, який був би обґрунтований справедливими нормами і критеріями. Ця стратегія передбачає жорсткий підхід до розгляду суті справи, але м'який підхід до учасників переговорів і дає змогу прийняти справедливе рішення з погляду етики, яке б задовольняло обидві сторони. Переговори як форма колективного обговорення передбачають три стадії:

а) аналіз ситуації, тобто проблем учасників, їхніх емоцій, відносин, інтересів, можливих варіантів прийняття рішення;

б) планування;

в) дискусія.

Готуючись до переговорів, доцільно відвести певний час для попереднього аналізу позицій та інтересів їхніх учасників – це буде запорукою успіху. Його слід робити відповідно до принципів ведення переговорів, а саме:

а) розмежування учасників і предмета обговорення;

б) урахування інтересів обох сторін, а не їхніх позицій;

- в) аналіз усіх можливих варіантів розв'язання проблеми;
- г) визначення певного критерію для прийняття рішення.

Доцільно вивчити не лише психологію й репутацію партнерів, а й манеру їхньої поведінки. Для досягнення успіхів у обговоренні неабияке значення має те, яке враження справлять його учасники один на одного. Не можна забувати про одяг, приміщення, умови проведення переговорів. Наприклад, після першої зустрічі учасники, спілкуючись, обговорюють іноді не лише предмет переговорів і їх зміст, але й те, як трималися представники іншої сторони, як вони були вдягнені, чи поводитися невимушено, чи посміхалися тощо. Ставлення учасників переговорів до обговорення процесу також може бути різним: в одних випадках зорієнтованим на отримання результату за будь-яку ціну, в інших – на продовження партнерських стосунків. Оскільки нерідко бажання зберегти добрі взаємини є важливішим, аніж результат переговорів. Тому доцільно:

а) проаналізувати характер відносин між учасниками переговорів, а також свої і, по можливості, чужі почуття. Якщо є негативні емоції в якоїсь із сторін або в обох, треба своєчасно розрядитися, щоб не спалахнули пристрасті. Для цього можна пожартувати, змінити інтонацію або вибачитись;

б) при непорозумінні, треба спокійно вислухати партнера (можна попросити, щоб він повторив найважливіші думки), а потім у разі потреби уточнити, нейтралізувати, спростувати його аргументи;

в) щоб зрозуміти хід думок партнера, варто поставити себе на його місце, а потім спільно обговорювати проблему.

Треба пам'ятати, що за протилежними позиціями учасників переговорів стоять їхні потреби, цінності, інтереси, які або надто різняться, або, навпаки, можуть бути схожими. Нерідко побутує думка про те, що в опонента, який спростовує ваш погляд, інтереси обов'язково будуть протилежні до ваших. Однак вони якраз можуть збігатися з вашими. Виявити інтереси не завжди легко, бо вони можуть бути замаскованими. Але це все-таки варто зробити, поставивши себе на місце іншого і запитати: «чому так?» або «чому ні?»

Звичайно, важливо також розібратись у своїх інтересах, знайти аргументи на їх

захист, а вже потім переходити до пропозицій. Захищаючи свої інтереси, треба виявляти твердість. Але водночас там, де можна, бажано поступитись партнерові по переговорах, урахувавши його інтереси. Навряд чи інша сторона прислухається до вас, якщо ви не будете виявляти увагу до її інтересів і пропозицій. Для того, щоб переговори були результативними, треба шукати взаємовигідні варіанти розв'язання проблеми.

Іноді думають, що позитивний результат переговорів – це перемога одного і поразка іншого. Проте завдяки дослідженням психологів багато хто розуміє, що найкращий вихід із ситуації, коли має певний вигравш кожна сторона.

Учені, які вивчають переговори як наукову проблему, завбачають чотири прорахунки, що заважають людям дійти згоди: передчасні судження; пошук єдиного варіанта розв'язання проблеми; впевненість у неможливості «збільшити пиріг»; думки типу «їхня проблема – це їхня проблема, і нехай вони її розв'язують». Щоб уникнути таких моментів, доцільно під час обговорення розглянути кілька варіантів розв'язання проблеми. Для пошуку варіантів можна скористатися методом «мозкового штурму», виокремити найцінніші ідеї, а потім повернутися до загального підходу, де одна ідея – лише один із варіантів. Щоб отримати позитивний результат, на предмет обговорення подивитись очима різних людей, іноді сторонніх. Можна також поділити проблему на кілька частин і приймати рішення поетапно. Запропоновані учасниками переговорів варіанти рішення можуть бути суттєві, першорядні та процедурні, другорядні. Але в будь-якому разі учасники переговорів виконуватимуть ту угоду, яку прийнято шляхом згоди. Якщо угода більше виражає інтерес однієї зі сторін, треба полегшити іншій стороні її прийняття. Для цього треба скласти список кількох можливих рішень, у тому числі й тих, які може прийняти партнер. Потім необхідно розглянути можливі шляхи реалізації цих рішень.

Щоб отримати позитивний результат, треба використати об'єктивні критерії щодо суті питання та дотримуватися справедливої процедури. Якщо обом сторонам важко обрати якісь критерії, можна звернутися за порадою до третіх осіб. Посередник може відіграти важливу роль на переговорах, якщо вони повільно

просуваються до успішного завершення. Йому не обов'язково глибоко вникати в позицію кожної сторони. Головне – знайти найкращі варіанти можливого розв'язання проблеми і допомогти сторонам прийняти спільне рішення. Посередник готує текст угоди, пропонує його сторонам і з урахуванням їхніх зауважень доводить роботу до логічного завершення.

Якщо хтось намагається зірвати переговори (свідомо порушує етичні норми, погрожує, тисне), доцільно, виявивши такий факт, винести це питання на обговорення, висловити свою думку з цього приводу, а також домовитися про подальші правила роботи. Іноді на переговорах ведеться «психологічна війна»: опоненти роблять особистісні випади, не дивляться в очі, зловживають зауваженнями, вимагають повторювати одне й те саме кілька разів, не відповідають на запитання або навіть перекручують їх зміст. У цьому разі краще якомога швидше завершити зустріч. Не варто відповідати на погрози або образи, інакше переговори ніколи не будуть успішними.

Ситуація, коли кожна сторона в переговорах займає певну позицію й жорстко захищає її, називається позиційним торгом. Захист певної позиції, без урахування інтересів сторін, призводить до укладення нерозумних угод або до суперечки. Найкращим результатом переговорів є перемога – перемога.

Спостереження за поведінкою партнерів під час переговорів свідчать, що вітчизняні учасники поведуться найчастіше не так, як іноземці. Програш полягає не лише в тому, що не досягається практичного результату, а й у тому, що переговори нерідко заходять у «глухий кут» і втрачаються можливості для подальших контактів з партнером. Це відбувається тому, що вітчизняні бізнесмени часто не надають належного значення переговорам як певному виду спільної діяльності, не готові до конструктивної поведінки. Звичайно, учасники переговорів можуть мати різні критерії цінностей, однак для отримання позитивного результату вони мусять виходити з ідеї спільного розв'язання проблеми.

Помилковою є думка про те, що на переговорах треба в будь-який спосіб відстоювати свої інтереси або працювати за принципом: «сприймайте нас такими, як ми є». Переговори треба вести, дотримуючись етичних норм: чесно, справедливо і

на рівноправних умовах. З погляду етики гарантом виконання досягнутої угоди можуть бути такі якості учасників переговорів, як довіра і чесність. Саме на це слід зважати, якщо люди зацікавлені встановити довготривале партнерство. Довіра встановлюється лише тоді, коли учасники виявляють солідарність у розумінні взятого сторонами ризику, говорять те, що думають, усвідомлюють відповідальність як у разі програшу, так і при досягненні успіху, не змінюють прийнятого рішення. Нарівні з довірою етичною основою угоди є ідея справедливості. Кожний учасник має керуватися таким принципом: ставитися до інших так, як би ви хотіли, щоб вони ставилися до вас. За такого підходу прийняту угоду буде успішно реалізовано. Проте дотримання етичних норм сторонами не виключає можливості захисту своїх інтересів на підставі чинного законодавства.

Ділові переговори до певної міри є змаганням сторін, кожна з яких намагається максимально реалізувати свої інтереси. У такій взаємодії можливі різні ситуації, що спонукатиме партнерів до маневру аргументами, певних поступок або непоступливості у досягненні мети. Залежно від ситуації, яка складається напередодні переговорів і під час переговорного процесу, використовують різні методи підготовки та участі в них. Найпоширенішими є варіативний метод, інтеграції, метод урівноважування, компромісний метод.

Варіативний метод. При підготовці до складних переговорів, на яких прогнозується негативна реакція партнера, необхідно з'ясувати такі питання: у чому полягає ідеальне вирішення поставленої проблеми? від яких аспектів ідеального вирішення проблеми можна відмовитися? у чому слід бачити оптимальне вирішення проблеми за диференційованого підходу до очікуваних наслідків, труднощів, перешкод? які аргументи необхідні, щоб відповідно відреагувати на пропозицію партнерів, обумовлену розбіжністю інтересів чи їх односторонньою реалізацією? яке вимушене рішення можна прийняти на перс говорах на певний термін? які екстремальні пропозиції партнерів слід обов'язково відхилити і за допомогою яких аргументів?

Такий підхід потребує глибокого знання предмета діяльності, її проблем, перспектив і способів поліпшення ситуації. Під час переговорів особливо необхідні

динамічне мислення, уміння реалістично оцінювати переговорну ситуацію, позицію партнера і оперативно приймати рішення.

Метод інтеграції. Вдаються до нього, намагаючись переконати партнерів у необхідності оцінювати проблематику переговорів з урахуванням ширшого спектру взаємозв'язків і потреб розвитку виробничої кооперації. Використання цього методу не гарантує досягнення домовленостей в деталях. Переконуючи у доцільності, навіть необхідності, інтеграції, не можна забувати про законні інтереси партнера. Тому слід уникати повчальних коментарів, порушення питань, не пов'язаних з конкретним предметом обговорення і з інтересами партнерів. Найкраще спершу ознайомити партнерів з власною позицією, наголосити на очікуваних спільних діях у межах спільної відповідальності за результати переговорів. Зважаючи на розбіжність власних інтересів з інтересами партнерів, слід наголосити на необхідності і базових аспектах переговорів, можливості отримати взаємну вигоду. При цьому не варто сподіватися на досягнення домовленостей з кожного питання переговорів.

Метод урівноважування. Основою його є детальний добір необхідних для переговорів аргументів (фактів, підсумків розрахунків, статистичних даних тощо). Важливо при цьому на деякий час уявити себе на місці партнерів, оцінити проблему з точки зору їх аргументів. Це допоможе з'ясувати інтереси партнерів на переговорах і відповідно вибудувати систему доказів, переконуючи їх у перевагах співпраці. Учасники переговорів обдумують можливі контраргументи партнерів, відповідно налаштовуються і готуються використати їх у процесі аргументування. Нерозумно ігнорувати висунуті контраргументи, адже партнери очікуватимуть реакції на свої заперечення, побоювання тощо. Раціональніше спершу з'ясувати причини такої поведінки (нечітке розуміння висловлювань, недостатня компетентність учасників переговорів, небажання ризикувати тощо), а потім прояснити ситуацію.

Компромісний метод. Учасники переговорів повинні виявляти готовність до компромісів, уміння досягати їх поетапно, якщо розбіжності інтересів чітко окреслені. Це означає, що після невдалої спроби домовитися, частково

відмовляються від своїх вимог, висувають нові пропозиції. Щоб наблизитися до позиції партнерів, необхідно спрогнозувати корисність компромісного рішення для реалізації власних інтересів (прогноз ступеня ризику), оцінити допустимі межі поступок. Якщо компромісне рішення перевищує компетенцію однієї із сторін, для збереження контакту з партнерами можна обмежитися так званою умовною угодою, а остаточне рішення прийматиме компетентний керівник. Однак значно краще, якщо у переговорах беруть участь наділені повноваженнями приймати необхідні рішення працівники, що дасть змогу уникнути їх повторення.

Дійти повної згоди шляхом взаємних компромісів досить складно (на відміну від повної відмови одного з партнерів від своїх вимог – «гнилого компромісу»), оскільки партнери за інерцією відстоюватимуть свої позиції. За таких обставин необхідні терпимість, вміння спонукати партнерів поступитися, розкриваючи перед ними всі переваги позитивного завершення переговорів, за допомогою нових аргументів та способів розгляду проблематики.

Угоду на підставі компромісів укладають за необхідності досягти загальної мети переговорів, оскільки їх припинення матиме для обох сторін негативні наслідки.

Після закінчення переговорів обов'язково потрібно їх підсумувати, визначити пункти, з яких досягнута домовленість, а також ті, що потребують доопрацювання, або з яких погляди партнерів розійшлися.

Як правило, результати ділових переговорів фіксують у формі протоколу, угоди чи іншого документа, який підписують керівники делегацій. Цей документ повинен чітко формулювати суть прийнятих рішень, містити перелік відповідальних за реалізацію домовленостей осіб та їх повноваження, терміни, організаційні умови реалізації домовленостей, порядок контролю за їх виконанням.

3. Нарада

Проведені опитування свідчать, що менеджери 50–70% свого робочого часу проводять на нарадах.

Наради – один із найефективніших способів обговорення важливих питань і

прийняття рішень в усіх сферах виробничого, громадського й політичного життя. Вони дають змогу спільно аналізувати важливі питання й висловлювати свої думки та пропозиції, приймати найоптимальніші рішення. Крім того, на нараді керівництво може поінформувати працівників про свої плани. Проблема, яку обговорюють на нараді, може мати будь-який характер: виробничий, дисциплінарний, організаційний тощо. На нараді виявляються погляди зацікавлених сторін на проблему, а якщо учасники обмінюються думками, і спільними зусиллями доходять певних висновків, ефект від такої наради буде великим. Натомість, якщо нарада не дає очікуваних наслідків, вона перетворюється на колективне марнування часу, що нерідко й трапляється.

Оптимальна кількість учасників наради як однієї з колективних форм обговорення – 10-12 осіб. Якщо людей менше, а отже, менше різних поглядів на проблему, то й користі від такої наради буде мало. Якщо кількість учасників перевищує 16-18, то, як правило, не всі зможуть взяти участь в обговоренні. Якщо учасників понад 20, то доцільніше поділити їх на дві групи, вислухати думки всіх, а потім порівняти висновки обох груп. Нарада навряд чи пройде успішно, якщо її не буде заздалегідь підготовлено. Причому, чим краще це буде зроблено, тим менш помітною для учасників наради буде попередня робота.

Нараду в будь-якій організації, як правило, проводить її керівник. Тому її результати залежать передусім від нього, від того, як він уміє працювати з людьми. Неабияке значення для присутніх на нараді людей та їхньої участі в обговоренні мають психологічні якості керівника, дотримання ним етичних норм. Через невміле їх використання нарада, навіть якщо в ній беруть участь досвідчені фахівці, може зайти у безвихідь. І навпаки, якщо керівник дотримується етичних норм, на нараді можна досягти вагомих результатів навіть тоді, коли рівень знань її учасників посередній.

Позитивний ефект від наради буде досягнуто лише тоді, коли її учасники за рівнем професійних знань і практичного досвіду відповідатимуть рівню винесеної на обговорення проблеми. Крім того, сама проблема має бути важливою для всіх присутніх.

Щоб бути вправним головою на нараді, керівникові треба мати не лише організаторський хист, а й уміти зосереджувати увагу й зусилля на тому, щоб постійно стежити за перебігом дискусії, обмірковувати й добирати слушні запитання, систематизувати різні погляди, вчасно робити висновки, уважно прислухатися до висловлювань кожного. Ефективність наради полягає саме в тому, щоб виробити спільну думку, яка нерідко важить набагато більше, ніж сума окремих думок членів певної групи.

Навряд чи зможе успішно провести нараду людина, яка порушує етичні норми, зверхньо ставиться до її учасників, недооцінює їх. Важливим також є однакове ставлення до всіх учасників наради. Якщо присутні за ледь помітними ознаками відчують, що голова комусь віддає перевагу, їм не захочеться розповідати про те, що вони думають.

Завдання голови полягає не у виголошенні на нараді промови чи доповіді. Він має відкрити нараду й у короткому вступному слові охарактеризувати проблему, яку треба обговорити. Під час наради керівник за допомогою певних запитань має заохочувати людей до висловлювання думок, постійно систематизувати їх і періодично підсумовувати висловлені думки, ставити на обговорення нові питання. Наприкінці наради голова має підвести підсумки, акцентувавши увагу на раціональних пропозиціях, що прозвучали під час обговорення проблеми. Однак з повагою треба поставитися й до інших поглядів, які було висловлено. Якщо їх просто розкритикувати, то наступного разу підлеглі приховуватимуть свої справжні думки.

Варто зазначити, що наради, на яких не підводяться підсумки, – це марно витрачений час. Нічого не дають також наради, на яких завдання хоч і ставляться, але не визначаються умови їх виконання (хто, що, коли), а результати не перевіряються.

У процесі управління організаціями використовують такі види нарад:

а) диктаторська нарада – керівник ознайомлює присутніх зі своїми розпорядженнями, власним поглядом, з постановою чи наказом вищого керівництва. Інколи дозволяє учасникам наради ставити запитання. Обмін думками відсутній;

б) автократична нарада – різновид диктаторської. Керівник кожному ставить запитання і вислуховує відповіді. У такій нараді бере участь небагато працівників. Крім ситуації, коли підлеглому доводиться відповідати на запитання керівника, він поводить пасивно. Активізація учасника наради, як правило, не передбачає суперечки з керівником;

в) сегрегативна нарада – керівник або працівник за його дорученням виголошує доповідь, потім відбуваються дебати, в яких бере участь кілька учасників за вибором голови. Ця нарада є псевдодискусійною (виступ підготовлений заздалегідь). Вона може спричинити розкол колективу, виникнення антипатії до керівника чи до промовців, тому не варто нею зловживати;

г) дискусійна нарада – вільний обмін думками, загальне голосування, прийняття рішення, яке потім підлягає затвердженню керівництвом. Варіантом може бути одноосібне прийняття рішення керівником після осмислення висловленого і запропонованого на нараді;

г) вільна нарада – аморфна, без чітко сформульованого порядку денного, а інколи й без голови. Метою її є обмін думками; прийняття рішення необов'язкове. Така нарада, як правило, виникає в автомобілі, в кулуарах офіційної наради тощо;

д) проблемна нарада – спрямована на пошук вирішення певної проблеми. Відбувається вона за традиційною схемою: доповідь – запитання – дебати – прийняття рішення. Для вирішення проблем часто використовують метод «мозкової атаки»;

е) інструктивна (інформативна) нарада – передбачає передавання розпоряджень та необхідних даних зверху донизу ієрархічними щаблями управління. Організують її за необхідності конкретизувати завдання для виконавців, роз'яснити питання, що назріли, встановити терміни виконання доручень;

є) оперативна («диспетчерська», «п'ятихвилинка», «літучка» тощо) нарада – призначена для отримання інформації про стан справ у виробництві (знизу догори за схемою управління). Отримавши необхідні дані, голова на місці приймає рішення, надає необхідну допомогу. В організації оперативних нарад важливо чітко визначити їх основну мету, яка може бути інформаційно-пізнавальною (взаємний

обмін інформацією між дирекцією і керівниками цехів, підрозділів про рух матеріальних потоків у виробництві), контрольно-регулювальною (виявлення порушень, відхилень і спонукання винних до їх усунення), нормативно-оцінною (підведення підсумків роботи за добу, визначення передовиків) або творчо-пошуковою (пошук колективних рішень складних та міжвідомчих проблем).

Вибір конкретного виду наради залежить від предмета обговорення, управлінських традицій в організації, уподобань керівника та ін. Як правило, більшість нарад поєднують у собі елементи різних їх видів, бо головна вимога до них – об'єктивний аналіз проблеми, прийняття ефективного рішення, доведення його до виконавців тощо.

На практиці склалися певні етичні підходи до забезпечення ефективності наради як форми колективного обговорення проблем:

- результат обговорення на нараді залежить від моральної та психологічної атмосфери, яку на ній створено;

- моральні та психологічні риси керівника як голови на нараді безпосередньо впливають на поведінку присутніх і їхню участь в обговоренні;

- учасники наради за професійними якостями та досвідом роботи мають бути спроможні розв'язати проблему, а поставлена проблема має відповідати інтелектуальному та професійному рівневі її учасників;

- усі висловлені на нараді думки мають бути враховані й ретельно проаналізовані;

- завдання для колективного вирішення треба формулювати так, щоб його виконання могло змінити ситуацію. Приниження гідності людей викликає негативну реакцію, а це не буде ефективним для позитивної зміни ситуації;

- обговорення має бути вільним, щоб думки проголошувались невимушено, без тиску з боку керівника;

- рішення, яке прийнято колегіально, але, як з'ясувалося потім, є помилковим, коригується за допомогою нового колективного розгляду без пошуку винного за невдало внесену пропозицію.

Отже, нарада є важливою формою ділового спілкування. Вона буде

ефективною, якщо її учасники дотримуватимуться певних етичних норм, принципів і правил спілкування.

4. Збори як форма прийняття колективного рішення

Досить поширеною формою колективного обговорення ділових проблем є збори, що проводяться з метою спільного осмислення певного питання, яке хвилює громадськість. На обговорення збираються люди, яких об'єднує якийсь інтерес (збори акціонерів, партійні збори, збори громадян для висунення кандидата в депутати). Збори готуються заздалегідь, і чим ретельніше, тим більшим буде ефект від їх проведення. Як і інші форми спілкування, збори складаються з кількох етапів, жоден з яких не можна ігнорувати: підготовка зборів; висвітлення проблеми та її обґрунтування; обговорення проблеми; ухвалення рішення. Звичайно підготовкою до зборів займається робоча група, члени якої найбільше зацікавлені в результаті.

На першому етапі треба чітко визначити проблему для розгляду та коло учасників обговорення. Проблема необхідно глибоко проаналізувати і на цій основі підготувати відповідний матеріал для викладення на зборах. Як правило, у підготовці зборів беруть участь спеціалісти, а доповідачем призначається найкваліфікованіша і найавторитетніша людина.

Щоб знайти відповідний підхід до слухачів, промовець, тобто особа, яка виступає на зборах з якоюсь інформацією чи основною доповіддю, має зважати на обставини й середовище, в якому виступатиме. Насамперед треба чітко визначити для себе основну ідею виступу, підкріпити її чіткими й перевіреними аргументами. Ніколи не буде добрим промовцем той, хто виходить на трибуну, не підготувавши основ свого виступу. Звичайно, у дрібницях можна покласти на досвід, ситуаційні впливи й стимули з боку слухачів, але основна частина виступу має бути наперед продуманою. Потрібно визначити, що варто сказати у вступі, що – в основній частині, а що – наприкінці виступу.

Пам'ятаючи про регламент, доцільно розподілити час для виступу з доповіддю. Науковці рекомендують приблизно 10–12% загального часу присвятити вступу, 4–5% – висновкам, а решту – основній частині.

Зборами, як правило, керує президія, яку обирають їх учасники.

Після основного виступу починається обговорення доповіді. Ефективнішими будуть підготовлені виступи. При цьому може виступити й будь-хто з учасників зборів. Питання про кількість учасників обговорення, і регламент вирішують збори.

У виступі краще висвітлювати одну тему. Можна поділити виступ на кілька підпунктів. Кожну думку, інформацію, яку взято для виступу, треба оцінювати в кількох напрямках: чи відповідає вона поставленій меті, чи логічна й переконлива, чи цікава, чи відповідає матеріал формі промови й обставинам, у яких вона має проголошуватися, чи буде зрозумілою присутнім, чи відповідатиме загальноприйнятим етичним нормам? Саме в таких виступах яскраво виявляються етика та культура спілкування. Самозакоханий оратор виступає перед аудиторією, щоб похизуватися, послухати себе самого, переконатись у значущості своєї персони. Його не цікавлять інтереси присутніх, їхні бажання й проблеми. І, навпаки, промовець, який намагається бути корисним людям, не шкодує часу і сил, готуючись до виступу, добираючи матеріал для переконання. Його виступ неодмінно матиме успіх.

Здатність постійно дбати про слухачів і вміння поставити себе на їхнє місце – одна з найважливіших передумов успіху. Із цим тісно пов'язане вміння стежити за реакцією в залі, завжди пам'ятаючи про слухачів з найнижчим рівнем знань. Цієї поради варто дотримуватись обережно, бо можна недооцінити слухачів, викладаючи матеріал надто спрощено, що так само не бажано.

Як підготувати виступ, щоб його добре сприйняли слухачі? Ось деякі поради:

- Не вживайте надто довгі речення, бо їх важко зрозуміти.
 - Персоніфікуйте речення, але не зловживайте третьою особою однини і множини. Це порушення етикету. Не бійтеся вживати в разі потреби форму першої особи.
 - Не переобтяжуйте свою мову словами іншомовного походження, професійними термінами, абстрактними поняттями, бо їх не всі можуть зрозуміти.
 - Намагайтеся включати до виступу приклади, порівняння й висновки, а часом і дотепний вислів, але ставтеся до їх добору серйозно.
-

– Не зловживайте зайвими подробицями, в яких губиться головна думка.

– Надмірна лаконічність також може зашкодити слухачам зрозуміти інформацію та основну ідею.

– Завжди слід пам'ятати про етику свого виступу. Неувага до слухачів обернеться, зрештою, проти того, хто виступає.

Щоб досягти успіху, промовцеві важливо знати, як ставляться слухачі до нього особисто і до обраної ним теми. Ставлення може бути доброзичливим, нейтральним, недоброзичливим і дуже недоброзичливим. Якщо промовець знає, що більшість слухачів ставляться до нього неприязно, він повинен насамперед подбати про зміну їхньої установки. Якщо ставлення нейтральне, то протягом перших хвилин треба зробити слухачів більш доброзичливими. Як правило, обговорення припиняється тоді, коли на запитання «Чи є ще пропозиції з обговорюваної проблеми?» відповіді немає. Тоді внесені пропозиції систематизуються. Зазвичай це робить президія чи спеціальна група. Важливо, як і на нараді, дібрати раціональні ідеї, не обговорюючи невдалі й не виявляючи неповаги до їхніх авторів. Якщо не дотримуватися цього етичного правила, збори переростуть у сварку.

Президія або робоча група виносить на обговорення проект рішення, який ухвалюється учасниками зборів, а потім доповнюється іншими пропозиціями. Якщо до запропонованого та винесеного на розгляд документа учасники зборів ставляться позитивно, він виноситься на голосування і приймається, якщо за нього голосує більшість присутніх. Цей етап зборів дуже важливий, бо від якості прийнятого рішення залежить не лише результативність цієї акції, а й зміни в ситуації, яка обговорювалася. Рішення має бути конкретним, із зазначенням виконавців і термінів виконання. Надзвичайно важливою є стадія контролю за виконанням прийнятого рішення. Доцільно через деякий час повідомити учасників зборів про результати виконання прийнятого рішення і внесених критичних зауважень та пропозицій. Це зараз робиться в обов'язковому порядку на зборах акціонерів, де розглядається інформація відповідальних осіб про виконання рішення, прийнятого минулими зборами, і внесених на них пропозицій.

5. Дискусія

Дискусія – форма колективного обговорення, мета якої – виявити істину через зіставлення різних поглядів. Під час такого обговорення виявляються різні позиції, а емоційно-інтелектуальний поштовх пробуджує бажання активно мислити.

Організація дискусії передбачає три етапи: підготовчий, основний та заключний. На першому етапі доцільно сформулювати тему дискусії й основні питання, які будуть винесені на колективне обговорення, дібрати відповідну літературу для підготовки, визначити час і місце проведення дискусії. Учасників дискусії краще розмістити у приміщенні так, щоб усі присутні бачили одне одного в обличчя й добре чули.

Тему дискусії краще формулювати проблемно. На обговорення не бажано виносити понад п'ять питань. Якщо тема складна, доцільно зробити невеликий вступ, щоб учасникам дискусії було легше визначитись щодо основних понять.

На другому етапі обговорюються ті питання, які було винесено на порядок денний. Процесом обговорення керує ведучий. Від виконання ним своєї ролі багато в чому залежать хід і результати дискусії. Щоб не тиснути на присутніх авторитетом, ведучому не слід самому багато говорити. Він це може робити тільки тоді, коли не вистачає інформації для пошуку нового погляду на вже відому проблему. Ведучому треба ставитися до всіх поважливо й однаково, не засуджувати будь-кого з учасників за його, можливо, некомпетентну думку. Різні заклики ведучого на зразок «пам'ятайте про регламент», «дотримуйтесь правил дискусії», «будьте цивілізовані» не знімуть загострення пристрастей, а можуть лише образити її учасників. Тому не варто зловживати такими висловами.

Проте до поведінки учасників дискусії також є певні вимоги. По-перше, вони мають підготуватися до обговорення обраної теми й виявити готовність викласти свою позицію. По-друге, кожен повинен уважно слухати інших і чути, про що саме вони говорять. По-третє, 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.

Якщо під час обговорення виникла пауза внаслідок роздумів учасників, переривати її не слід, бо, можливо, вона допоможе знайти новий цікавий поворот дискусії.

Третій етап дискусії – підведення підсумків. Це, звичайно, робить ведучий. Проте можна доручити це і досвідченому спеціалісту з числа учасників. Він оцінить повноту й глибину розкриття теми, новизну інформації, відзначить різні погляди, наголосить на значущих результатах обговорення. Добре, якщо до аналізу дискусії буде залучено й інших учасників. Це допоможе всім краще усвідомлювати й контролювати власну поведінку, а також сприятиме підвищенню рівня культури спілкування під час дискусії.

Як свідчать спостереження, дискусія не повинна тривати понад три години. Зловживання часом може викликати роздратування у присутніх. Ведучий має відчувати кульмінаційний момент, після якого, звичайно, інтерес до обговорення зменшується, і підбити підсумки. Важливо також дотримуватися схваленого регламенту. Як правило, для повідомлення надається 15 – 20 хвилин, для виступу 3 – 5 хвилин.

Під час обговорення нерідко народжується багато різних думок, іноді цілком полярних. І тоді учасники відповідно до своїх думок починають тяжіти до людей, думки яких їм близькі. Серед учасників дискусії виникають певні групи, найчастіше так звані меншість і більшість. Тривалий час вважалося, що істина належить більшості, а меншість сприймалась як дестабілізуючий фактор. Справді, більшість використовує психологічний тиск на інших. Проте авторитет її часом ґрунтується на чисельності, а не на правоті. Але, і це підтверджує практика, зокрема сесії Верховної Ради України, саме меншість викликає творчу активність аудиторії, твердо й послідовно відстоюючи свої позиції. Тим самим вона стимулює більшість подивитися на проблему під іншим кутом зору. Вважається, що погляди більшості змінюються частіше залежно від етики поведінки та спілкування меншості, аніж від її компетентності.

Сварка під час дискусії починається нерідко тому, що присутня на ній людина починає відчувати гнів або злість. Це явище не можна ігнорувати. Доцільніше

розібратися в ньому та знайти шлях, який допоміг би подолати його. Злість може виникнути через страх або сподівання, яке не справдилося. Людина легше впорається зі своєю злістю, якщо знайде інші варіанти розв'язання проблеми. Першим кроком до її переборення стане вже те, що вона зрозуміє, що з нею відбувається.

Про результативність дискусії можна говорити, коли в учасників сформувалася певна думка щодо обговорюваного питання. Якщо під впливом дискусії у частини учасників змінилися установки, то це означає, що подіяв «ефект переконання». Він виявляється навіть тоді, коли в декого зароджуються сумніви щодо правильності своїх поглядів. «Нульовий ефект» дискусії буває коли погляди, думки більшості людей не змінюються. Звичайно, це може бути наслідком пасивного ставлення до дискусії та браком підготовки до неї. Якщо під час дискусії в декого сформуються погляди, протилежні тим, які хотілося сформуванати під час організації, то це означає дію «ефекту бумеранга», тобто негативний результат дискусії.

Дискусія як форма колективного обговорення відрізняється від полеміки та диспуту.

Полеміка як конфронтація ідей, поглядів, думок, на відміну від дискусії, має на меті не досягнення згоди в суперечці, а перемогу над опонентом. Нерідко, в полеміці її учасники використовують різні засоби спілкування, не дуже піклуючись про його культуру. Напевне, саме тому протилежну частину учасників полеміки найчастіше називають супротивниками, а не опонентами, як у дискусії.

Диспут використовується для публічного захисту наукової позиції або для того, щоб визначитись у життєво важливих, найчастіше моральних, проблемах. Теми для диспутів нерідко добирають на основі аналізу життєвого досвіду. На диспут звичайно відводиться менше часу, ніж на дискусію, і спрямований він, як правило, на розв'язання особистісних проблем.

6. «Мозковий штурм»

«Мозковий штурм» – це спільне розв'язання творчої проблеми, яке забезпечується особливими прийомами. Ця форма обговорення спрямована на

активізацію творчої думки з використанням засобів, які знижують критичність і самокритичність людини, а отже, підвищують її впевненість у собі й готовність до творчого пошуку. Під час «мозкового штурму» на першому його етапі – генерації ідей – кожний учасник вільно висуває пропозиції щодо вирішення поставленого завдання. Ця форма обговорення ґрунтується цілковито на дотриманні учасниками загальноприйнятих етичних норм. На першому етапі обговорення критика повністю забороняється. А відтак усі учасники можуть спокійно висловлювати свої думки, знаючи, що їх не назвуть смішними або недоречними.

Після генерації ідей бажано вибрати серед них кращі. На авторстві ідей не слід наголошувати, бо найчастіше кращі ідеї є результатом колективної творчості. Після відбору кращої ідеї треба розділитися на дві групи – прибічників і противників. Вони спробують ще раз проаналізувати всі аргументи «за» й «проти» висловленої ідеї. Під час «мозкового штурму» важливо виконувати й інші правила, що сприяють підвищенню ефективності роботи. По-перше, бажано, щоб на розгляд виносилася лише одна проблема. По-друге, у процесі обговорення мають брати участь щонайбільше 12 осіб. По-третє, варто розмістити учасників по колу, щоб вони бачили одне одного і були рівноправними. Необхідно також обмежити час обговорення до 30 хвилин. Дефіцит часу породжує стрес і стимулює діяльність мозку.

Звичайно, велику роль у досягненні результатів під час «мозкового штурму» відіграє її лідер. Саме він має зробити все для того, щоб створити відповідну моральну і психологічну атмосферу в групі. Від нього залежить, щоб не було втрачено жодної пропозиції, щоб навіть «дику» ідею було обговорено, щоб усі висловлювання перетворилися з оціночних на змістовні. Психологічний бар'єр у такій групі людей зникає швидше, якщо склад учасників більш-менш однорідний.

Отже, колективні форми обговорення, за яких стимулюється зацікавленість його учасників процесом пізнання, сприяють підвищенню активності людини, розвиткові її творчого потенціалу.

Висновки

- Колективне обговорення реалізується за допомогою різних форм – наради,

збори, дискусії, диспути, «мозковий штурм», переговори тощо.

- На відміну від позиційного торгу, принципові переговори є ефективнішою формою колективного обговорення. Найкращий результат переговорів: перемога – перемога.

- Наряду як форму колективного обговорення найчастіше використовують, коли є потреба у спільному вирішенні складних ділових питань.

- Запорукою успішного виступу є здатність постійно дбати про слухачів і вміння поставити себе на їхнє місце, пам'ятаючи про етичні норми поведінки та спілкування.

- Для досягнення ефективності під час колективного обговорення потрібно дотримуватись таких умов: поінформованості учасників про предмет обговорення, загального інтересу до визначеної теми, високої моральної та психологічної компетентності присутніх.

Питання для обговорення:

1. З якою метою і які форми колективного обговорення слід використовувати в певних ситуаціях?

2. Які особливості позиційного торгу і принципів переговорів? Який результат переговорів кращий і як його досягти?

3. Якщо у головуючого на нараді, зборах чи дискусії власні цікаві ідеї, пропозиції, як йому краще довести їх до присутніх?

4. Чим різняться дискусія, полеміка та диспут? Що спільного у них?

5. Як треба виступати на зборах, щоб привернути увагу присутніх до змісту виступу та переконати їх у тому, що викладені положення, ідеї варто підтримувати?

6. Якою має бути поведінка людини, що керує колективним обговоренням (нарадою, зборами, дискусією, «мозковим штурмом», диспутом тощо)?

7. Яких етичних норм і правил етикету слід насамперед дотримуватися учасникам будь-якої форми колективного обговорення, щоб досягти позитивного результату?

ЛЕКЦІЯ 8

ДІЛОВІ ПАПЕРИ ЯК ЗАСІБ ПИСЕМНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

План

1. Документ як основний вид писемної ділової мови. Національний стандарт України.
2. Класифікація документів.
3. Вимоги до змісту та розташування реквізитів.
4. Вимоги до тексту документа.

Література

1. Культура фахового мовлення: Навчальний посібник / За ред. Н.Д. Бабич. – Чернівці, 2005.
2. Молдованов М.І., Сидорова Г.М. Сучасний діловий документ: Зразки найважливіших документів українською мовою. – К., 1992.
3. Паламар Л.М., Кацавець Г.М. Мова ділових паперів: Практичний посібник. – К.: Либідь, 1993. – 192 с.
4. Текстознавство: Навчально-методичний посібник / За редакцією К.С. Серажим. – К., 2012. – 142 с.
5. Універсальний довідник-практикум з ділових паперів / С.П. Бирик, І.Л. Михно, Л.О. Пустовіт, Г.М. Сюта. – К., 1999.

1. Документ як основний вид писемної ділової мови

Сучасна управлінська діяльність неможлива без обміну інформацією, її фіксацією, передавання в просторі та збереження в часі. Матеріальними носіями такої інформації є документи, які сприяють удосконаленню організації роботи будь-якої організації, установи тощо.

З прийняттям незалежності України наказами Державного стандарту України були введені в дію нові стандарти з оформлення документів, зокрема 6.38-90 – «Правила оформлення документів», за якими сьогодні створюється документація управлінської діяльності.

У законі України «Про інформацію» сказано про те, що документування інформації є обов'язковою умовою включення інформації до інформаційних ресурсів. Документування інформації здійснюється в порядку, встановленому органами державної влади, відповідальними за організацію діловодства та стандартизацію документів.

У статті 27 Закону України «Про інформацію» сказано, що «документ – це передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання і поширення інформації на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці або на іншому носієві».

Документ – (від лат. *dokumentum* – повчальний приклад, вірець, свідчення, доказ) – матеріальна форма відображення, поширення, використання і зберігання інформації, яка надає їм юридичної сили.

Документ – це закріплена будь-яким способом на спеціальному матеріалі інформація про факти, події, явища об'єктивної дійсності та розумової діяльності людини за визначеним стандартом чи формою.

Система документації – це сукупність (спільність) певних документів, взаємопов'язаних за ознаками походження, призначення, виду, сфери, діяльності та єдиних вимог до їх оформлення (укладання).

Зупинимось на деяких нормативних актах.

Єдина державна система діловодства – це науково впорядкований комплекс основних положень, норм, правил і рекомендацій, які регламентують процеси діловодства.

Запровадження ЄДСД дало змогу досягти єдиного цілого в організації діловодства в країні.

Основне завдання ЄДСД – сприяти раціоналізації та уніфікації документаційних процесів діяльності державного апарату на різних рівнях управління. Ця система вимагає доведення до рівня загальної та обов'язкової для всіх установ норми вже перевірених практикою раціональних методів діловодства.

У ДСТУ 6.38 – 90 уперше зроблено спробу викласти основні вимоги до тексту документів.

Цим стандартом встановлено нові розміри полів: ліве поле – 20 мм, верхнє – не менше 10 мм, праве й нижнє – не менше 8 мм.

Основним нормативно-методичним документом, що визначає і встановлює єдиний порядок складання, оформлення документів і роботи з ними в організаціях, установах, закладах є **Інструкція з діловодства**, розроблена на основі державних стандартів на уніфіковані системи документації.

2. Класифікація документів

Вирізняють такі види документів:

1. За найменуванням: автобіографія, доручення, рапорт, контракт, заява, протокол, довідка, характеристика, супровідний лист, пояснювальна записка, запрошення, телеграма, звіт, акт тощо.

2. За способом фіксації інформації розрізняють такі документи:

письмові, до яких належать усі рукописні й машинописні документи, виготовлені за допомогою друкарської або розмножувальної техніки;

графічні, в яких зображення об'єктів передано за допомогою ліній, штрихів, світлотіні. Це графіки, малюнки, схеми, плани. Вони цінні своєю ілюстративністю.

фото- і кінодокументи – створені способами фотографування й кінематографії. На них можна зафіксувати ті явища й процеси, які іншим способом зафіксувати важко чи неможливо;

фотодокументи – створюються за допомогою будь-якої системи звукозапису й відтворюють звукову інформацію.

3. За призначенням: організаційно-розпорядчі, щодо особового складу, кадрово-контрактні, довідково-інформаційні, обліково-фінансові, господарсько-договірні тощо.

4. За ступенем стандартизації: типові, трафаретні, індивідуальні.

5. За місцем укладання розрізняють такі документи:

внутрішні, що мають чинність лише всередині тієї структури, в якій їх складено;

зовнішні – це документи, які входять чи виходять за межі структури (є

результатом спілкування структури з іншими організаціями, закладами тощо).

6. За напрямом:

вхідні, що надходять до установи, закладу, організації тощо;

вихідні, що адресовані за межі установи, організації.

7. За терміном виконання:

Термінові – укладаються у строки, встановлені законом, відповідним правовим актом, керівником, а також документи з позначкою «терміново»;

дуже термінові – зі спеціальною позначкою строку;

нетермінові – це такі документи, які виконуються в порядку загальної черги або в строк, зазначений керівництвом структури.

8. За гласністю документи є:

звичайні (загального користування);

для службового користування;

таємні;

цілком таємні;

конфіденційні тощо.

9. За юридичною силою розрізняють такі документи:

справжні (істинні) – видані в установленому законом порядку з дотриманням усіх правил. Справжні документи бувають чинні і нечинні. Документ стає нечинним, якщо втрачає юридичну силу з будь-якої причини;

підроблені (фальшиві) – зміст чи оформлення не відповідає істині. Підробленими документи можуть бути внаслідок матеріальної чи інтелектуальної підробки. Перша буває тоді, коли до змісту справжнього документа замість правильних вносять неправильні відомості, роблять виправлення, підчистки тощо. Інтелектуальна підробка виражається у складенні й видачі документа свідомо неправдивого змісту, хоч і правильного з формального боку.

10. За стадією виготовлення розрізняють такі документи:

оригінал – перший або єдиний примірник офіційного документа. Він має підпис керівника установи і в разі потреби завіряється штампом і печаткою;

копія – це точне відтворення оригіналу. На копії документа обов'язково

робиться помітка «Копія» вгорі праворуч. Листуючись з підприємствами, організаціями чи установами у справах завжди залишають потрібні для довідок копії. Такі копії звать відпуском. Оригінал і копія мають однакову юридичну силу. Коли треба відтворити не весь документ, а лише його частину, робиться виписка (витяг).

Якщо документ загублено, видається його другий примірник – дублікат.

Юридично оригінал і дублікат рівноцінні.

11. За терміном зберігання розрізняють:

документи постійного зберігання;

документи тривалого зберігання (понад 10 років);

документи тимчасового зберігання (до 10 років).

3. Вимоги до змісту та розташування реквізитів

Документ складається з елементів, які називаються реквізитами. У Державному стандарті на терміни і визначення реквізит – це «обов'язковий елемент оформлення офіційного документа» .

Державний стандарт 6.38–90 діє з 1 січня 1991 року до сьогодні і застосовується при оформленні документів у всіх структурах держави. Він наводить 31 реквізит:

- Державний Герб України;
 - емблема організації;
 - зображення нагород;
 - код організації;
 - код документа;
 - назва міністерства чи відомства;
 - назва підприємства (структури);
 - назва структурного підрозділу;
 - індекс підприємства зв'язку, поштова та телеграфна адреса, номер телетайпу, телефону, рахунку в банку;
-

- назва виду документа;
- дата;
- індекс (вихідний номер документа);
- посилання на індекс і дату вхідного документа;
- місце складання чи видання;
- гриф обмеження доступу до документа;
- адресат;
- гриф затвердження;
- резолюція;
- заголовок до тексту;
- позначка про контроль;
- текст;
- позначка про наявність додатка;
- підпис;
- гриф погодження;
- візи;
- відбиток печатки;
- позначка про завірення копій;
- позначка про виконавця;
- позначка про виконання документа та направлення його до справи;
- позначка про перенесення даних на машинний носій;
- позначка про надходження.

До складу дати входять число, місяць, рік, проставляються в одному рядку трьома парами арабських чисел. Наприклад: *10.02.15*.

У текстах документів, що містять відомості фінансового характеру, застосовують словесно-цифровий спосіб оформлення дат. Наприклад: *05 травня 2015 року*.

Індекс розташовують у верхній частині сторінки зліва. Цей реквізит дозволяє забезпечити оперативний довідково-інформаційний пошук документа, контроль виконання. Індекс об'єднує в собі три пари арабських цифр, де перша пара – індекс

структурного підрозділу, друга – номер справи за номенклатурою для підрозділу, третя – порядковий номер за журналом обліку. Наприклад: № 03 – 12/213 від 15.05.02, де 03 – шифр структурного підрозділу, 12 – номер справи за номенклатурою, 213 – порядковий номер.

Гриф обмеження доступу до документа проставляють на документах, що містять інформацію для обмеженого кола осіб. Гриф обмеження доступу проставляється відповідно до чинного законодавства і розміщується праворуч від середини у верхньому куті робочої площі на першій сторінці без лапок. Якщо необхідно вказати номер примірника, він ставиться нижче грифу обмеження доступу через півтора інтервали і центрується відповідно до нього. Гриф може формулюватись так: *цілком таємно; для службового користування; таємно; конфіденційно; не для друку; комерційна таємниця.*

Затвердження документа здійснюється двома способами, які мають однакову силу. Елементами грифу затвердження є: гриф ЗАТВЕРДЖУЮ, найменування посади, (звання), особистий підпис, ініціали та прізвище особи, яка затвердила документ, і дати його затвердження. Наприклад:

ЗАТВЕРДЖУЮ

Президент Акціонерного товариства

«Торус ЛТД»

_____ О. Д. Засенко

14.03.15

При затвердженні документа розпорядчим актом на документі проставляється гриф за таким зразком:

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказом міністра освіти і науки України

від «__» _____ 2015р. № _____

Резолюція – це напис службової особи на документі, тобто коротке рішення щодо викладених у цьому документі питань, інформацію про подальшу роботу з документами. Розміщується в правому верхньому кутку на документі або на окремому бланку формату А8. Це ніби маленький розпорядчий документ, складений

на одержаному документі.

За змістом резолюція буває:

Резолюція-підтвердження. Якщо документ не вимагає ніяких дій з боку колективу, він супроводжується резолюцією: «До виконання», «До наказу», «До керівництва» тощо, залежно в якому внутрішньому документі установи враховується його зміст. Зазначається підпис керівника, дата; термін виконання документа не вказується, бо мається на увазі найближчий за часом відповідний внутрішній документ установи.

Резолюція-розгляд. Якщо документ потребує вжити заходів чи пропонується на розгляд колективу, то керівник вказує безпосередньо виконавця, термін виконання, підпис, дату. Текст формулюється: «Підготувати відповідь до...», «Вжити заходів», «Розглянути й доповісти в десятиденний термін», «Негайно підготуйте відповідь», «Обговорити на засіданні» тощо.

Якщо в резолюції документа вказано декілька виконавців, то особа, вказана першою, є відповідальною за виконання документа й організовує роботу інших співвиконавців, які за вказівкою керівника виконують роботу. Ініціали виконавця вказують після його прізвища.

Заголовок до тексту. Заголовок мають розпорядчі, інформаційні документи, а також накази з особового складу. Заголовок містить головну ідею документа. Він друкується в лівій верхній частині сторінки під датою і номером документа. Заголовок має бути лаконічним, точним і максимально повно розкривати суть документа. До нього ставиться запитання «Про що?» і дається відповідь: *Про надання відпустки, Про заохочення працівників, Про роботу комісії, Про перенесення вихідних днів тощо.*

Крапка після заголовка не ставиться, текст не береться в лапки.

Заголовок до тексту в документах, виготовлених на бланках формату А5, не зазначається.

Відмітка про взяття документа на контроль. Якщо документ вимагає виконання і береться на контроль, на ньому проставляється відмітка про контроль у вигляді букви «К» (контроль) чи слова «**КОНТРОЛЬ**» на лівому полі документа на

рівні заголовка.

Текст – продукт творчої та мовної діяльності автора, спрямованої на втілення авторського задуму – експліцитно-імпліцитного відображення реальної або частково (чи повністю) вигаданої дійсності, який естетично втілюється і викликає у читача інтелектуальну та емоційну реакції [4, с. 33]. Найважливішими вимогами до тексту є: достовірність та об'єктивність, максимальна стислість при повноті інформації, точність, яка усуває можливість подвійного сприйняття тексту.

При читанні документа велике значення має послідовність інформації, чітке вирізнення її основних частин, тобто структура тексту.

Структура тексту – це сукупність текстових компонентів, розміщених у певній послідовності. Текст документа має складатися з трьох, логічно пов'язаних між собою частин: вступу, основної частини (доказу) і закінчення.

У вступній частині зазначають причину написання документа. В основній – викладають суть питання, наводять докази, пояснення, міркування. У закінченні формулюють мету, заради якої складено документ, пропозицію, згоду, відмову, прохання тощо.

У більшості випадків текст документа складається з двох смислових частин: у першій викладають причини, підстави чи мету укладання документа, у другій – висновки, пропозиції, прохання, розпорядження, рішення, рекомендації.

Для кращого сприйняття документа його текст ділять на абзаци – найпростіші компоненти тексту, які складаються з однієї чи кількох фраз (речень) і характеризуються єдністю і закінченням змісту. Як правило, абзац містить не більше двох-трьох речень. З абзацу починають кожну нову думку.

Якщо текст документа займає не одну сторінку, то на наступну сторінку не можна переносити тільки підпис. На сторінці має бути не менше двох рядків тексту. Також не бажано: а) відривати один рядок тексту чи слово від попереднього абзацу; б) починати один рядок нового абзацу на сторінці, що закінчується, краще почати новий абзац на наступній сторінці; в) переносити слово на межі сторінок, треба перенести це слово на нову сторінку.

Якщо документ має додатки і це зазначено в тексті, то реквізит оформляють

так: *Додаток: на 5-й стор. У 2-х примірниках.*

Якщо в тексті документа немає відомостей про додатки, то в реквізиті наводять їхні назви із зазначенням кількості аркушів у кожному, а також кількість примірників.

Наприклад: *Додатки: 1. Проект наказу на 8-й стор. У 2-х примірниках.*

2. Доповідна записка до проекту наказу на 3-й стор. У 2-х примірниках.

Якщо до документа додають інший документ, то реквізит оформляють так:
Додаток: лист Обласної податкової адміністрації

від ___№___ та додаток до нього, всього на 3-х стор.

Підпис – обов'язковий реквізит службового документа, що надає йому юридичної сили. Посадова особа підписує документи в межах її компетенції. Документи, що створюються в установах, функціонують на правах єдиноначальності, їх підписує одна посадова особа. На документах, що приймають колегіальні органи, ставлять два підписи. Наприклад, рішення підписують голова і секретар колегіального органу. Так підписують і протокол. Два і більше підписи ставлять на документах, за зміст яких відповідає кілька осіб. Договір і контракт підписують сторони, які домовляються. Документи, що складає комісія, наприклад, акти, підписують всі її члени.

Підписи на документі розміщують один під одним у послідовності, що відповідає займаній посаді.

При підписанні документів колегіальних органів зазначають обов'язки осіб, що підписали документ, а не їхні посади. Наприклад:

Голова зборів

Л. К. Сергієнко

Секретар

О.І. Коваль

При підписанні документа кількома особами рівних посад їх підписи розміщують на одному рівні. Наприклад:

Ректор ЧНУ

Ректор ЧДТУ

Р. М. Петренко

О. І. Величко

Підпис ставлять праворуч під текстом через два-три рядки після його закінчення. Найменування посади, звання пишуть ліворуч від прізвища, яке

зазначають на рівні останнього рядка посади. Наприклад:

Декан будівельного факультету

Павлюк М. М.

Погодження. Проекти підготовлених документів перед тим, як їх підписувати, досить часто погоджують з зацікавленими установами, структурними підрозділами, окремими посадовими особами.

ПОГОДЖЕНО

Протокол засідання

профспілкового комітету ЧДТУ

_____ *В. І. Шпак*

23.05.15 №56

Візи. Внутрішнє погодження оформляється візою погодження документа. При оформленні візи, крім особистого підпису візувальника, наводять розшифрування підпису та дату (в разі потреби зазначають посаду особи, яка візує документ).

Наприклад:

Головний лікар

Юрисконсульт

_____ *Ю.О. Кудрявцев*

_____ *Ю.М. Гайдаренко*

13.08.15

14.08.15

Проекти розпорядчих документів: наказів, вказівок, постанов колегіальних органів, як правило, візують на зворотному боці останнього аркуша першого примірника документа.

В установі повинен бути перелік найважливіших документів з назвами осіб, візи яких необхідні при їх оформленні. Такий перелік доцільно дати в додатку до інструкції з діловодства.

Позначка про завірення копії. Позначка про завірення копії розміщують нижче реквізиту «підпис документа». Відповідно до ДСТУ проставляють запис «Згідно з оригіналом», називають посаду, звання особи, яка завірила копію, її особистий підпис, розшифрування.

Позначка про виконавця. На документах, які виходять з установ, ставлять позначку про виконавця із зазначенням прізвища працівника, який виконував документ, з номером його телефона. Така позначка дозволяє у разі необхідності,

швидко зв'язатися з виконавцем, який добре знає питання. Вона може бути розміщена як на лицьовому, так і на зворотньому боці останнього аркуша документа в лівому нижньому кутку.

На документах, що мають **гриф обмеження** доступу, вказують не лише кількість примірників, але й адресу кожного. Наприклад:

Іванова Алла Дмитрівна

455-55-00

прим. №1 – за адресою

прим. №2 – до відділу №2

прим. №3 – до справи 04

Позначка про виконання документа і направлення його до справи. Після виконання цієї позначки документ підшивають до справи. Відмітка може містити посилання на дату й номер документа, що засвідчують його виконання, чи за відсутності такого, короткі дані про виконання, слова «До справи», номер цієї справи, підпис, дату. Підпис і дату ставить виконавець, який працював з документом, або керівник структурного підрозділу. Цей реквізит розміщують на нижньому полі ліворуч. Наприклад:

Відповідь направлено

10.07.15 №02-12/123

До справи 12-12

М. Мороз 11.07.15

Специфіка офіційно-ділового листування полягає в тому, що офіційним автором та адресатом документа майже завжди є організація в цілому, незалежно від того, хто є безпосереднім укладачем документа й кому безпосередньо його адресовано.

4. Вимоги до оформлення документів

Стандартизація змушує автора не творити тексти, а відтворювати їх за готовими зразками, укладати за певною схемою. Крім того, високий рівень стандарту диктує не тільки вибір мовних засобів, а й форму документа,

взаєморозташування в ньому частин, вибір шрифту тощо.

Стандартизація є обов'язковою ознакою всіх документів, але ступінь вираження залежатиме від виду документа. Як сам процес створення документів, так і організацію роботи з ними завжди регламентують спеціальні законодавчо-нормативні та нормативно-методичні акти.

Вимоги до документа можна кваліфікувати за правовими, мовними, логічними та технічними ознаками.

Правові вимоги до документа: документ видає повноважний орган чи особа відповідно до їх компетенції; він повинен відповідати чинному законодавству і директивним вказівкам керівних органів; має бути достовірним і відповідати завданням конкретного керівництва; має відповідати своєму призначенню і укладатися за певною чи встановленою формою; бути бездоганно відредагованим та оформленим.

Логічні вимоги: використання засобів логічної оцінки матеріалу для зв'язності окремих частин, зазначення черговості здійснення (*у першу чергу, одночасно, після тощо*); врахування таких елементів, як актуальність фактів, послідовність викладення тексту та його частин.

Технічні вимоги. Для укладання будь-якого документа існує відповідний формат паперу. Загальновизнаний формат А4, текст якого друкується через півтора міжрядкових інтервали, на бланках формату А5 – через один інтервал.

У діловодстві розроблені й діють певні вимоги і правила щодо оформлення сторінки та її нумерації. При оформленні документів на двох і більше аркушах сторінки, частин, починаючи з другої, мають бути пронумеровані. Номери сторінок необхідної проставляти посередині верхнього поля аркуша арабськими цифрами. Крапки й тире перед цифрами й після них не проставляють. Номер сторінки друкують в інтервалі 10–15 мм від верхнього зрізу аркуша.

Колір паперу – білий, хоча останнім часом є тенденції використання у документоведенні різних кольорів.

Важливе значення при складанні документа мають реквізити. Тому слід дотримуватися вимог до їх використання та розташування.

Не можна забувати про поля документа, які також мають важливе значення при зшиванні документа у томи справи.

Мовні вимоги. Обов'язковим складником ділових паперів, де викладають зміст документа, є текст. Вимоги до тексту документа:

Наявність усталених мовних зворотів, певна стандартизація початку та закінчення документа: стійкі (стандартизовані) словосполучення типу: *відповідно до..., у зв'язку з..., з метою..., як виняток..., вжити заходів, оголосити подяку, накласти дисциплінарне стягнення, брати участь, надати слово*. Використовувати синтаксичні конструкції: *Доводимо до Вашого відома..., Відповідно до попередньої домовленості..., У порядку обміну досвідом...* тощо. На початку речення вживати дієприслівникові звороти: *враховуючи певні обставини..., розглянувши питання..., порушивши справу..., вступивши до вищого навчального закладу...* тощо.

Лексика здебільшого нейтральна, вживається в прямому значенні.

У текстах уживають словосполучення з дієсловами у формі теперішнього часу та наказової форми дієслів у 1-й особі однини. Наприклад: *рішення надсилається, академія запрошує, управління проводить конкурс, міністерство попереджає; пропоную, наказую*.

Текст документа чітко і переконливо повинен відбивати причину й мету написання, розкривати суть справи.

Найхарактерніші речення – прості поширені.

Текст викладають від третьої особи: *Ректорат університету порушує питання про заохочення студентів, які брали участь у заходах до...*

Від першої особи пишуть рапорти, заяви, автобіографії, накази, пояснювальні записки.

Уживають форми ввічливості: *шановний, високоповажний, вельмишановний, пане, добродію*.

У ділових та наукових текстах використовують непрямий порядок слів: підмет стоїть перед присудком, означуване слово перед означенням.

Використовують непрямий порядок слів у ділових та наукових текстах, коли треба наголосити на певному слові. Наприклад, у повідомленні: *«Завтра*

відбудеться засідання профспілкового комітету», наголошують на часі проведення заходу.

Вставні слова ставлять на початку речення: вони вказують на висловлене раніше, служать для пояснення окремих слів і словосполучень, відсилають до джерел та ін. (*Як наголошувалося раніше, треба виходити із інтересів спонсорів.*)

У текстах документів переважно використовується непряма мова.

Уживають дієприслівникові звороти на початку речення: *Беручи до уваги.... Враховуючи вищезазначене....*

У текстах використовують загальноприйняті аббревіатури та скорочення.

Документ має бути позбавлений образності, емоційності та індивідуальних авторських рис.

Питання для обговорення

1. Що таке документ?
2. Назвіть реквізити документів.
3. Які є вимоги до оформлення тексту документів? Охарактеризуйте їх.
4. Як класифікуються документи?
5. Що називається реквізитом?
6. Назвіть основні реквізити.

ЛЕКЦІЯ 9

ЕТИКЕТ СЛУЖБОВОГО ЛИСТУВАННЯ

План

1. Службові листи
2. Реквізити службових листів
3. Мовні формули службового листування
4. Види листів

Література

1. Загнітко А.П., Данилюк І.Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2004. – 480 с.

2. Зубков М. Г. Сучасне українське ділова мова. – 4-те вид., доповнене. – Х.: Торсінг, 2003. – 448 с.

3. Коваль А.П. Культура ділового мовлення. – К.: Либідь, 1997. – 295 с.

4. Корж А. В. Ділова українська мова для юристів: Лекції та комплекс, завдання: Навч. посіб. / Нац. акад. внутр. справ України. – К.: Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2002. – 176 с.

5. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль: Навчальний посібник. Видання третє. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 364 с.

6. Шевчук С.В. Ділове мовлення для державних службовців: Навч. посібник – К.: Літера ЛТД, 2004. – 400 с.

1. Службові листи

Службові листи слугують для розв'язання різноманітних питань, які виникають в управлінській діяльності. Головна мета службового листа – спонукати до дії, переконувати, доводити, пояснювати. Структурними елементами змісту листа є вступ, докази, висновки й закінчення. Службовий лист повинен бути чітким, стислим, зрозумілим.

Службовий лист – це довідково-інформаційний документ, за допомогою якого відбувається спілкування між юридичними та фізичними особами.

В управлінській діяльності службові листи розрізняють за функціональними ознаками: **листи, що вимагають відповіді**: лист-запит, лист-звернення, лист-пропозиції, лист-вимоги, лист-підтвердження, лист-розпорядження, супровідний лист тощо; **листи, що не вимагають відповіді**: листи-відповіді, інформаційні, рекламні, гарантійні, листи-підтвердження, рекомендаційні та інші. За кількістю адресатів: **звичайні та колективні** (надсилаються на одну адресу, але колективні мають декількох адресатів), **циркулярні листи** (надсилаються керівною установою до структурних підрозділів). За терміном виконання: **термінові** (якщо в них зазначається термін виконання, встановлений законом, правовим актом, розпорядженням, наказом) та **нетермінові** (якщо вони не містять посвідчення про термін). Незважаючи на низький рівень уніфікації та стандартизації, ділові листи

складають за **типовими** та **трафаретними** стандартами. За призначенням: службові листи бувають **звичайними**, **секретними** та призначеними для **службового користування**.

Оформлення листів здійснюється у вигляді **лінійного** запису на бланку, що містить віддруковані реквізити установи, закладу, організації. Текст службового листа повинен бути простим і висвітлювати лише одне питання. Це спрощує його реєстрацію та контроль за проходженням. Тон листа має бути нейтральним.

2. Реквізити службових листів

У сучасних умовах ділове листування все частіше відходить від надмірно сухої офіційності, заштампованих канцеляризмів, проте не варто забувати про обов'язкові елементи та правильний порядок їх розташування, що сприяє створенню єдиного зразка формуляра.

Для офіційних листів рекомендують такі реквізити:

- 1) Державний Герб;
 - 2) емблема підприємства, установи чи організації;
 - 3) зображення державних нагород;
 - 4) код підприємства, організації, установи;
 - 5) назва підприємства, організації чи установи-адресанта;
 - 6) назва структурного підрозділу;
 - 7) індекс підприємства зв'язку;
 - 8) поштова і телеграфна адреса;
 - 9) номер телефону;
 - 10) номер телетайпа;
 - 11) номер факсу;
 - 12) номер розрахункового рахунка у банку;
 - 13) дата;
 - 14) індекс документа;
 - 15) посилання на індекс і дату вхідного документа;
 - 16) адресат;
-

- 17) заголовок до тексту;
- 18) текст;
- 19) відмітка про наявність додатку;
- 20) підпис;
- 21) відмітка про направлення копії за іншими адресами;
- 22) прізвище, ім'я, по батькові та телефон виконавця.

Уніфікація формуляра листа сприяє створенню єдиного зразка формуляра та пошуку необхідної інформації. Правильно оформлена ділова кореспонденція – це обличчя компанії, фірми, установи.

3. Мовні формули службового листування

Сучасне офіційне листування вже має вироблені певні мовні стереотипи, притаманні для різних типів листів. Набір таких сталих синтаксичних конструкцій, що склалися в офіційному письмовому спілкуванні, допомагає авторові службового листа пов'язати частини тексту, виразити авторську оцінку інформації, засвідчити ставлення до партнера. Розглянемо деякі мовні формули службового листування відповідно до різних мовленнєвих ситуацій.

Слова-звертання, з яких розпочинається лист, з метою поваги, пошани до адресата: *шановний, вельмишановний, високошановний, глибоко шановний, високоповажний* (ім'я та по батькові). Сьогодні широкого поширення набуло звертання *пане, добродію*:

Шановний Євгене Павловичу!

Шановний пане Миколо Даниловичу!

Високошановний пане професоре!

Вельмишановний добродію!

З метою відображення препозитивних причинно-наслідкових відношень у службових листах використовуємо такі конструкції: *згідно з нашим договором...; відповідно до нашої угоди...; на підтвердження нашої домовленості...; відповідно до*

наказу...; через відмову...; згідно з рішенням; відповідно до Вашого прохання...; з метою дострокового виконання...; підтверджуємо отримання Вашого листа з повідомленням...; підтверджуємо отримання інформації щодо... та інші.

Прощальні фрази листа також є значно формалізовані: *із повагою і найкращими побажаннями...; із повагою і вдячністю...; із повагою...; із вдячністю і пошаною...; із найкращими побажаннями...; із вдячністю і повагою...; бажаємо успіхів...; щиро відданий Вам...; з пошаною до Вас... тощо.*

На **підтвердження** в тексті офіційного листа варто використовувати синтаксичні конструкції: *підтверджуємо отримання факсу...; офіційно підтверджуємо отримання листа...; підтверджуємо свою позицію щодо...; на підтвердження попередньої домовленості... ; на підтвердження нашої згоди... тощо.*

Якщо ми хочемо висловити **прохання** в діловій кореспонденції, то використовуємо такі мовні формули: *просимо вибачити нам за невчасну відповідь...; щиро просимо вибачити за зайві турботи...; хочемо щиро перепросити Вас за допущену неточність в оформленні...; перепрошуємо за зайві хвилювання щодо...; просимо вибачення за непорозуміння щодо...*

Для офіційних листів є використання на початку речення стандартних дієприслівникових зворотів і дієприслівників: *Вважаючи..., Беручи до уваги..., Враховуючи..., Посилаючись..., Керуючись рішенням..., Підсумовуючи..., Зробивши висновки..., Проаналізувавши ситуацію...*

У офіційних листах вживання особових займенників «я», «ви», «ми» замінюються відповідно іменами фізичної чи назвами юридичної особи. Якщо підмет мислиться невизначено, особові займенники не вживаються, форма дієслова вказує на 1-шу особу однини чи множини: *пропонуємо Вам; повідомляємо про те що..., нагадуємо Вам що..., надсилаємо для розгляду... просимо звернути увагу тощо.*

Синтаксис ділового листування становлять як складні (підрядна частина яких є структурою відкритого типу), так і прості односкладні речення, зокрема означено-особові та безособові: *Висловлюємо щиро подяку за підтримку; Надсилаємо Вам для розгляду бізнес-план; Згідно з договором розроблено план подальших дій.; Як уже*

повідомлялось.

Отже, відповідно до вимог офіційно-ділового стилю при написанні службових листів треба обов'язково враховувати особливості лексичних, морфологічних та синтаксичних норм сучасної української літературної мови.

4. Види листів

За функціональними ознаками виокремлюють різновиди листів: листи-попередження; листи-нагадування; листи-підтвердження; листи-відмови; супровідні листи; гарантійні листи; листи-повідомлення; листи-розпорядження тощо.

Супровідний лист – це офіційний лист, який супроводжує основні документи, що надсилаються, та відтворює їхні вихідні дані.

Гарантійний лист – це офіційний лист, який підтверджує взяті зобов'язання і забезпечує їхнє виконання.

Лист-підтвердження – це такий різновид службового листа, який посвідчує попередні угоди, домовленості чи деталі їх реалізації, містить повідомлення про отримання певного виду відправлення.

Лист-запит – це такий службовий лист, у якому висловлюється прохання подати необхідну інформацію відносно предмета зацікавленості чи уточнити наявні відомості.

Лист-прохання – це такий лист, у якому висловлюється ввічливе звертання з метою домогтися певного результату, спонукати когось на певні дії.

Лист-нагадування – це офіційний лист, який розрахований на відтворення в пам'яті партнера зобов'язань відносно виконання певних завдань, проведення заходів, оплати прострочених платежів та рахунків.

Рекламаційний лист – це такий різновид офіційного листа, в якому висловлюється реакція на порушення умов укладеної угоди.

Рекомендаційний лист – це відгук про особу чи організацію з метою визначення можливості рекомендувати їх для здійснення певних функцій.

Лист-запрошення – це різновид офіційного листа, в якому адресатові пропонується взяти участь у певному організованому заході.

Лист-повідомлення – близький до листів-запрошень та інформаційних листів. Складається як відповідь на запит.

Лист-вітання – це офіційний лист, у якому висловлюється поздоровлення з нагоди певної події.

Рекламний лист – різновид інформаційного листа, надсилається конкретному адресатові і містить докладний опис рекламованих послуг чи товарів.

Інформаційний лист – повідомляє адресата про певний факт чи захід.

Ініціативний лист – це лист, що вимагає відповіді. Такі листи висловлюють прохання, пропозиції, запит до адресата щодо вирішення певних питань.

Лист-відповідь за змістом залежний від ініціативного листа, оскільки тему тексту вже задано і залишається лише висловити рішення щодо заданого запитання: чи всі прохання можна задовольнити, наскільки, в які терміни. Відмову належить вагомо аргументувати.

ЗРАЗКИ СЛУЖБОВИХ ЛИСТІВ

ЛИСТ-ПІДТВЕРДЖЕННЯ

Шановний _____!

Дякуємо Вам за пропозицію щодо _____

Ми офіційно підтверджуємо свою згоду на _____

Повідомляємо, що створена нами комісія на чолі з п. _____

_____ готова прийти на переговори.

Просимо повідомити зручний для Вас час і місце переговорів.

З повагою _____
(підпис)

_____ (розшифрування підпису)

ЛИСТ-ЗАПИТ

Шановний _____!

Наша компанія з 2015 року спеціалізується на виробництві _____ і потребує для задоволення виробничих потреб значну кількість _____.

Посилаючись на переговори з Вашим представником, просимо надіслати нам тверду пропозицію (оферту) на поставку запасних частин до _____.

З повагою _____
(підпис)

_____ (розшифрування підпису)

ЛИСТ-ПРОХАННЯ

Шановний _____!

Звертаємось до Вас із проханням продати з нашого пакету _____ акцій за ціною _____ грн. Ліміт чинний до _____. Акції необхідно зняти з нашого депозитного рахунку.

Просимо кредитувати еквівалент на наш рахунок.

З повагою _____
(підпис)

_____ (розшифрування підпису)

ЛИСТ-НАГАДУВАННЯ

Шановний _____!

Нам неприємно турбувати Вас, але ми змушені нагадати, що Ваш рахунок-фактура залишається неоплаченим.

Якщо Ви не маєте змоги оплатити рахунок протягом найближчих двох тижнів, будь ласка, зателефонуйте мені, і ми обговоримо можливість продовження терміну.

З повагою _____
(підпис) _____ (розшифрування підпису)

РЕКЛАМАЦІЙНИЙ ЛИСТ

Шановний _____!

На адресу нашої фірми надійшла партія товару, відвантаженого у вагоні № _____ за залізничній накладній № _____, рахунок контракту № _____ від _____, транс № _____ . Товар ми оплатили за Вашим рахунком № _____ до інкасо № _____ .

В результаті перевірки товарів виявлено дефекти виробничого характеру:

1. _____;
2. _____;
3. _____.

Кількість неякісних одиниць у партії _____ шт.

Враховуючи зазначене вище, змушені попередити Вас, що сума _____ грн. буде вирахована з _____ % залишку за контрактом № _____ .

До листа додаємо акт експертизи.

З повагою _____
(підпис) _____ (розшифрування підпису)

ЛИСТ-ЗАПРОШЕННЯ

Шановний п. _____!

_____ (назва фірми)

має честь запросити Вас на урочисте засідання, яке проводиться з нагоди _____ .

Урочистість відбудеться _____
(дата, місце)

СУПРОВІДНІ ЛИСТИ

Шановний _____!

У відповідь на Ваше прохання надсилаємо Вам такі документи:

- 1) рахунок-фактуру в двох примірниках;
- 2) страховий поліс на суму рахунку плюс 10%, що покривають інфляційний ризик;
- 3) повний комплект коносаменту, оформленого на розпорядника з бланковим індосаментом і з позначкою «фрахт оплачено» на суму _____ грн.

Просимо підтвердити їх отримання.

З повагою _____
(підпис) (розшифрування підпису)

РЕКОМЕНДАЦІЙНІ ЛИСТИ

Шановний _____!

Відповідаючи на Ваш запит про фірму _____, повідомляємо, що наша співпраця із цією фірмою виявилась корисною і плідною. Фірма _____ має висококваліфіковане керівництво, а також значний досвід у своїй сфері діяльності. Це дає нам підстави рекомендувати Вам фірму _____ для співробітництва.

Сподіваємося, що наша інформація стане Вам у пригоді.

З повагою _____
(підпис) (розшифрування підпису)

ЛИСТИ-ВІТАННЯ

_____ філія страхової компанії «Оранта» має честь запросити Вас на презентацію з нагоди свого відкриття.

Чекаємо на Вас _____ о _____ год. за адресою: _____, тел. _____.

Питання для обговорення:

1. Що таке службовий лист?
2. За якими ознаками розрізняють службові листи?
3. Які реквізити службових листів?
4. Назвіть види службових листів і охарактеризуйте їх.

5. З якою метою використовують мовні формули у службових листах?
6. Назвіть, які ви знаєте мовні формули службового листування відповідно до різних мовленнєвих ситуацій.

ЛЕКЦІЯ 10

КУЛЬТУРА ТЕРМІНОТВОРЕННЯ ТА ТЕРМІНОВЖИВАННЯ

План

1. З історії української термінології.
2. Термінознавство як наука, його основні напрями та проблематика.
3. Ознаки терміна та вимоги до нього.
4. Джерела поповнення української термінології.

Література

1. Головин Б.Н., Кобрин Р.Ю. Лингвистические основы учения о терминах: Учебное пособие для филол. спец. вузов. – М.: Высшая школа, 1987. – 104 с.
2. Дядюра Г.М., Кухарева-Рожко В.І., Ракшанова Г.Ф. Когнітивно-комунікативні аспекти наукового тексту: Монографія / Г.М. Дядюра, В.І. Кухарева-Рожко, Г.Ф. Ракшанова. – Черкаси. – 2013. – 226 с.
3. Д'яков А. С, Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2000. – 218 с.
4. Енциклопедія. Українська мова. – К.: «Українська енциклопедія» ім. М.П.Бажана, 2000. – 750 с.
5. Зарицький М. С. Актуальні проблеми українського термінознавства: Підручник для студентів вищих навч.закл. / Національний технічний університет України «Київський політехнічний ін.-т». – К.: Політехніка; ТОВ «Фірма «Періодика». – 2004.
6. Культура фахового мовлення: Навчальний посібник / За ред. Н.Д. Бабич.– Чернівці: Книги – ХХІ. – 2005. – С. 519 – 561.

7. Непийвода Н.Ф. Сам собі редактор: Порадник з української мови. – К.: Українська книга, 1998. – 240 с.
8. Непийвода Н. Ф. Мова української науково-технічної літератури (функціонально-стилістичний аспект). – К. 1997.
9. Панько Т. І., Кочан І. М., Мацюк Г. П. Українське термінознавство: Підручник для студентів гуманітарних спеціальностей. – Львів: Світ, 1994. – 216 с
10. Українсько-російський словник наукової термінології / За заг. ред. Л.О. Симоненко. – Київ-Ірпінь: ВТФ «Перун».– 2004. – 416 с.

1. З історії української термінології

Жодне суспільство не може існувати без мови: всі народи і кожна окрема людина живуть у мовній сфері. Рівень розвитку наукової мови впливає на інтелектуальний поступ суспільства, свідчить про стан мовного самовиявлення народу.

Наукова мова українського народу має давні традиції, які наші сучасники можуть вивчати з тих текстів, що дають "найстаріші зразки актового язика і юридичної термінології дохристиянської Русі X в." [224, 203]. А звідси можна дійти висновку, що і термінологічна лексика в українській мові творилася багато століть. У процесі функціонування побутові слова наповнювалися специфічним значенням, відбувалася термінологізація загальноновживаних слів, що вело до виникнення термінів, відбиваючи формування нових понять і сприяючи цьому позалінгвістичному процесові.

Історія термінології безпосередньо пов'язана з історією науки, техніки, професійної діяльності, культури і мистецтва. Розвиток сільського господарства, ремесел, поява перших мануфактур, розвиток техніки і науки привели до становлення і розвитку української спеціально-професійної і наукової термінології, до формування в граматичній науці перших поглядів на природу термінів і місце термінології в системі мови. Поява нових слів, що називають предмети і факти соціально-професійної діяльності, змушувало як учених-граматистів, так і фахівців-професіоналів задумуватися над створенням спеціальних лексиконів, що включають

назви предметів професійної діяльності. Визначний внесок у формування термінологій зробили перекладачі: у перекладних творах даються словники термінології, що знову вводиться, і створюються в такий спосіб приватні колекції наукових, технічних, професійних і суспільно-політичних термінів.

Історія формування української термінології є окремою частиною історії розвитку всієї лексичної системи мови. Розглядаючи формування української термінології, Львівські науковці виділяють шість періодів, які яскраво ілюструють зв'язок розвитку лексичної системи мови з історією матеріальної і духовної культури українського народу.

1. Стихійного нагромадження термінологічної лексики (IX – перша половина XIX століття)

Своїм корінням українська термінологія сягає часів Київської Русі. «Ізборники» Святослава, літописи, «Поучення дітям» В. Мономаха, «Руська правда» (1282 р.), «Фізіолог», «Шестиднев» Й. Екзарха, «Християнська топографія» К. Индикоплова (1262 р.) фіксують сакральну, природничу, суспільно-політичну, астрономічну термінології.

Важливу роль у поширенні наукових знань та професіоналізму в Україні відіграли Острозький культурно-освітній центр (1580–1608 рр.); братські школи, що виникали в XVI–XVII ст. у Львові, Вільні, Бересті, Рогатині, Перемишлі, Луцьку, Кременці та інших містах; Київський культурно-освітній центр (Братська школа – з 1615 р., Києво-Могилянська колегія – з 1632 р., Києво-Могилянська академія – з 1701 р.). Уже в XVII ст. вчений Києво-Могилянської академії Г. Кониський обґрунтував теорію терміна.

Українську науково-виробничу, природничу, мистецьку термінологію представлено в загальномовних словниках того часу: «Лексикон словенороський» П. Беринди (1627 р.), «Лексис» Л. Зизанія (1596 р.), «Лексикон латинський» Є. Славинецького (1650 р.) та «Лексикон словено-латинський» Є. Славинецького та А. Корецького-Сатановського (XVII ст.), «Синоніма славеноросская» невідомого автора (XVII ст.).

Гальмували розвиток української наукової мови до середини XIX ст. недержавний статус української мови, заборони її як засобу спілкування і державна роз'єднаність української мовної території.

2. Друга половина XIX ст. – початок XX ст. Діяльність наукового товариства імені Тараса Шевченка

Ренесансним етапом у новітній історії України є середина XIX ст. У часописі «Основа» (1861–1862 рр.) П. Куліш чи не вперше пише про потребу інтелектуалізації української мови через вироблення наукових стилів і формування національних терміносистем різних галузей знань і культури, закликає повертатися обличчям до Європи, щоби вписати українську мову в світовий контекст.

В історії української науки та її мови важливе значення мав часопис «Громада» (1878–1882 рр.), в якому друкували свої праці М. Драгоманов, С. Подолинський, М. Павлик, І. Франко, М. Грушевський. У працях М. Драгоманова спостерігаємо намагання замінити іншомовні за походженням терміни українськими відповідниками.

У 1873 р. у Львові засновано Наукове товариство імені Тараса Шевченка, яке з 1892 р. стає першим українським науковим центром на зразок європейських академій. Товариство видало 155 томів «Записок НТШ». У НТШ діяло три секції: історико-філософська, філологічна та математично-природописно-лікарська, які видавали періодичні «Збірники». Саме тут концентрувалася термінологічна праця провідних учених кінця XIX – початку XX ст. Наддніпрянської України (А. Кримський, Б. Грінченко, І. Стешенко, В. Антонович, О. Кониський) та Наддністрянської України (І. Верхратський, М. Пачовський, І. Франко, Т. Барановський, С. Качала, О.Огоновський).

Термінологи НТШ мали різні погляди на розвиток української термінології, тому виокремились такі дві групи науковців: 1) прихильники термінотворення в дусі народної мови, на її основі й за її законами (В. Левицький, І. Пулюй, І. Верхратський, І. Кандяк, Р. Цегельський); 2) симпатичні запровадження в українську мову інтернаціональної термінології (І. Горбачевський, С. Рудницький, М. Вікул, А. Семенцов).

Зусиллями українських учених НТШ було вироблено концептуальні положення термінологічної теорії, запропоновано одностайну термінологію і номенклатуру, незважаючи на те, що її творили на землях України, які належали до різних держав.

3. Утворення наукових товариств у Східній Україні (1913 р. – у Києві, 1918 р. – у Луганську).

Активно опрацьовувати та творити українську термінологію почали після проголошення Української Народної Республіки (1917 р.), коли було скасовано заборони щодо української мови. У цей час зацікавлення термінологією набуває масового характеру, над виробленням української термінології працювали Українське наукове товариство в Києві (голова М. Грушевський), Кам'янець-Подільський університет (ректор І. Огієнко), Українська академія наук (президент В. Вернадський), Інститут економічної кон'юнктури (директор М. Туган-Барановський), Технічно-термінологічна комісія при Департаменті професійної освіти. Лише впродовж 1918–1919 років у Східній Україні вийшло друком понад 20 словників. З метою координації термінотворчої діяльності в 1918 р. при Українському науковому товаристві створено Термінологічну комісію, а при Українській академії наук (УАН) засновано Правописно-термінологічну комісію. У 1921 р. названі комісії було об'єднано й створено Інститут української наукової мови Академії наук (ІУНМ).

4. Діяльність Інституту української наукової мови

Українське мовознавство, зокрема термінологія, за влучним висловом відомого українського термінолога А. Вовка (США), пережило «золоте десятиріччя» (1921–1931 рр.), яке залишиться безпрецедентним у світовій практиці. ІУНМ структурно поділявся на шість відділів: природничий (ботанічна, географічна, геологічна, зоологічна, математична, медична, метеорологічна, фізична, хімічна секції), сільськогосподарський (ветеринарно-зоологічна, лісова, фітотехнічна секції), соціально-економічний (економічна, соціологічна, ділової мови, філологічна, філософська, педагогічно-психологічна секції), технічний (архітектурна, будівельна, гідротехнічна, гірнична, електротехнічна, механічна, сільськогосподарського

машинознавства, шляхів і мостів, технологічна, доморобська, фотокінематографічна секції), мистецький (музична і театральна секції), правничий.

У 1928 р. було видано «Інструкцію для укладання словників в ІУНМ», «За яким принципом треба укладати українську природничу номенклатуру»

О. Янати, «За якими правилами укладає тепер ІУНМ українську природознавчу номенклатуру» Я. Лепченка, у 1930 р. опубліковано статтю «Про принципи складання української технічної термінології» Т. Секунди. У цих працях сформульовано основні засади творення української термінології, серед яких: термінологія повинна бути народною; у разі відсутності готового терміна в народній мові треба створити його з власномовних морфем; лише у разі непридатності новоствореного терміна запозичувати наукову назву з мови-джерела; термін має бути зрозумілий; назва поняття має бути точна й однозначна; термін повинен бути придатний для творення похідних термінів; термін має бути доброзвучний і економний.

За цей період було опубліковано близько 50 різноманітних словників чи проектів словників із гуманітарних і природничих галузей знань, серед яких «Словник хемічної термінології» О. Курило, «Словник геологічної термінології» П. Тутковського, «Словник технічної термінології» І. Шелудька і Т. Садовського, «Словник природничої термінології» Х. Полонського, «Словник фізичної термінології» В. Фаворського та ін.

Проте з 1932 р. започатковано «новий курс» у національній політиці СРСР. Справжнім погромом української інтелігенції завершилась кампанія з «українізації». Уже в 1930 р. ІУНМ як складову частину ВУАН за сфабрикованою справою СВУ (Спілки визволення України) було ліквідовано, а провідних учених репресовано. Видання словників, навіть уже підготованих до друку, було припинено, а вже надруковані – вилучено з бібліотек і книгарень.

5. Функціонування української термінології 1932–1990 років

У тридцятих роках розпочалось переслідування українських мовознавців. Програмними стали статті «На боротьбу з націоналізмом на мовному фронті» А. Хвилі, «Термінологічне шкідництво і його теоретичне коріння» О. Фінкеля.

В Україні впроваджено унікальний, виключно радянський винахід: формально національну (українську) мову не забороняли, навпаки, говорили про бурхливий її розквіт, благодотворний вплив на неї «братньої» мови, але насправді її розвиток коригували в потрібному політичному напрямі.

На цьому акцентує Юрій Шерех у роботі «Українська мова в першій половині двадцятого століття (1900–1941)»: «Урядове втручання... у внутрішні закони мови було радянським винаходом і новиною. Ні поляки, ні румуни, ні чехи до цього не вдавалися, як не вдавалася царська адміністрація дореволюційної Росії. Радянська система встановлює контроль над структурою української мови: забороняє певні слова, синтаксичні конструкції, граматичні форми, правописні й ортоепічні правила, а натомість пропагує інші, ближчі до російських або й живцем перенесені з російської мови». У такій ситуації українська наукова термінологія фактично втратила свою автентичність і перетворилася на копію російської.

Упродовж 1933–1935 років Інститут мовознавства видавав «Термінологічні бюлетні», у яких значну частину (14,5 тисячі) українських термінів замінено російськими відповідниками (*буриштин* – *янтар*, *копальня* – *шахта*, *линва* – *трос*), уніфіковано рід запозичених термінів на зразок цих запозичень у російській мові (*бензина* – *бензин*, *синтеза* – *синтез*, *емаль* (чол. роду) – *емаль* (жін. роду)). Після виходу цих бюлетенів, які фактично знівельовали багаторічну термінотворчу працю українських науковців, термінологічна діяльність припиняється на чверть століття.

Зацікавлення термінологіями різних галузей знань поновлюється у другій половині 50-х років. Президія АН УРСР у 1957 р. створює Словникову комісію АН УРСР, яку очолив академік І. Штокало. Комісія видала 16 російсько-українських словників з найважливіших галузей знань. Однак не все заплановане було реалізовано, та й головним принципом укладання словників було максимальне зближення української та російської термінологій.

6. *Сучасний розвиток української термінології (90-ті роки XX ст. – початок XXI ст.)*

На сучасному етапі розвитку української лінгвістичної науки простежуємо зацікавлення термінознавством. Помітним є намагання науковців – фахівців у різних ділянках знань і мовознавців – унормовувати галузеві термінології.

Сучасні українські термінологи глибше, ніж їхні попередники, опрацьовують теорію термінології як підсистему літературної мови, теорію терміна як мовного знака, формулюють вимоги, які слід ставити до окремого терміна та й до «ідеальної» (якщо така можлива) термінології. Для визначення основних принципів термінотворення українські термінологи спираються на досвід вітчизняних дослідників (науковців, які плідно працювали на початку ХХ ст. у Науковому товаристві імені Тараса Шевченка й Інституті української наукової мови) і досягнення європейської науки (Ш. Баллі, Е. Вюстера, Д. Лотте, О. Реформатського та ін.).

Виробити та узгодити засади термінотворення допомагають численні наукові семінари, конференції. Традиційними стали міжнародні наукові конференції «Українська термінологія і сучасність» (Київ, Інститут української мови НАН України), «Проблеми української науково-технічної термінології» (Національний університет «Львівська політехніка»), семінар провідних науковців термінологів у Харкові тощо.

2. Термінознавство як наука, його основні напрями та проблематика

Термінознавство – це наука про терміни. На жаль, сучасні словники цього слова не фіксують, хоч воно утворилось у 60-х роках ХХ ст. Натомість у цьому значенні часто вживають слово «термінологія». Слово «термін» прийшло до нас ще з античних часів. У латинській мові воно означало «межу», «рубіж». Сучасна наука оперує багатьма визначеннями терміна, які підкреслюють ту чи іншу ознаку цього поняття.

Термін – це слово або словосполучення, яке називає чітко окреслене поняття певної галузі науки, техніки, мистецтва, суспільно-політичного життя. Термін вступає у системні відношення з іншими подібними одиницями мови, утворюючи

разом з ними особливу систему – **термінологію**. **Термінологія** – це система термінів однієї галузі.

Більшість однослівних термінів становлять іменники, оскільки номінація є носієм найважливіших змістів у пізнанні дійсності (*атом, дифузія, струна*). Термінами є також прикметники (переважно субстантивовані): *зернові, парнокопитні, комічне, типове*. У ролі термінів виступають також дієслова (*інструментувати, абсорбувати, дестилювати*) та прислівники (*анданте, модерато, пристрасно*).

Сучасна українська термінологія неоднорідна за походженням. У складі української термінології є назви, утворені на питоному ґрунті: *клітина, водень, добуток, присудок*. Значна кількість термінів української мови – слова іншомовного походження (запозичення): *префікс, синус, ліцензія, модернізм*.

Важливими є ономасіологічні проблеми термінології, адже термін є одиницею найменування. Виникають та розвиваються терміни лише на ґрунті конкретної мови, а творцями термінології є носії цієї мови.

Терміни поділяють на загальнонаукові (*аксіома, ідея, гіпотеза, формула*) і вузькоспеціальні, вживані в якійсь одній галузі науки (*доданок, множник, ділене, від'ємник*) та міжгалузеві – однакові терміни споріднених галузей (*хімічні та фізичні терміни*).

Від термінів необхідно відрізнити **номенклатурні назви**. Відмінність полягає в тому, що в основі термінів закладено загальні поняття, а в основі номенклатурної назви – одиничні. **Номенклатура** – це сукупність умовних символів, графічних позначок, греко-латинських назв на позначення певного маркування. До номенклатури зараховуємо серійні марки машин, верстатів, приладів, підприємств, організацій, установ, географічні назви. Наприклад, *півострів, острів, море, гора* – це терміни, а *Крим, Корсика, Сардинія, Чорне (море), Альпи, Карпати* – номенклатурні назви. У машинобудуванні *двигун, привід, кермо, важіль, глушник* – це терміни, а *джип, мерседес, тойота* – номенклатурні назви.

Слід розмежовувати термінологію і професійну лексику. Одиницею професійної лексики є професіоналізми, які позначають спеціальні поняття,

знаряддя чи продукти праці. Професіоналізми виникають тоді, коли певна галузь ще не має розвинутої термінології (*рибальство, полювання, ремесла*). Різниця полягає в тому, що термін – це цілком офіційна, узаконена назва певного наукового поняття, а професіоналізм – напівофіційне слово, сферою вживання якого є мовлення (*зубний лікар* замість *стоматолог*, *материнка* замість *материнська плата*). Професіоналізми мають емоційно-експресивне забарвлення і є обмеженими у вживанні. Професійну лексику використовують люди певної професії у жаргоні (слензі).

В українському термінознавстві існує низка праць, у яких досліджується галузева термінологія – біологічна (Л. Симоненко), будівельна (В. Марченко), військова (Т. Михайленко, Л. Мурашко, Я. Яремко), геологічна (М. Годована), гідромеліоративна (Л. Малевич), економічна (Т. Панько), математична (А. Крейтор), машинобудівна (О. Литвин), медична (Г. Дидик-Меуш), мінералогічна (Н. Овчаренко), науково-технічна (Г. Ракшанова), радіотехнічна (І. Кочан), ринкових відносин (О. Покровська), фізична (В. Пілецький, І. Процик), філософська (Н. Жовтобрюх, Д. Кирик), хімічна (Г. Наконечна), церковна (С. Бібла), юридична (О. Сербенська) тощо.

Вивчення галузевих терміносистем зумовлене екстралінгвальними (культурними, соціально-історичними, психологічними) та інтралінгвальними (внутрішньомовними та міжмовними) чинниками. Після закріплення статусу української мови як державної актуальними завданнями мовознавства є створення й упорядкування терміносистем, міжнародне узгодження та уніфікація термінів, теорія і методика термінологічної роботи.

3. Ознаки терміна та вимоги до нього

Термінологія є базовим структурним елементом удосконалення та стандартизації мови конкретної галузі, а термін – це слово або словосполучення, що означає чітко окреслене спеціальне поняття якої-небудь галузі науки, техніки, мистецтва, суспільного життя тощо [СУМ], яке застосовують у процесі пізнання та засвоєння наукових і професійних об'єктів та відношень між ними.

Кожен термін є результатом розумової діяльності людини, зокрема діяльності, спрямованої на узагальнення і абстрагування; проте кожен термін, у свою чергу, є знаряддям наукового мислення і пізнання: конденсуючи в собі результат розумової діяльності в галузі абстрагування і узагальнення, він вчить цим процесам наступні покоління мовців.

Мовознавці виділяють такі ознаки терміна:

1. Наявність дефініції. Термін повинен мати дефініцію і вживатися лише в одній, зафіксованій у словнику, формі.

2. Термін повинен бути однозначним. Вживатися з одним (закріпленим за ним у словнику) значенням. Наприклад, *циркуляр – це розпорядження, які повинні виконуватися всіма підвідомчими певній організації установами й підприємствами*, а це означає, що циркуляр – це лише директивний лист, а не лист будь-якого типу, і таким словом можна називати лише документи цього типу.

3. Термін повинен бути точний і не залежати від контексту.

4. Термін повинен бути системним (класифікаційна системність, словотвірна системність). Економічний термін повинен вживатися у тому значенні, в якому його застосовують економісти, технічний – у тому, в якому його вживають інженери та ін.

5. При користуванні терміном треба строго дотримуватися правил утворення від нього похідних форм: якщо словник або довідник дає лише певні форми, то «утворювати» ще якісь слова для власного вжитку забороняється. Наприклад: *акт*, род. відм. *акта* (а не *акту*, як у загальноновживаному слові), множина – *акти*; словосполучення: *акт приймання-здавання, акт ревізії, акт ревізії каси; акт звірки розрахунків, акт звірки взаємних розрахунків, акт про надходження неякісних або некомплектних товарів; комерційний акт, оперативно-технічний акт* та ін. Від терміна *акт* можна утворити дієслово (*актувати*), пасивну форму дієслова (*актуватися*), дієприкметник (*актований*), віддієслівний іменник (*актування*). Про вже термін *активування* належить до іншої галузі (як і *активація* та ін.) і в діловому мовленні вжитий бути не може.

Окреслюючи ці риси, слід також пам'ятати, що терміни є не ізольованими одиницями загальнонаціональної мови, а частиною її словникового складу.

Вивчаючи структуру термінів, лінгвісти виділяють такі типи термінів:

1) прості: непохідні (терміни, які на синхронному зрізі не мають мотиваційних слів, наприклад: *дуга, жила, лад*) і похідні (терміни, у яких можемо виділити мотиваційні основи і словотворчі афікси, наприклад: *запобіжник, противага, затакт*);

2) складні (терміни, у яких можна виділити дві основи, наприклад: *паротворення, теплострум, тискомір*);

3) складені (терміни-словосполучення, наприклад: *стала похибка, прискорення руху, рідкий стан тіла*).

Склад української термінології поповнюється завдяки використанню вторинної номінації, синтетичної та аналітичної деривації, а також запозичень з чужих мов.

Терміни є **загальнонаукові** та **вузькогалузеві**. **Вузькогалузеві** – це такі терміни, які вживаються в певній галузі, наприклад, у хімії: *абсорбція автокаталіз, агрегатна стійкість, базитність, сольватувати іони, біокаталіз, біокорозія, в'язкість структурна, валентна зона, валентність*.

У електротехніці: *аперіодична складова вільного струму, багатофазна система електричних струмів, вебер-амперна характеристика, ємність конденсатора, замикання на землю, провідник, зв'язані електричні кола*

Економічні науки: *акцизний збір, аудит, банкрутство, платоспроможність, кредитори, ліквідаційна процедура, бартер, валютна позиція, господарська діяльність, грошово-кредитна політика, гудвіл*.

Загальнонаукові терміни – це такі терміни, які вживаються в різних галузях знань, але у кожній окремій галузі із своїм конкретним значенням. Наприклад, *корінь* – у біології *корінь асимілювальний*, у математиці *корінь добувний*, у мовознавстві *корінь слова*, у суспільних науках *корінь зла* тощо; *корозія* – у біології *корозія аеробна*, у геології *корозія ґрунтова*, у хімії *корозія киснева* тощо.

4. Джерела поповнення української термінології

Теоретичні засади термінотворення в українському мовознавстві закладалися на ґрунті європейської школи, передусім Віденської, з урахуванням надбань української філософської і мовознавчої думки.

Основою національної термінології учені вважали народномовну систему. Вони вибирали з уснонародної мови слова, які можуть стати термінами, але при цьому обов'язково їх опрацьовували з наукового погляду.

Основні засади термінотворення були обґрунтовані орієнтацією на національний характер терміносистем: усі мовознавці погоджувалися, що треба використовувати внутрішні мовні ресурси, вибирати народні слова для термінування нових понять. Коли виникали сумніви щодо вживання того чи іншого терміна і щодо його походження, то досліджували його походження. «Якщо траплялося, що термін має однакову транскрипцію та фонетичну сторону ще в якійсь слов'янській мові через подібний розвиток його в різних народах, або коли в українській мові цей термін має давнішу історію, то такий термін діставав ухвалу»¹.

Для створення нового слова можуть бути використані різні мовні засоби, а вибір оптимального способу номінації – складний процес, він визначається об'єктивними і суб'єктивними факторами. Для виникнення терміна необхідна чітка дефініція, чого не потребує нова одиниця загальноновживаної лексики. Термінотворення має у своєму активі різноманітні словотворчі засоби.

До складу власне української термінології зараховуємо не лише номінації, утворені від питомих твірних основ, а й слова, утворені за допомогою українських афіксів від запозичених твірних основ. Наприклад, *терміни кредит (лат.), біржа (нім.), реклама (фр.)* – запозичені з указаних мов, але похідні від них терміни: кредитування, біржовий, рекламувати та багато інших є власне українськими.

Термінологічна номінація – на відміну від мовної – це цілеспрямований творчий процес, зумовлений взаємодією зовнішніх та внутрішніх мовних чинників. Терміни виникають у професійному середовищі і вживаються в строго термінологічній функції. Вони утворюються такими способами:

¹ Шелудько І., Садовський Т. Словник технічної термінології(загальний): (проект). – К.: Державне видавництво України, 1928. – С. 9

- переосмислення (семантичний) загальноновживаних слів для позначення певного наукового поняття; технічна термінологія має численну групу термінів, які утворилися шляхом семантичного перенесення, наприклад, *коліно, щока, лебідка, павук, собачка, кішка, хвіст, чашечка, палець, зуб, голова, ніс, вухо, подошва, волосина* тощо (СУМ);

- перенесення готового терміна з однієї галузі в іншу (споріднену) (ретермінологізація) *фільтрація* у хімії і механіці;

- запозичення та калькування; *десиміляція, локалізм, гіперони, антинеїтрино, дуалізм*;

- гібридний спосіб, тобто використання наявних у мові словотвірних моделей або іншомовних компонентів для творення нових назв: *самофокусування, освітленість, надплинність, теплоємність, квазічастинки, квантування, світність, баріони, поляризація, індуктивність, індукція, електростатика, дивергенція, констатація, магнетизм, проекція, електрон* тощо;

- використання словосполучень для найменування наукових понять (у різних терміносистемах вони становлять понад 70% від загальної кількості термінів). Серед складених назв домінують дво- та трикомпонентні терміносполуки, утворені за такими моделями: іменник + іменник (*нейтральність грошей*), прикметник + іменник (*національне багатство*), порядковий числівник + іменник (*перший прибуток*), дієслово + іменник (*страхувати майно*); прикметник + прикметник + іменник (*валовий національний продукт*), іменник + прикметник + іменник (*емісія цінних паперів*), прикметник + іменник + іменник (*маркетингове дослідження ринку*); кількість багатоконпонентних термінів обмежена (*журнал обліку господарських операцій, закон тенденції норми прибутку до зниження*).

Аналітична деривація сприяє побудові структурної ієрархії: три- і багатоконпонентні терміни утворюють на основі двокомпонентного словосполучення (*валовий продукт – валовий національний продукт*) або на базі одного слова (*податок – податок на додану вартість*).

- Морфологічний спосіб. Термінологія твориться здебільшого суфіксальним, префіксальним та суфіксально-префіксальним способами.

Продуктивними виявилися такі моделі творення іменників: для назв із предметним значенням – дієслівна твірна основа + -ник- (*глушник*), прикметникова твірна основа + -ик- (*голосник*), дієслівна твірна основа + -ач- (*вимикач*); для назв з абстрактним значенням – прикметникова твірна основа + -ість- (*промисловість*), віддієслівна твірна основа + -нн'- (*оподаткування, отоварювання*), дієслівна твірна основа + -ств- (*лихварство*); для назв осіб – дієслівна твірна основа + -ач- (*перекладач*), іменникова твірна основа + -ник- (*боржник*).

У творенні термінів беруть участь не всі афікси, а лише окремі, серед яких поширеними є такі: **-ння, -ізм, -ція, -ість, -ач, -ø** (нульовий суфікс) тощо.

Ці самі суфікси використовують для творення нових слів у загальнонавчальній лексиці і у науково-технічній термінології, але в науці відбувається конкретизація, уточнення поняття.

Префікси у термінології вживаються нечасто: **над-, під-, проти-, без-:**

- *надзвуковий, надпровідність, надгенератор, надрефракція* (СУМ);
- *підбирач, підклас, підвид, підсилювач, піддіапазон, підпрограма,*
- *протиструм, протиелемент* (СУМ);
- *передавач, перезатилення, перемикач, перенапряга, переохолодження, перепад, переріз;*

- *безмірність, безвуглецевий, безінерційний, бездотиковий, безстрижневий,*

• аббревіація. В українській науково-технічній термінології на позначення різноманітних наукових понять уживаються складноскорочені назви-аббревіатури: *ЕОМ* (електронно-обчислювальна машина), *АЦП* (аналого-цифровий перетворювач), *АНС* (автоматизована навчальна система), *АСНТІ* (автоматизована система науково-технічної інформації), *ПТК* (перемикач телевізійних каналів) тощо.

- Безафіксний спосіб. Терміни, утворені цим способом, позначають процес дії, предмет як результат дії або одиничний акт дії, що інтенсивно відбувається. Ці

терміни утворено від основи дієслова за допомогою нульової морфеми: *викуп, виторг, вклад, дохід, запас, обіг*.

- Способом основоскладання утворено терміни – складні слова, серед яких можна виділити назви, що виникли на основі складання незалежних одне від одного слів (*світлотехніка, склопаста, склоцемент*) і номінації, утворені за допомогою сполучного голосного звука на основі складання залежних одна від одної основ (*стрічкопритискач, товарообіг, шумоізоляція*), словоскладання (*ампер-секунда, ват-секунда, диск-катод, мегават-година, жук-короїд, льон-довгунець*). Такі терміни є результатом поєднання двох самостійно вживаних іменників.

Окремою групою серед складних термінів є слова з міжнародними терміноелементами *авто-, відео-, гідро-, кіно-, макро-, мікро-, радіо-, стерео-, теле-* вживані в препозиції (*автонавантажувач, відеокамера, кінотеатр, макроекономіка, мікродинамік, радіоапаратура, стереосистема, телеканал*). Постпозитивні терміноелементи *-граф, -метр, -скоп, -фон* виконують систематизаційну функцію (*віброграф, гальванометр, принтоскоп, магнітофон*).

Виділяємо велику групу інтернаціоналізмів – міжнародних термінів, уживаних не менш ніж у трьох неспоріднених мовах і запозичених переважно з грецької (*біологія, парадигма, теорема*) або латинської (*варіація, мотор, трансляція*) мов. До інтернаціональної скарбниці термінології належать також терміни, запозичені з інших мов: англійської (*комп'ютер, футбол*), італійської (*балада, сонатина*), німецької (*бухгалтер, штаб*), французької (*ансамбль, парламент*), іспанської (*романс, сарабанда*).

Крім названих способів творення термінів, використовуються суто термінологічні – за допомогою **символьних позначок** та **епонімів**. Як символічні засоби творення науково-технічних термінів вживаються цифри, позначки, графічні символи математичної, фізичної, хімічної та іншої термінологій. Символи активно вживаються як компоненти складних спеціальних найменувань, утворюючи комбіновані символи-слова: *V-подібні з'єднання, x-подібні з'єднання* (термінологія зварювання металів), *V-подібний манометр* (ЗКФ). Як символічні компоненти використовуються букви грецького алфавіту: *а-частка, μ -мезон, η -мезон, π -мезон*,

ψ-мезон, γ-фотон, γ-квант, γ-частка, α-розпад, β-розпад, β-радіоактивність (термінологія фізики елементарних частинок), *K-, L-, M-, N-, O-серія* (ЗКФ) тощо: *IBM-сумісний, DVD-плеєр, web-сторінка* (інформатика); хімічних галузей: *pH-метр, p-орбіталь, p-електрон, π-зв'язки* (зх); *ГЦК-гратка*. Це пояснюється бажанням авторів науково-технічної термінології якомога точніше донести до читача суть позначуваного поняття. Щоб полегшити сприймання наукового терміна, автори позначають однотипні поняття символічними позначками.

Для термінотворення властиве частотне вживання епонімів (власних назв) як твірної основи. У науково-технічній термінології творяться нові поняття від основ власних імен, які функціонують як звичайні і повноправні назви, наприклад, фізичні одиниці (*ом, кулон, ампер, вольт, герц, рентген, генрі, джоуль*), у найменуваннях мінералів і силікатів (*астраханіт, байкаліт, глінкіт, ломоносовіт, гетит*); хімічних елементів (*кюрій, курчатовій, ейнштейній, фермій, менделєвій*).

У зв'язку зі стрімким зростанням кількості інформації, вимоги до систематизації термінології стають дедалі суворішими. Це пов'язано із залученням комп'ютерної техніки до пошуку, систематизації і зберігання знань.

Сучасна науково-технічна термінологія продовжує розвиватися, поновлюватися, вдосконалюватися відповідно до розвитку і вдосконалення науки і техніки. Вона є відкритою системою, здатною розвиватися за сучасними словотвірними законами.

Питання для обговорення

1. Назвіть основні періоди процесу вироблення української наукової термінології та з'ясуйте причини гальмування її розвитку.
2. Дайте визначення понять термін, термінологія, термінознавство.
3. Розкрийте основні ознаки терміна.
4. Охарактеризуйте основні структурні типи термінів. Наведіть приклади.
5. Чим відрізняються терміни від номенклатурних назв і професіоналізмів? Наведіть приклади.
6. Які правила застосування термінів і професійних назв?
7. Які типи паронімів можна виділити в термінології? Наведіть приклади.

8. Опишіть основні джерела поповнення української термінології.
9. Які загальноживані назви використовують у ролі термінів? Охарактеризуйте два види вторинної номінації. Наведіть приклади.
10. Які афіксальні морфеми (суфікси, префікси) беруть участь у творенні термінів? Наведіть приклади.
11. Як утворюють терміни безафіксним способом? Наведіть приклади.
12. На які групи можна поділити терміни, утворені способом основоскладання? Наведіть приклади.
13. Як утворюють складноскорочені слова? Наведіть приклади.
14. Як слід писати терміни, утворені способом основоскладання та словоскладання? Наведіть приклади.
15. Скільки відсотків у різних терміносистемах становлять терміни-словосполучення?
16. Скільки компонентів можуть мати складені терміни? Наведіть приклади.
17. Які запозичення називаємо інтерніціоналізмами? Наведіть приклади.
18. Яке місце займає термінологія у складі сучасної української мови?

ЛЕКЦІЯ 11

ПЕРЕКЛАД

План

1. Суть і види перекладу.
2. Переклад термінів.
3. Переклад і редагування наукових текстів.
4. Типові помилки під час перекладу наукових текстів українською мовою.

Література

1. Бондаренко В. В., Дубічинський В. В., Кухаренко В. М. Переклад науково-технічної літератури. – Харків. – 2001.
2. Гінзбург М. Щодо синтаксичних помилок у нормативних документах:

практичні висновки з рекомендацій мовознавців / Михайло Гінзбург // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2009. – №2. – С. 22–30.

3. Караванський С. Російсько-український словник складної лексики. – Львів: БаК. – 2006.

4. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. – К.: Видавництво «Українська книга». – 2004.

5. Курило О. Уваги до сучасної української літературної мови. – К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи». 2004. – 303 с. (передрук видання 1925 р.).

6. Непийвода Н. Практичний російсько-український словник. Найуживаніші слова і вислови. – К.: Основа. – 2000.

7. Непийвода Н. Ф. Сам собі редактор: Порадник з української мови. – К.: Українська книга. – 1998.

8. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи: Навч. посібник. – Л.: Афіша. – 2004.

9. Пономарів О. Культура слова: Мовностилістичні поради: Навч. посібник. – К.: Либідь. – 1999.

10. Словник-довідник з культури української мови / Д. Гринчишин, А. Капелюшний, О. Сербенська, З. Терлак. – К.: Знання. – 2006.

1. Суть і види перекладу

Переклад – один із найважливіших засобів взаємодії національних культур, дієвий спосіб міжкультурної комунікації. Мета будь-якого перекладу – інформувати читача, який не володіє мовою оригіналу, і ближче ознайомити його з відповідним текстом. Перекласти означає точно й повно висловити засобами однієї мови те, що вже зафіксовано засобами іншої мови у нерозривній єдності змісту і форми.

Оскільки переклад – це передавання змісту того, що було висловлено, то перекладаються не слова, граматичні конструкції чи інші засоби мови оригіналу, а думки, зміст оригіналу. Згідно з теорією перекладу немає неперекладних матеріалів, є складні для перекладу тексти. Труднощі під час перекладання пов'язані з

недостатнім знанням мови оригіналу, мови, якою перекладають, або з відсутністю в цій мові готових відповідників.

2. Переклад термінів

У працях українських мовознавців та термінологів О. Курило, С. Караванського, Т. Кияка, Є. Карпіловської, Н. Непийводи, О. Кочерги, В. Пілецького, О. Пономарева, Г. Ракшанової, В. Моргунюка запропоновано методи передавання термінів засобами української мови, створено чітку систему словотворчих правил, які є традиційними в українській народній мові.

Застосовуючи систему словотворчих правил, можна уникнути мовних конструкцій, неприйнятних українській мові, досягти точності та однозначності термінів і висловів у текстах. Бо зрозуміло, що не бажано уживати той самий суфікс для творення термінів, що означають різні, а особливо протилежні за змістом поняття, наприклад, такі властивості, як здатність виконувати дію та здатність бути об'єктом дії.

Для перекладу термінів варто послуговуватися словниками останніх років видання. Коли є кілька словників приблизно одного часу видання, то вибирати варто за такими пріоритетами: стандарт, галузева енциклопедія, галузевий словник, універсальна енциклопедія, видання Академії наук України.

Перекладаючи терміни, варто обов'язково зазначити, що нове значення буде вживатися або як «локальне», тобто лише в межах цього повідомлення, або як основне, що пропонується для всієї галузі.

Щодо нових термінів норми інші. Запропонований автором новий термін повинен задовольняти такі обов'язкові вимоги: мати дефініцію; відтворювати суттєві ознаки поняття; бути однозначним (його вживання з іншим значенням допустиме лише в інших галузях); не мати синонімів; мати семантичні зв'язки з іншими термінами (у визначення терміна повинні входити інші терміни цієї ж галузі); бути лінгвістично нормативним, тобто відповідати правилам орфографії; мати найвищу частоту вживання (порівняно з іншими словами, що можуть бути запропоновані як варіанти для утворення терміна).

3. Переклад і редагування наукових текстів

У сучасних науково-технічних та фахових текстах широко вживають синтаксичні конструкції, не властиві українській мові, частина яких узвичаїлась під багаторічним впливом російської мови, але кожна мова має власні традиції та норми побудови словосполук і речень. Свідченням багатства української мови є різноманітність мовних засобів усіх рівнів, зокрема й синтаксису.

Книжного (а точніше – канцелярського) відтінку надають російському викладові конструкції з віддієслівними іменниками: *для пояснення, при наявності, по розгляді, після одержання*. В українській мові їм, як правило, відповідають два синтаксичні варіанти: один – скалькований з російської, другий – власне український. Порівняйте:

рос.	калька	укр.
<i>по получении</i>	<i>після одержання</i>	<i>одержавши</i>
<i>по подписании</i>	<i>після підписання</i>	<i>підписавши</i>
<i>по рассмотрении</i>	<i>після розгляду</i>	<i>розглянувши</i>
<i>по истечении срока</i>	<i>після закінчення строку</i>	<i>коли закінчився строк</i>
<i>по окончании</i>	<i>після закінчення</i>	<i>закінчивши</i>
<i>по ознакомлении</i>	<i>після ознайомлення</i>	<i>ознайомившись</i>
<i>при описании</i>	<i>при описуванні</i>	<i>описуючи</i>
<i>при определении</i>	<i>при визначенні</i>	<i>визначаючи</i>
<i>при наличии</i>	<i>за наявності</i>	<i>коли (якщо) є</i>
<i>при отсутствии</i>	<i>за відсутності</i>	<i>коли (якщо) немає</i>
<i>при необходимости</i>	<i>за потреби</i>	<i>коли (якщо) треба</i>
<i>для пояснения</i>	<i>для пояснення</i>	<i>щоб з'ясувати</i>
<i>для обеспечения</i>	<i>для забезпечення</i>	<i>щоб забезпечити</i>
<i>для описания</i>	<i>для опису</i>	<i>щоб описати</i>
<i>для доказательства</i>	<i>для доведення</i>	<i>щоб довести</i>

У сучасних українських офіційних текстах перевага, на жаль, віддається іменним конструкціям, які, хоч і не виходять за межі українських синтаксичних норм, усе ж таки успадковують російські традиції.

Надмірно вживати абстрактні іменники – а до того ж там, де їх можна уникнути, – це значить ускладнити текст. В українській мові є засоби для оптимального перекладу російських синтаксичних одиниць іменникового типу. Порівняйте:

рос.	укр.
<i>без промедления</i>	<i>негайно</i>
<i>по видимости</i>	<i>мабуть, напевно</i>
<i>по преимуществу</i>	<i>переважно, здебільшого</i>
<i>с полным основанием</i>	<i>впевнено</i>
<i>без основания</i>	<i>безпідставно</i>
<i>в особенности</i>	<i>зокрема, особливо</i>
<i>в особенности же</i>	<i>особливо, а надто, а найбільше</i>
<i>в дальнейшем</i>	<i>надалі, далі</i>
<i>в основном</i>	<i>переважно</i>
<i>в общем</i>	<i>взагалі, загалом</i>
<i>на протяжении длительного времени</i>	<i>протягом тривалого часу</i>
<i>в (самом) непродолжительном времени</i>	<i>незабаром, невдовзі</i>

ДІЄПРИКМЕТНИКИ – чи не найскладніша щодо творення і вживання група термінів. Українська мова, як і російська, має систему суфіксів, за допомогою яких можна утворити дієприкметники чотирьох видів:

рос.	укр.
<i>-ащ-, -ущ- (-ящ-, -ющ-)</i>	<i>-ач-, -уч- (-яч-, -юч-)</i>
<i>лежащий</i>	<i>лежачий</i>
<i>шагающий</i>	<i>крокуючий</i>
<i>синеющий</i>	<i>синіючий</i>

Подібна будова українських і російських слів іще не свідчить про те, що вживаються вони однаково. Якраз навпаки: у російській мові дієприкметники використовуються часто, в українській – ні. Особливо це стосується дієприкметників поданої групи. Але якщо мова має обмеження, вона завжди знаходить інший шлях для втілення певного значення. В українській мові подібні дієприкметники мають відповідники-прикметники:

рос.	укр.
<i>компенсирующий</i>	<i>компенсувальний</i>
<i>дифференцирующий</i>	<i>диференціювальний,</i> <i>диференційний</i>
<i>изолирующий</i>	<i>ізолювальний</i>
<i>моделирующий</i>	<i>моделювальний</i>
<i>излучающий</i>	<i>випромінювальний</i>
<i>передающий</i>	<i>передавальний</i>
<i>наступающий</i>	<i>прийдешній</i>
<i>существующий</i>	<i>наявний</i>
<i>побуждающий</i>	<i>спонукальний</i>

Отже, якщо російський дієприкметник вказує на ознаку, в українській мові вживається прикметник. Якщо російський дієприкметник вказує на особу чи предмет, в українській мові вживається іменник:

рос.	укр.
<i>заведующий</i>	<i>завідувач</i>
<i>отдыхающий</i>	<i>відпочивальник</i>
<i>исполняющий</i>	<i>виконавець</i>
<i>инакомыслящий</i>	<i>інакодумець</i>
<i>обещающий</i>	<i>обіцяльник</i>
<i>лизущий</i>	<i>лизун</i>
<i>стреляющий</i>	<i>стрілець</i>

трясущий

трясун

Якщо ж треба підкреслити процесуальність (а це буває в реченнях з дієприкметниковими зворотами), російський дієприкметник замінюють підрядним реченням:

рос.

укр.

генератор, вращающий вал

генератор, який обертає вал

устройство, передающее сигнал

пристрій, що передає сигнал

материал, изолирующий

матеріал, яким ізолюють трубопровід

трубопровод

До цієї групи входять російські терміни типу *вращающийся, меняющийся, колеблющийся*. В українській мові відповідників-дієприкметників немає. Зате є прикметники:

рос.

укр.

вращающийся

обертаний

меняющийся

мінливий

колеблющийся

коливний

сходящийся

збіжний

рос.

укр.

-ш-, -вш-

-л-

почерневший

почорнілий

Слова на *-ший* українській мові невластиві. Тому російські дієприкметники цього типу варто передавати підрядними реченнями: *прибор, прошедший испытания – прилад, який пройшов випробування*.

рос.

укр.

-енн-, -нн-, -т-

-ен-, -н-, -т-

<i>исследованный</i>	<i>досліджений</i>
<i>сказанный</i>	<i>сказаний</i>
<i>сжатый</i>	<i>стиснутий</i>

Ця група дієприкметників виняткова: слова, які входять до неї, в українській і російській мові повністю відповідні, тому й помилок у вживанні таких дієприкметників практично немає.

рос.	укр.
-ем-	ува- (-ва-) + -н-
<i>исследуемый</i>	<i>досліджуваний</i>
<i>употребляемый</i>	<i>вживаний</i>
<i>возбуждаемый</i>	<i>збуджуваний</i>

Отже, передавати російські дієприкметники треба дуже обережно, щоб не вийшли анекдотичні випадки на зразок *курачий* (рос. *куращий*) або *котячий* (рос. *котящий*) (Г.Вознюк). Сучасні термінологічні словники ще містять, на жаль, такі терміни-дієприкметники, які виходять за межі українських норм. Наприклад: *охлаждающий* і *охлажденный*; *направленный* і *спрямовуючий* і под.

Як уже зазначалося, для російського викладу характерні штучні конструкції, які в мовознавстві зветься канцеляризмами. Росіяни пишуть *привести к ухудшению* (замість *ухудшить*), *привести к улучшению* (замість *улучшить*). Українській мові канцелярит не властивий, а тому значення десемантизованого дієслова і абстрактного іменника передається, як правило, одним семантично повноцінним дієсловом:

рос.	укр.
<i>привести к ухудшению</i>	<i>погіршити</i>
<i>привести к улучшению</i>	<i>полішити</i>
<i>прийти в негодность</i>	<i>зіпсуватися</i>

<i>прийти к убеждению</i>	<i>переконатися</i>
<i>заниматься исследованием</i>	<i>досліджувати</i>
<i>заниматься анализом</i>	<i>аналізувати</i>
<i>находиться в нерешительности</i>	<i>вагатися</i>
<i>находиться в противоречии с чем</i>	<i>суперечити чому</i>
<i>иметь место</i>	<i>бути</i>
<i>иметь применение</i>	<i>застосовуватися</i>

У науково-технічних текстах допускається багато помилок, спричинених недосконалим знанням української мови. Йдеться про так званий суржик:

рос.	суржик	укр.
<i>совпадать</i>	<i>співпадати</i>	<i>збігатися</i>
<i>следующий</i>	<i>слідуючий</i>	<i>наступний, такий</i>
<i>вызывать</i>	<i>визивати</i>	<i>викликати</i>
<i>добиваться</i>	<i>добиватися</i>	<i>досягати</i>
<i>любой</i>	<i>любий</i>	<i>будь-який, усякий</i>
<i>поскольку</i>	<i>поскільки</i>	<i>оскільки</i>
<i>обычно</i>	<i>обично</i>	<i>звичайно</i>
<i>отмечать</i>	<i>відмічати</i>	<i>відзначати</i>
<i>отличный (в значенні не такий)</i>	<i>відмінний</i>	<i>різний</i>

Вилучити зі своєї мови слова-суржики вам допоможе кн.: Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити. / За заг. ред. О.Сербенської: Посібник. — Львів: Світ, 1994. У ньому зібрано величезну кількість російсько-українських словесних «гібридів».

Труднощі узгодження. Йдеться насамперед про узгодження присудка з підметом. Тут є кілька правил, які варто нагадати: якщо підмет має в своєму складі числівник, який закінчується на одиницю, наприклад, *21,141,1991*, присудок ставиться у формі однини; якщо числівник у підметі закінчується на два, три, чотири, присудок ставиться у множині. Однина тут можлива лише тоді, коли

повідомлення фіксує певний факт, як підсумок, або коли повідомленню надається безособовий характер, наприклад: *Було переведено три працівники*. Такі конструкції в ділових і наукових текстах цілком доречні. При таких підметах, як *п'ять осіб, сто п'ятнадцять тонн, сімнадцять агрегатів* та інших присудок може стояти як в однині, так і в множині. Однина підкреслює внутрішню нерозчленованість, цілісність, вона надає висловленню безособового характеру, виділяє загальний підсумковий результат, однина тут може ще позначати пасивність предметів. Позначаючи велику кількість предметів, теж обирається форма однини.

Підмети зі словами *більшість, меншість, низка, частина, багато, кілька* вимагають від присудка однини: *Більшість абітурієнтів буде зарахована до університету та забезпечена гуртожитком*.

Якщо підмет, виражений займенником *хто*, присудок подають у формі однини: *Усі, хто не пройшов реєстрації, повинні з'явитися*. Якщо підмет виражений займенником *ніхто, ніщо* та іншими, присудок в однині: *Ніхто з присутніх на сесії участі в голосуванні не брав*.

Складні випадки керування. Недостатньо чітке формулювання, з одного боку, збільшує обсяг тексту, а з іншого – спотворює зміст написаного.

Особливо часто помилки виникають внаслідок того, що з дієсловами, які вимагають неоднакових відмінків, уживається спільний додаток, наприклад: *у доповіді було також відзначено, що ми повинні прагнути до вдосконалення і повного опанування методами*. Порівняймо: *опанувати методами*, але *вдосконалення методів*, тому спільний додаток тут неможливий. Близькозначні слова можуть вимагати після себе різних відмінків. При недостатньому знанні мови одне слово підміняється іншим, а спосіб керування залишається – так з'являється помилка.

Ось кілька близькозначних слів, які найчастіше призводять до появи помилок:

Неправильно

властивий (кому)

сповнений (чого)

оснований (на чому)

Правильно

характерний (для кого)

наповнений (чим)

заснований (ким)

багата (на що)

славиться (чим)

дорівнювати (чому)

рівнятися(на що)

торкатися (чого)

доторкатися (до чого)

Помилки виникають і за нерозмежування засобів української і російської мов: те саме за значенням дієслово може вимагати від додатків різних відмінкових форм в обох мовах, порівняймо:

рос.

укр.

благодарить (кого)

дякувати (кому)

причинять (что)

здавати (чого)

снабжать (чем)

постачати (що)

нуждаться (в чем)

потребувати (чого)

подражать (кому)

наслідувати (кого)

извиняют (кого)

пробачити (кому).

Нерозрізнення дієслівного керування призводить також до неправильного вживання прийменників.

Російською мовою

Українською мовою

подготовиться к (чему)

підготуватися до (чого)

стремиться к (чему)

прагнути до (чого)

предупреждать о (чем)

попереджати про (що)

думать о (чем)

думати про (що)

забота о (чем)

піклування, турбота про (що, кого)

случилось по вине

трапилось через провину

работать по (совместительству)

працювати за (сумісництвом)

выполняют по (распоряжению)

виконувати за (розпорядженням)

обратиться по (адресу)

звернувся на (адресу)

получить в рассрочку

одержати на виплату

по возможности быстрее

якомога швидше

в тот же момент

тієї ж миті

Однорідні члени речення. Науковому текстові властиві логічність, послідовність викладу, в ньому витримано ієрархію підпорядкування понять. Тому

тут ставляться досить жорсткі вимоги до однорідного ряду, у якому ці логічні зв'язки особливо виразні.

У ролі однорідних не повинні вживатися слова, що виражають родові (ширші) та видові (вужчі) поняття. Наприклад: *Було посіяно зернових всього 500 га, вико-бобових 50 га, ячменю 40 га.* Однорідний ряд побудований неправильно, треба: *Було посіяно зернових 540 га, у тому числі ячменю 40 га і вико-бобових 50 га.*

Не можна будувати однорідного ряду зі слів, значення яких у чомусь збігаються наприклад: *Було закуплено нові вимірювальні прилади і пристрої на суму 14000 грн.*

Потребує особливої уваги сполучуваність слів. Неправильно побудовано речення: *У постанові висловлені висновки і побажання, які колектив повинен врахувати у своїй подальшій роботі,* проте лише *побажання* можна висловити, а *висновки* – зробити; а цього в реченні не враховано.

В українському фаховому мовленні часто вживаються такі форми дієслів: 1) утворені за допомогою постфікса *-ся* від дієслів недоконаного виду *читатися, виконуватися*; 2) пасивні дієприкметники, утворені від дієслів дійсного способу доконаного і недоконаного виду; 3) віддієприкметникові предикативні форми на *-но, -то*.

У центрі українського вислову завжди процес, а не предмет, тому логічний наголос у фразі найчастіше падає на присудок, а не на підмет. Енергетика українського тексту зосереджена в безпосередній дії, вираженій дієсловом. Зважаючи на це пропонуємо так редагувати стилістичні помилки у фахових текстах.

1. Віддієслівні іменники на *-ння, -ття* в українській мові вживаються не часто. Замість віддієслівних іменників на *-ни (я)* доцільно вживати:

✓ неозначену форму дієслів, наприклад: *для прогнозування необхідно – щоб спрогнозувати необхідно; братися до виконання – братися виконувати;*

✓ особові форми дієслова: *при записуванні результатів дослідження виявилось – коли записували результати дослідження, виявилось;*

✓ дієприслівникові звороти: *при досліджуванні цього питання вони забули найголовніше – досліджуючи це питання, вони забули найголовніше.*

2. Найпоширенішою синтаксичною помилкою є надуживання реченнями з розщепленим присудком у формі *дієслово + віддієслівний іменник*, де значення передає саме іменник, а дієслово лише вказує на дію взагалі. Такий присудок, з одного боку, є типовим виявом іменного характеру викладу, не властивого українській мові, у якій логічний наголос найчастіше падає на дієслова, а з іншого боку – обтяжує речення зайвими словами. Українські мовознавці радять замість розщеплених присудків, що не є усталеними дієслівно-іменниковими сполуками, уживати природніший для української мови й економніший засіб – дієслово *вести випробовування – випробовувати, займатися аналізом – аналізувати, здійснювати гармонізацію – гармонізувати, давати оцінку – оцінювати, нести відповідальність – відповідати*.

Зауважимо, що не всі словосполучення *дієслово + іменник*, часто вживані у фахових текстах, мають однослівний дієслівний відповідник, наприклад *брати участь, вжити заходів, виявити увагу, виправити брак, вести справу, визнати провину, відвернути правопорушення* тощо. Такі усталені дієслівно-іменникові словосполучення можна вживати без обмежень, є окремі випадки, коли значення дієслівного відповідника не збігається зі значенням словосполучення *дієслово + віддієслівний іменник*. Наприклад, *змагаються спортсмени, а проводять змагання організатори*. До складу словосполучення можна ввести одне або кілька означень: *надати (грошову, матеріальну технічну тощо) допомогу, вести (дипломатичні, торговельні тощо) перемовини*. Замінити такі словосполучення дієсловами не завжди можливо і доречно.

Помилки вживання дієслівних форм на **-но, -то**.

Особливе місце серед безособових конструкцій посідають двокомпонентні конструкції з присудком, вираженим дієслівною формою на **-но, -то**, і об'єктом – прямим додатком у знахідному (або родовому) відмінку без прийменника. Наприклад *застосовано (що) метод, досліджено (що?) зразок*. У таких реченнях увагу сконцентровано на події, що відбулася або відбудеться. Унаслідок походження, а також через те, що зазначені конструкції є основним засобом перекладу іншомовних пасивних конструкцій, їх часто класифікують як пасивні.

Проте речення з дієслівною формою на **-но, -то** треба віднести до активних, оскільки вони не мають підмета й описують подію з об'єктом, що в реченні є додатком. Треба чітко розрізняти безпідметові конструкції з дієслівною формою на **-но, -то** й підметові конструкції з пасивним дієприкметником. Підкреслимо, що обидві конструкції не суперечать нормам української мови, але між ними є поняттєва відмінність.

З наведеного можна зробити висновок, що дієприкметники доцільні лише там, де йдеться про ознаки. Це правило не можна порушувати, особливо ставити в одному реченні два дієприкметники, один з яких є означенням, а другий – присудком: *Розроблені (означення) засоби зорієнтовані(присудок) на забезпечення точності сприйняття; Розроблені (присудок) засоби, зорієнтовані (означення) на забезпечення точності сприйняття*. Порівнюючи ці два речення, бачимо, що від однієї коми кардинально змінюється зміст. Уживання за прямою призначеністю пасивних дієприкметників лише як означень, а дієслівних форм на **-но, -то** – як присудків робить речення однозначно зрозумілими: *Розроблені (означення) засоби зорієнтовано (присудок) на забезпечення точності сприйняття; Розроблено (присудок) засоби, зорієнтовані (означення) на забезпечення точності сприйняття*.

Є дві типові помилки вживання дієслівних форм на **-но, -то**.

✓ Дієслівні форми на **-но, -то** не можна вживати, коли з логічних причин узагалі не може бути діяча. Наприклад: *Дослідники збирали зразки диких рослин, якими вкрито цілинний степ* (неправильно) – *Дослідники збирали зразки диких рослин, якими вкритий цілинний степ* (правильно).

✓ Введення в речення діяча у формі іменника чи займенника в орудному відмінку. Наприклад: *Закон прийнято Верховною Радою*. Орудний відмінок тут неможливий ані з логічних, ані з граматичних причин. Ці конструкції передають поняття «хтось зробив» і тому не можуть містити логічного діяча. Дієслівні форми на **-но, -то** незмінювані, вони не мають закінчення, яке б указувало на особу – діяча. Наведену вище помилкову конструкцію треба перебудувати в активну: *Верховна Рада прийняла Закон*. Але якщо ми хочемо наголосити саме на події, не вказуючи, хто це зробив, то можна, вилучивши діяча, залишити присудок у формі на **-но, -то**,

наприклад: *Закон прийнято.*

На штучність і неприродність таких пасивних конструкцій в українських текстах наголошували відомі мовознавці О. Курило, К. Городенська, Н. Непийвода, О. Сербенська та інші. Вони радять будувати речення природно – об'єкт повинен бути додатком, а присудок описувати дію, спрямовану на додаток. На відміну від активних конструкцій пасивні завжди мають підмет. Залежно від наявності / відсутності в реченні діяча у формі додатка в орудному відмінку розрізняють три компонентні та двокомпонентні пасивні конструкції, а залежно від форми присудка – конструкції з дієсловом пасивного стану на *-ся* та з пасивним дієприкметником.

Характерною ознакою трикомпонентних пасивних конструкції з дієсловом пасивного стану на *-ся* є те, що логічний суб'єкт, який за змістом означає діяча і має бути підметом, чомусь став додатком в орудному відмінку, а натомість логічний об'єкт, на якого фактично спрямована дія і який має бути додатком, став підметом: *обсяги робіт визначаються (ким?) замовником; (ким?) нами надсилаються Вам зауваги до стандарту.* Щоб показати протилежний природному напрямку дії, у цих прикладах ужито дієслово-присудок пасивного стану на *-ся*. Обидві наведені конструкції неприродні. Дієслово *визначатися* можна вживати лише як зворотне: *ставати виразним, чітко окресленим, бути помітним, вирізнятися якими-небудь ознаками між іншими або серед когось, чогось.* Тому речення треба зробити активними: перше – двоскладним з дієслівним присудком (простим чи складеним), а замість другої пасивної конструкції, доцільно вжити означено-особове речення: *обсяги робіт визначає (хто?) замовник; надсилаємо Вам зауваги до стандарту.*

Двокомпонентні пасивні конструкції з дієсловом пасивного стану на *-ся* відрізняються від попередньо розглянутих відсутністю логічного суб'єкта (його вже названо в попередніх реченнях або він узагалі не цікавить мовця): *відповідальність за дотримання правил безпеки покладається на; усі пристрої розробляються відповідно до вимог цього стандарту.* Ці речення лише наголошують на події (що відбулася чи відбудеться) або на дії (що тривала, триває, триватиме). Такі пасивні конструкції також штучні та неприродні. Якщо йдеться про подію, то замість двокомпонентної пасивної конструкції треба вживати дієслівну форму на *-но, -то,*

яка саме передає результативність виконаної дії. Якщо йдеться про дію, то треба вживати неозначено-особове речення: *відповідальність за дотримання правил безпеки покладено на...; усі пристрої розробляють відповідно до вимог цього стандарту.*

Не можна також уживати двокомпонентні й трикомпонентні пасивні конструкції з дієсловом пасивного стану на *-ся* в підрядних частинах, де підметом є займенники *що, який*: *треба враховувати час, що (який) витрачається на ремонт; цей порядок поширюється на всі товари, що (які) ввозяться в Україну.* Замість першої помилкової конструкції треба вжити зворот з пасивним дієприкметником, який виконує роль означення: *треба враховувати час, витрачений на ремонт.* Якщо з якихось причин пасивний дієприкметник не можна утворити, підрядну частину роблять активною: *цей порядок поширюється на всі товари, що їх увозять в Україну.*

У наукових і фахових текстах треба усувати не властиві українській мові пасивні конструкції, замінюючи їх, де це можливо, на активні.

Невластиві українській мові дієприкметникові звороти з діячем в орудному відмінку.

Наведені дієприкметникові звороти: *отримані (ким?) дослідниками результати мали велике наукове значення; зразки випробували за методикою, попередньо розробленою (ким?) науковцями* – мають додаток в орудному відмінку, що відповідає на запитання *ким?* Вони не відповідають нормам української мови. Уникнути помилок можна, замінивши дієприкметникові звороти підрядними частинами: *результати, що їх отримали (хто?) дослідники, мали велике наукове значення; зразки випробували за методикою, яку попередньо розробили (хто?) науковці.* Якщо підрядна частина обтяжує вислів, речення зазвичай можна перебудувати так, щоб у ньому не було ні орудного відмінка діяча, ні підрядної частини: *результати (кого?) дослідників мали велике наукове значення; результати, що їх отримали (хто?) дослідники, мали велике наукове значення.*

Треба уникати невластивих українській мові дієприкметникових зворотів з додатком в орудному відмінку, який позначає діяча і відповідає на питання *ким?*

Проте не є помилкою додаток в орудному відмінку, коли він позначає знаряддя і відповідає на питання чим?

5. Типові помилки під час перекладу наукових текстів українською мовою

Під час перекладу українською мовою наукових текстів неправильно добирають українські еквіваленти загальноживаних лексем російської мови, перекладають дослівно усталені словосполучення, а постійне тиражування одних і тих самих помилок у наукових текстах зумовлює до розхитування мовної норми.

Як свідчить досвід, складним виявляється переклад поширеної у науковому стилі конструкції з фразеологічним сполученням *в качестве кого-то (чего-то)*. Наприклад, словосполучення *в качестве сетевой операционной системы* слід перекласти так: *як мережева операційна система; но чтобы служить в качестве денег, предмет должен пройти одно испытание .../але щоб служити (бути) грошима, предмет повинен пройти одне випробування...*

Для наукового стилю характерна наявність слів, які позначають процесуальні поняття. У цьому зв'язку треба розрізняти назви дій (процесів) і назви наслідків дії (процесу). В українській мові на позначення дій (процесів) зазвичай бажано уживати віддієслівні іменники, утворені від дієслів недоконаного виду за допомогою суфіксів *-ення, -ання, -іння, -иття, -іття, -уття*: *змінювати – змінювання* **далі приклади**.

Віддієслівні іменники, що означають наслідок дії, утворюються переважно від дієслів недоконаного виду, що означають багаторазову дію:

- безсуфіксним способом: *обмінювати – обмін; гнути, згинати – згин*;
- за допомогою додавання **-а, -ина, -ок**: *міняти, змінювати - зміна; колоти, розколювати – розколина; лити, виливати – виливок*;
- за допомогою додавання **-овання**, якщо дієслово має форму, яка закінчується на **-овувати**: *групувати, угрупувати - угрупування; статкувати, устатковувати - устаткування*.

У наукових текстах переклад дієслів залежить від контексту:

рос.

укр.

иногда встречаются ошибки

інколи трапляються помилки

<i>к таким понятиям относятся...</i>	<i>до таких понять належать...</i>
<i>оказать влияние</i>	<i>вплинути</i>
<i>следовать примеру</i>	<i>брати за приклад</i>
<i>следует выполнить</i>	<i>належить виконати</i>
<i>следует отметить</i>	<i>слід зауважити</i>
<i>из теоремы следует</i>	<i>з теорема випливає</i>
<i>сделать возможным</i>	<i>уможливити</i>
<i>сделать невозможным</i>	<i>унеможливити</i>
<i>терминами являются слова ...</i>	<i>термінами є слова...</i>
<i>требуются специальные приемы</i>	<i>необхідні спеціальні заходи</i>
<i>включая пользователей</i>	<i>включно з користувачами</i>
<i>учитывая то что</i>	<i>з огляду на те, що.</i>

Виникають труднощі і під час перекладу конструкцій з активно вживаним дієсловом *является*, яке в українській мові уживається на позначення чогось нереального, містичного (являється, тобто примарюється, згадаймо І. Франка: «Чому являєшся мені у сні?»). У науковому стилі уживаються форми *виявляется*, *є*; але обирати відповідну форму треба, враховуючи значення контексту. Наприклад, конструкція: *Что является Чем* перекладають *Що є Чим* або *Чим є Що*. Якщо ж російське дієслово *являются* уживається зі значенням *обнаруживать*, *проявляют*, воно перекладається за допомоги дієслова *виявляется*, порівняймо:

Основным компонентом ... является знаковая система ... /Основным компонентом ... є знакова система.

У наукових текстах часто вживаються так звані кліше, які структурують текст. Вони мають перекладатися як одне ціле: *в заключение* – на закінчення, *подсумовуючи*; *другими словами* – інакше кажучи; *прежде всего* - насамперед; *с другой стороны* - з іншого боку; *с одной стороны* – з одного боку, *в настоящее время* – зараз, нині, наразі; *в основном* - здебільшого; *в отличие* - на відміну; *в результате* – внаслідок, як наслідок; *в связи с тем что, поскольку* – позаяк, оскільки; *в то же время* - водночас; *в частности* - зокрема; *во многом* – багато в чому; *вместо этого* – натомість; *впрочем* – а втім, зрештою; *как правило* –

зазвичай; накінець – нарешті, зрештою; ні в коєм случає – у жодному разі; по крайній мере – принаймні; при этом используются – водночас використовуються; при анализе - під час аналізу; с помощью – за допомоги; учитываю то что – з огляду на те що.

Під час перекладу прийменникових конструкцій слід звертати увагу на їх значення. Прийменник **по** в українській мові вживається:

1. для передачі просторових відношень: а) *іти по лісу; бігати по березу* (краще – *іти лісом, бігати берегом*); В практике горного дела принято ориентировать линии падения и простирания пласта по сторонам света / У практиці гірничої справи прийнято орієнтувати лінії падіння і простягання пласта по сторонах світу; б) *орудним відмінком без прийменника (якщо вказується напрямом): по компенсаціонному каналу поступаєт сигнал / компенсаційним каналом надходить сигнал*; в) *іти по мосту* (краще *іти через міст*); г) *вдарити по м'ячеві, шкрябати по склу; різьба по дереву*;

2. для передачі рівновеликої кількості: *у кожній групі по двадцять п'ять студентів; кожному студентові по десять підручників*;

3. у стійких конструкціях ділового мовлення: *наказ по університетові, черговий по району*;

4. у деяких прислівникових сполуках: *по честі, по правді, по можливості тощо*.

В інших конструкціях прийменник **по** замінюємо прийменником:

1) *за, на, з* (у значенні згідно з чимось): *по принципу построения /за принципом побудови; по запросу клиента /на запит клієнта; по интересующим их вопросам /з питань, що їх цікавлять; по другому адресу /на іншу адресу*;

2) *за, з, із, через* (у значенні причини, наслідку, деякі інші випадки): *по недоразумению / через непорозуміння; не однородны по составу I не однорідні за складом; доступ по вызову / доступ за викликом*.

Додати

Прийменник **при** - це уживаний і універсальний прийменник російської мови, натомість в українській має набагато вужчу сферу вживання, тому, перекладаючи відповідні прийменникові конструкції, треба бути дуже уважним, бо калькування

російськомовних висловів не тільки позбавляє текст виразності, якої можна досягти вживанням суто українських мовних засобів, а й може змінити зміст цього тексту. Український прийменник *при* має лише такі значення: - *розташування (просторової близькості)*, хоча в багатьох випадках краще вживати й інші прийменники (*біля, поряд, коло тощо*);

- *підпорядкованості або належності, наявності чогось*, обставин, що їх характеризує наявність чогось поряд.

Прийменник *при* не вживають у значенні *під час* (рос. *во время*) наприклад, рос. *при испытании, при изменении, при выполнении, при измерении* тощо треба перекладати *за допомоги, за, під час, коли, для*.

Запам'ятайте!

Залежно від змісту конструкції з прийменником *при* перекладають різними засобами:

під час (рос *во время*),

у разі (*у випадку*) (рос *в случае*),

унаслідок (*у результаті*) (рос *в результате*)

Процес редагування та перевірки можна переділити на такі етапи:

1) ознайомлення з текстом оригіналу та перекладу,

2) звірення тексту перекладу з вихідним текстом це послідовна, ретельна перевірка відповідності кожного слова, кожної фрази перекладу вихідному тексту, єдності використаної термінології, логіки викладу. Цей етап передбачає роботу зі словниками, довідниками, мережею Інтернет, консультації колег та фахівців тієї чи іншої галузі.

3) внесення смислових і стилістичних правок, оформлення тексту відповідно до граматичних, орфографічних, пунктуаційних, синтаксичних норм. виправити помилку недостатньо, адже необхідно узгодити все речення, перевірити його завершеність, не забувати при цьому про індивідуальний стиль перекладача

4) завершальний етап – порівняння попереднього тексту з його новим варіантом, остаточна перевірка тексту.

Важливо пам'ятати, що в піднесенні культури мови надзвичайно велику роль відіграють словники різних типів і призначення, насамперед це словники, у яких подано розгорнуту семантичну, стилістичну й граматичну характеристики вміщеної лексики й фразеології, наведено численні приклади (ілюстрації) слововживання й словосполучення тощо. Перекладні або двомовні словники (передусім іншомовно-українські), крім іншого цінні тим, що вони суттєво допомагають під час добору синонімів, фразеології чи усталених словосполучень рідної мови. Неабияку допомогу можуть надати фразеологічні та синонімічні словники, термінологічні й енциклопедичні, орфографічні та орфоепічні тощо. Двомовній людині розрізнити українські та російські мовні засоби важко: звертання, прийменникові конструкції, слова й словосполучення, що позначають процеси, науково-технічні й управлінські терміни, словосполучення із числівників, усталені вислови наукової мови. Різноманітні словники та довідники дають уявлення про новітні та спеціальні видання, до яких слід звертатися, коли виникають труднощі з перекладом або написанням певного слова (терміна).

ЗМІСТ

Передмова.....	3
Лекція 1. Державна мова – мова професійного спілкування.....	4
Лекція 2. Основи культури української мови.....	21
Лекція 3. Стилi сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні.....	39
Лекція 4. Спілкування як інструмент професійної діяльності.....	52
Лекція 5. Види усного мовлення. мистецтво презентації.....	67
Лекція 6. Культура усного фахового спілкування.....	78
Лекція 7. Форми колективного обговорення професійних проблем.....	95
Лекція 8. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації.....	119
Лекція 9. Етикет службового листування.....	134
Лекція 10. Культура термінотворення та терміновживання.....	145
Лекція 11. Переклад.....	166
