

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Навчально-науковий інститут економіки,
управління та освіти дорослих
Обліково-фінансовий факультет**

Кафедра українознавства

ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Курс лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти ОПП «Готельно-ресторанна справа»
за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа»

**Миколаїв
2022**

УДК 005.57:174
Е88

Друкується за рішенням науково-методичної комісії обліково-фінансового факультету Навчально-наукового інституту економіки, управління та освіти дорослих Миколаївського національного аграрного університету від 20 листопада 2022 р., протокол № 4

Укладачі:

Тетяна Кравченко – канд. філол. наук, доцент кафедри українознавства, Миколаївський національний аграрний університет

Рецензенти:

Інна Радіонова – канд. філол. наук, доцент кафедри української мови та літератури, Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського;

Катерина Тішечкіна – канд. філол. наук, доцент кафедри іноземних мов, Миколаївський національний аграрний університет.

© Миколаївський національний аграрний університет, 2022

Передмова	5
Модуль 1. НОРМАТИВНО-СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ	6
Тема 1. ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ	6
1. Мова і культура мовлення в житті професійного комунікатора.....	6
2. Комунікативні ознаки культури мовлення.....	6
3. Комунікативна професіограма фахівця.....	8
4. Словники у професійному мовленні. Роль словників у підвищенні мовленнєвої культури.....	8
Тема 2. МОВНИЙ ЕТИКЕТ В УКРАЇНІ	12
1. Типи і форми усного спілкування.....	12
2. Мовний етикет: визначення, ознаки, особливості, структура.....	13
3. Мовленнєвий етикет.....	13
4. Стандартні етикетні ситуації, мовні формули.....	13
5. Ключний відмінок. Моделі побудови звертань.....	18
Тема 3. СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ	20
1. Функціональні стилі української мови та сфери їх застосування. Основні ознаки функціональних стилів.	20
2. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів.	23
3. Текст як форма реалізації мовленнєво-професійної діяльності	24
Модуль 2. ПРОФЕСІЙНА КОМУНІКАЦІЯ	27
Тема 1. СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	27
1. Спілкування і комунікація.	27
2. Функції спілкування.....	27
3. Види і форми спілкування.	28
4. Етапи спілкування.	29
5. Невербальні засоби спілкування.....	30
6. Гендерні аспекти спілкування.....	32
7. Поняття ділового спілкування.....	33
Тема 2. РИТОРИКА І МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ	35
1. Публічний виступ як важливий засіб комунікації переконання	35
2. Мистецтво аргументації	37
3. Презентація як різновид публічного мовлення	39
4. Культура сприймання публічного виступу. Види запитань вживання прикметників у професійному мовленні.....	41
Тема 3. КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ	44
1. Особливості усного спілкування.	44
2. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування.	44
3. Функції та види бесід.	45
4. Співбесіда з роботодавцем.	47
5. Етикет телефонної розмови.....	48
6. Етичні питання використання мобільних телефонів.	50
Тема 4. ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ	51
1. Мистецтво перемовин.	51
2. Збори як форма прийняття колективного рішення.....	53
3. Нарада.	53

4. Дискусія.....	58
5. Візитна картка.....	61
Модуль 3. НАУКОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	65
Тема 1. НАУКОВИЙ СТИЛЬ І ЙОГО ЗАСОБИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ	65
1. Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки.....	65
2. Оформлювання результатів наукової діяльності.....	66
2.1. План, тези, конспект як важливий засіб організації розумової праці.....	66
2.2. Основні правила бібліографічного опису джерел, оформлювання покликань....	70
2.3. Анотування і реферування наукових текстів.....	72
2.4. Стаття як самостійний науковий твір.....	75
2.5. Вимоги до виконання та оформлювання курсової, дипломної робіт.....	76
2.6. Рецензія, відгук.....	78
Тема 2. СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ	80
1. Формування і розвиток української термінології.....	80
2. Термінознавство як наука, його основні напрями та проблематика.....	84
3. Лексико-семантична характеристика термінології.....	87
4. Джерела поповнення української термінології.....	89
Тема 3. ПЕРЕКЛАД І РЕДАГУВАННЯ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ	93
1. Суть і види перекладу.....	93
2. Типові помилки під час перекладу наукових текстів українською мовою.....	94
3. Переклад термінів.....	98
4. Особливості редагування наукового тексту.....	98
5. Найпоширеніші синтаксичні помилки у наукових текстах та шляхи їх уникнення.....	99
Рекомендована література.....	103

Передмова

Розбудова незалежної Української держави спонукає до переосмислення фундаментальних складових національної системи освіти: навчально-виховних та науково-методичних засад.

Оновлення сутності навчання є визначальним у реформуванні освіти в Україні й передбачає орієнтування його на сучасні потреби суспільства. Звідси виникає об'єктивна необхідність створення і впровадження в систему професійної освіти нової фахової ділової комунікації, тобто мовної освіти. Вона має забезпечити формування та розвиток комунікативної професійно орієнтованої компетенції особистості, яка здатна зреалізувати свій творчий потенціал на потреби держави. Це можна здійснити під час вивчення навчального курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)».

Одним із пріоритетних завдань модернізації національної освіти є перебудова її згідно з вимогами Болонського процесу. Реформування системи освіти стимулює до пошуку інноваційних підходів у підвищенні рівня підготовки висококваліфікованих фахівців, конкурентоспроможних на сучасному ринку праці. До майбутніх фахівців ставляться високі вимоги, які полягають не лише в досконалих знаннях фаху, а й у високому рівні володіння українською мовою, вільному послуговуванні нею у всіх сферах, особливо в професійній та офіційній. Майбутній ветеринар має оперувати фаховими знаннями та вміннями, а також бути носієм загальнолюдських і культурних цінностей. Реалізація принципів формування мовної особистості ґрунтується на особистісному підході до мовної освіти, в основу концепції якої покладені гуманізація, людиноцентризм, історизм, розумовий і мовленнєвий розвиток, індивідуалізація в процесі навчання. Мова – складова професійної компетентності, показник загальної культури, а тому кожному мовцеві треба дбати про високу культуру мовлення.

Пропонований курс лекцій зорієнтований на формування знань про специфіку усної й писемної форм реалізації наукової української мови з урахуванням спрямованості навчання майбутніх фахівців. Видання містить матеріали, що сприятимуть поліпшенню знань як професійного мовлення, так і з культури спілкування і термінології.

Курс лекцій спрямований на підвищення культури усного мовлення студентів. Володіння рідною мовою – завдання кожного свідомого громадянина, який зобов'язаний у діловому мовленні вміти вільно послуговуватися всім лексичним багатством. Створений теоретичний курс лекцій, побудований за кредитно-модульною системою, запровадження якої сприяє інтенсифікації навчального процесу, стимулює систематичну та самостійну роботу студентів, підвищує об'єктивність оцінювання знань, розвиває здорову конкуренцію між студентами. У посібнику виокремлено три змістові модулі, кожен з яких складається з окремих узагальнювальних теоретичних тем.

Модуль 1. НОРМАТИВНО-СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

План

1. Мова і культура мовлення в житті професійного комунікатора.
2. Комунікативні ознаки культури мовлення.
3. Комунікативна професіограма фахівця.
4. Словники у професійному мовленні. Роль словників у підвищенні мовленнєвої культури.

1. МОВА І КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ В ЖИТТІ ПРОФЕСІЙНОГО КОМУНІКАТОРА

Слово, мова - показники загальної культури людини, її інтелекту, мовної культури. За В. Радчуком, «слово - візитна картка віку, професії, соціального стану» людини.

Мовна культура шліфується і вдосконалюється у процесі спілкування, зокрема під час виконання професійних обов'язків. Вона виявляється у володінні професійною мовою, вмінні висловлюватися правильно, точно, логічно, майстерно послуговуватися комунікативно виправданими мовними засобами залежно від мети і ситуації спілкування. Усі ці критерії регламентує мовознавча наука - культура мови. До якої би сфери не відносилось поняття «культура мови», воно завжди репрезентує три основні аспекти: ортологічний, комунікативний і етичний.

Отже, культура мови - це галузь мовознавства, що кодифікує норми, стандарти репрезентації мовної системи. Вона не лише утверджує норми літературної мови, а й пропагує їх, забезпечуючи стабільність і рівновагу мови.

Правильність мовлення - це базова вимога культури мови, її основа. Чи важливо знати норми української літературної мови особі, щоденною практикою якої є ділове спілкування? На це запитання можна відповісти однозначно: - Так! Адже особа з низьким рівнем мовної культури, яка не вміє висловлювати свої думки, яка припускається помилок під час спілкування, приречена на комунікативні невдачі. Особливо важливо для всіх фахівців оволодіти нормами мови документів і усного ділового спілкування. Нормативний аспект культури мови - один із найважливіших, але не єдиний. Можна, не порушуючи норми української літературної мови, справити негативне враження на співбесідника.

Мова має величезний запас мовних засобів, якими треба послуговуватися, враховуючи ситуацію, сферу спілкування, статусні ознаки співбесідників. Усі ці засоби мають бути мобілізовані на досягнення комунікативної мети. Ці питання передовсім становлять комунікативний аспект культури мови.

Етичний аспект культури мовлення вивчає лінгвістична дисципліна - мовний етикет: типові формули вітання, побажання, запрошення, прощання. Неабияке значення мають і тон розмови, вміння вислухати іншого, вчасно й доречно підтримати тему.

Отже, високу культуру мовлення фахівця визначає досконале володіння літературною мовою, її нормами в процесі мовленнєвої діяльності. Важливе значення для удосконалення культури мовлення має систематичне й цілеспрямоване практикування в мовленні - спілкування рідною мовою із співробітниками, колегами, знайомими, приятелями, оскільки вміння і навички виробляються лише в процесі мовленнєвої діяльності. Культура мовлення - невід'ємна складова загальної культури особистості. Володіння культурою мовлення - важлива умова професійного успіху та фахового зростання.

2. КОМУНІКАТИВНІ ОЗНАКИ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ

Мовленнєва культура особистості великою мірою залежить від її зорієнтованості на основні риси бездоганного, зразкового мовлення. Головними комунікативними

ознаками (критеріями) культури мовлення є: правильність, змістовність, логічність, багатство, точність, виразність, доречність і доцільність.

Правильність - визначальна ознака культури мовлення, яка полягає у відповідності його літературним нормам, що діють у мовній системі (орфоепічним, орфографічним, лексичним, морфологічним, синтаксичним, стилістичним, пунктуаційним, словотвірним).

Змістовність передбачає глибоке усвідомлення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з наявною інформацією з цієї теми, різнобічне та повне розкриття теми, уникнення зайвого.

Змістовність тісно пов'язана з такою ознакою, як лаконічність, яку репрезентує крилатий вислів: «Говоріть так, щоб словам було тісно, а думкам простору».

Важливим критерієм бездоганності мовлення є його послідовність, себто логічність. Щоб виклад думок був послідовним (логічним), насамперед треба скласти план або тези висловлювання, в яких була би внутрішня закономірність, послідовність, вмотивованість, що відповідають законам логіки.

Причини логічних помилок:

- тавтологія: моя автобіографія, захисний імунітет, висловити свою думку;
- поєднання логічно несумісних слів: убивчо щедрий, страшно красивий;
- порушення порядку слів у реченні: Гнів зумовлює біль (чи Біль зумовлює гнів);
- неправильне вживання похідних сполучників української мови: не стільки..., скільки (треба не так..., як); чим..., тим (треба що..., то); у той час як (треба тоді як): 1. Страшні не стільки процеси, скільки провокації (правильно: Не так страшні протести, як провокації.) 2. Чим далі, тим гірше (правильно: Що далі, то гірше?) 3. Уряд України намагається подолати кризу, у той час як його опоненти ускладнюють цю проблему (правильно: Уряд України намагається подолати кризу, тоді як опоненти ускладнюють цю проблему);

- помилкове поєднання дієслівних зв'язок української мови становить і являє собою, утворюючи зв'язку становить собою замість є {становить): Реформа становить собою частину державного процесу (правильно: Реформа є частиною державного процесу. Реформа становить частину державного процесу).

- вживання пасивних конструкцій, до складу яких входять дієслова на -ся, замість активних конструкцій: Президент обирається народом (правильно: Народ обирає Президента).

Можна продовжувати перелік логічних помилок, що виникають внаслідок порушення хронологічної точності, не розмежуванням конкретного і абстрактного понять, розширенням і звуженням понять, недоречним вибором синтаксичних конструкцій тощо. Більшість таких помилок мають логічне підґрунтя, тому мову треба вивчати впродовж усього життя. Логічність мовлення перебуває в тісному зв'язку з точністю.

Точність великою мірою залежить від глибини знань та ерудиції особистості, а також від активного словникового запасу. Висловлюючи власні думки, слід добирати слова, які найбільше відповідають змісту, зокрема варто користуватися словником синонімів, тлумачним словником тощо.

Отже, точність - «це уважне ставлення до мови, правильний вибір слова, добре знання відтінків значень слів-синонімів, правильне вживання фразеологізмів, крилатих висловів, чіткість синтаксичносемантичних зв'язків між членами речень».

Багатство мовлення передбачає послуговування найрізноманітнішими мовними засобами висловлення думки у межах відповідного стилю. Лексичні, фразеологічні, словотворчі, граматичні, стилістичні ресурси мови є джерелом багатства, різноманітності мовлення.

Якомога повніше треба використовувати емоційно-образну лексику, стійкі вислови, урізноманітнювати своє мовлення синонімами, фразеологізмами. Виразність

мовлення досягається виокремленням найважливіших місць свого висловлювання, розкриттям власного ставлення до предмета мовлення. З цією метою треба застосовувати виражальні засоби звукового мовлення: логічний наголос, паузи, дикцію, інтонаційну виразність та технічні чинники виразності: дихання, темп, міміку, жести.

Доречність і доцільність залежить передовсім від того, наскільки повно і глибоко людина оцінює ситуацію спілкування, інтереси, стан, настрій адресата. А ще треба уникати того, що могло б уразити, викликати роздратування у співбесідника, вказувати на помилки співбесідника в тактовній формі.

Усі названі комунікативні ознаки (критерії) культури мовлення тісно пов'язані між собою, і засвоювати їх треба в цілому. Висока культура мовлення - суттєвий показник загальної культури і її велика перспектива. З неї починається кар'єрне зростання особистості.

3. КОМУНІКАТИВНА ПРОФЕСІОГРАМА ФАХІВЦЯ

Важливою складовою діяльності будь-якого фахівця є комунікативна компетенція, яка належить до ключових професійних характеристик. Вона містить три основні компоненти: робота з документами, вміння вести міжособистісний і соціальний діалог, виступати публічно.

З огляду на це можна виокремити низку характеристик, які репрезентуватимуть професійний портрет фахівця:

- уміння формувати мету і завдання професійного спілкування; ^ аналізувати предмет спілкування, організувати обговорення; ^ керувати спілкуванням, регламентуючи його;
- послуговуватися етикетними засобами для досягнення комунікативної мети;
- уміти проводити бесіду, співбесіду, дискусію, діалог, дебати, перемовини тощо;
- уміти користуватися різними тактиками для реалізації вибраної стратегії;
- уміти аналізувати конфлікти, кризові ситуації і вирішувати їх;
- уміти доводити, обґрунтовувати, вмотивувати, аргументувати, спростовувати, заперечувати, відхиляти, оцінювати;
- уміти перефразувати, тезово висловлюватися, володіти навичками вербалізації;
- уміти трансформувати усну інформацію в письмову і навпаки;
- володіти основними жанрами ділового спілкування (службові листи, факсові повідомлення, контракт, телефонна розмова, ділова бесіда, перемови, нарада тощо);
- бути бездоганно грамотним, реалізуючи як письмову, так і усну форми української літературної мови; ^ володіти технікою спілкування;
- уміти адекватно послуговуватися тропами та риторичними фігурами;
- уміти використовувати «слово» для коректування поведінки співбесідника.

Це лише частина професійних навичок, без яких не може бути справжнього фахівця. Мати здібності розмовляти так, щоб тебе розуміли правильно інші, слухати і розуміти інших, уміти впливати на рішення співбесідника, ненав'язливо переконувати, створювати атмосферу довіри та взаєморозуміння - вельми важливі атрибути комунікативної професіограми.

4. СЛОВНИКИ У ПРОФЕСІЙНОМУ МОВЛЕННІ. ТИПИ СЛОВНИКІВ. РОЛЬ СЛОВНИКІВ У ПІДВИЩЕННІ МОВЛЕННЄВОЇ КУЛЬТУРИ

У! Максима Рильського є вірш «Мова» в якому читаємо:

Не бійтесь заглядати у словник:

Це пишний яр, а не сумне провалля;

Збирайте, як розумний садівник,

Достиглий овоч у Грінченка й Доля,

Не майте гніву до моїх порад

І не лінуйтеся доглядать свій сад.

До цих порад треба дослухатися всім, хто хоче підвищити особисту культуру мовлення через засвоєння якомога більшої частини загальнонародного словника літературної мови.

У сучасній українській літературній мові є розділ мовознавства, що розробляє теорію укладання словників. Отже, предметом лексикографії є збирання слів тієї чи іншої мови, систематизація їх, опис словникового матеріалу. Залежно від призначення словники переділяються на два типи: енциклопедичні й лінгвістичні.

Енциклопедичні словники подають стислу характеристику предметів, явищ, історичних подій, видатних політичних діячів, провідних вчених, діячів культури, різних понять, що позначаються тими чи іншими словами. Вони вносять до реєстру здебільшого тільки іменники та іменникові словосполучення, не дають власне мовних ознак реєстрових слів, широко наводять власні назви. З-поміж енциклопедичних словників виділяють загальні, що розраховані на подання найширшої інформації, і спеціальні (галузеві) енциклопедії (медична, сільськогосподарська, педагогіка кібернетики тощо). Прикладами загальних енциклопедій є найбільша за обсягом сімнадцятитомна Українська Радянська Енциклопедія (УРЕ), видана протягом 1959-1965 рр. Друге дванадцятитомне видання згаданої енциклопедії вийшло українською і російською мовами у 1974-1985 рр. Таким є Український Радянський Енциклопедичний словник у трьох томах, що виходив двома виданнями - у 1966-1968 рр. та 1985-1987 рр. Важливу роль виконують галузеві (спеціальні) енциклопедичні словники, що систематизують знання певної галузі науки, техніки, наприклад: «Енциклопедія кібернетики» в 2-х томах, видана Головною редакцією УРЕ 1973 р.; «Українська мова». Енциклопедія (2000,2004) - перше видання, в якому на основі досягнення сучасного мовознавства в досить повній, систематизованій і водночас стислій та доступній формі подано відомості про українську мову та українське мовознавство.

У лінгвістичних словниках по-різному пояснюються слова: з погляду властивого їм лексичного значення, походження, правопису, наголошування тощо.

Лінгвістичні словники можуть бути одномовними, двомовними, багатомовними. Двомовні чи багатомовні - це перекладні словники. У них подано переклад слів з однієї мови на іншу. Найповнішими двомовними (їх переважна більшість) належать: «Русско-украинский словарь» у 3-ох томах (1968), в якому перекладено українською мовою близько 120 тисяч російських слів; «Українсько-російський словник» у 6-й томах; «Українсько-російський словник» (Уклад.: Г. П. їжакевич та інші, 1999); «Російсько-український словник мовлення ділового мовлення» С.В. Шевчук (3-є вид.- 2010); «Русско-украинский словарь» Д.І. Ганича, І. С Олійника (1976, для потреб середньої школи); «Польськоукраїнський словник» за ред. Л. Л. Гумецької (1958,1960); «Українськоанглійський словник» Ю. С. Жлуктенка, 2-е вид. (1987) та інші.

Основним типом лінгвістичних словників є одномовні, в яких у певному аспекті розкриваються особливості слів. Вони поділяються на окремі різновиди словників: тлумачні, орфоепічні, орфографічні, етимологічні, історичні, словники іншомовних слів, термінологічні, фразеологічні, частотні, інверсійні, словники мови окремих письменників, словники конкретних лексичних груп (антонімів, синонімів, паронімів, омонімів, перифраз), словотвірні, морфемні тощо.

Вершиною словникарства є тлумачні словники, які достатньо повно подають лексико-фразеологічний склад мови з поясненням прямого й переносного значення, граматичних та стилістичних особливостей, наводять зразки вживання слова. Першим і найповнішим тлумачним словником української мови є одинадцятитомний «Словник української мови» (1970-1980 рр.), реєстр якого містить понад 135 тисяч слів. Його укладено науковими співробітниками Інституту мовознавства імені О. Потебні АН України. У 2001 році вийшов «Великий тлумачний словник сучасної української мови»

(укладач і головний редактор В.Т. Бусел), що містить близько 170 тисяч слів та словосполучень, зокрема й ті, що увійшли в українську літературну мову протягом останнього десятиліття. У ньому об'єднано академічну повноту мовної лексики з лаконічною формою однотомного видання. Спеціально для учнів видано «Короткий тлумачний словник української мови» (1978) за редакцією Л. Л. Гумецької.

Етимологічні словники тлумачать походження слів, їхні найдавніші корені, зміни в їх будові, а також розвиток значень слів. Саме таким в українській мові має бути семитомний «Етимологічний словник української мови», п'ять томів якого уже вийшли (Т. 1-1983; Т. 2-1985; Т. 3-1989; Т. 4-2003, Т. 5-2006.).

Орфографічні словники подають нормативне написання слів і їх граматичних форм відповідно до чинного правопису. Найновішим в українській лексикографії є «Орфографічний словник української мови» С. Головащука, М. Пещак, В. Русанівського, О. Тараненка (близько 120 тисяч слів), створений на основі 4-го видання «Українського правопису» (К., 1993). Цей словник відображає сучасний стан розвитку всіх сфер літературної мови, фіксуючи й найновіші запозичення. У 2003 році вийшов «Великий зведений орфографічний словник української лексики» (Укладач і головний редактор В. Т. Бусел), що враховує лексичний матеріал, представлений у майже всіх орфографічних, тлумачних, енциклопедичних, термінологічних, фахових, галузевих словниках, виданих в Україні у другій половині ХХ - у перші роки ХХІ століть.

В останні десятиліття з'являються видання спеціалізованих орфографічних довідників, розрахованих на задоволення професійних потреб певних категорій працівників: «Довідник з українського правопису» А. Бурячка, Л. Паламарчука, В. Русанівського, Н. Тоцької (1964, 3-є вид.-1984), «Словник-довідник з правопису» (1979), «Словник-довідник з правопису та слововживання» (1989) С. Головащука. Видано кілька Орфографічних словників, спеціально призначених для учнів: «Орфографічний словник для 4-10 класів» (1981, 8-е вид.- 1990), «Орфографічний словник. Посібник для учнів початкових класів середньої школи» М. Ф. Стефанцева.

Орфоепічні словники фіксують основні норми літературної вимови. Вимову, відмінну від написання, у словниках подано фонетичною транскрипцією. Такими в українській мові є словник-довідник «Українська літературна вимова і наголос» (1973, укладачі І. Вихованець, 74 Роль словників С. Єрмоленко, Н. Сологуб, Г. Щербатюк), «Орфоепічний словник» М. Погрібного (1984).

Словники іншомовних слів подають пояснення слів, запозичених з інших мов. У цих словниках переважно зазначається джерело запозичення, тобто мова, з якої або через яку слово прийшло, та розкривається його значення. Найдосконалішим і найповнішим в українській лексикографії є «Словник іншомовних слів» за редакцією О. Мельничука (1974; вид.2-е випр. І доп., 1986), що містить близько 25 тисяч слів.

Історичні словники - це словники, в яких пояснюються слова, зафіксовані писемними пам'ятками. Фундаментальною працею української лексикографії є «Словник староукраїнської мови ХІУ-ХУ ст.» (Т. 1-2) за редакцією Л. Гумецької, що вийшов друком у 1977-1978 рр. Фразеологічні словники подають стійкі сполучення слів. Вони можуть бути перекладні (двомовні) й тлумачні (одномовні).

Найбільший інтерес становлять тлумачні фразеологічні словники, в яких кожна фразеологічна одиниця супроводжується тлумаченням. Першими такими словниками стали короткий «Фразеологічний словник» Н. Батюка (1966); «Словник українських ідіом» Г. Удовиченка (1968). Ґрунтовним виданням є «Фразеологічний словник української мови» (т. 1-2, 1984). Найповніше українська фразеологія представлена у двотомному «Фразеологічному словнику української мови» (1993), який охоплює близько 10 тисяч одиниць.

Термінологічні словники - різновид лінгвістичних словників, що подають значення термінів певної галузі знань. Українська мова має термінологічні словники з багатьох галузей: біології, медицини, математики, літературознавства, мовознавства, геології, спорту тощо. Ці словники є одномовними, двомовними чи багатомовними, наприклад: «Словник лінгвістичних термінів» Д.І. Ганича, С. Олійника (1985), «Словник гідронімів України» (А. П. Непокупний, О. С. Стрижак, 1979); «Російсько-український словник наукової термінології. Суспільні науки» (1994)» «Російсько - українсько-англійський словник правничої термінології. Труднощі терміновживання» (1994).

Інші типи словників. Крім названих, в українській лексикографії є й інші типи словників:

1. Діалектні словники подають значення і межі поширення лексики територіальних діалектів. Найбільше таких словників видано в середині ХХ століття: Москаленко А. А. Словник діалектизмів українських говірок Одеської області (1958); Ващенко В. С. Слов75 1.2. Основи культури української мови ник полтавських говірок (1960); Лисенко П. С. Словник поліських говірок (1974) тощо.

2. Словники мови письменників фіксують лексичний склад творів певного письменника. Найповнішим зібранням лексики творів Т. Шевченка є двотомний «Словник мови Т. Шевченка» за ред. В. С. Ващенка (1964). Створено також «Словник мови творів Г. Квітки - Основ'яненка» (т. 1-3, 1978-1979 рр.).

3. Словники власних імен, прізвищ, наприклад: Трійняк 1.1. Словник українських імен (2005); Редько Ю. К. Довідник українських прізвищ (1986).

4. Морфемні словники, в яких розглядається будова слова. До них належать двотомний словник - довідник І. Т. Яценка «Морфемний аналіз» (1980, 1981) і «Морфемний словник» Л. М. Полюги (1983).

5. Частотні словники, в яких вказано на частотність вживання кожного слова реєстру, наприклад: «Частотний словник сучасної української художньої прози» у двох томах (1981).

6. Словники-довідники з культури мови найчастіше містять лексичні, морфологічні та інші норми української літературної мови, подають труднощі слововживання. Деякі з них видані у формі посібника, а не словника, в них подано широкі коментарі, наприклад: Чак Є. Д. Складні випадки вживання слів (1984); Антонечко-Давидович Б. Як ми говоримо (1991); Культура української мови: Довідник/За ред. В.М. Русанівського (1990); Словник-довідник труднощів української мови/За ред. С. Я. Єрмоленко (1992); Головащук СІ. Українське літературне слововживання: Словник-довідник (1998); Гринчишин Д., Капелюшний А., Сербенська О., Терлак З. Словник-довідник з культури української мови (1996); Лесюк М. Словник русизмів у сучасній українській мові (неунормована лексика) (1993).

Звичайно, цей перелік не вичерпує усього багатства української лексикографії. Широко послуговуються й іншими лінгвістичними словниками, зокрема словниками синонімів, омонімів, паронімів. Користуючись словником, ви підвищите свою фахову культуру мовлення, зокрема оволодієте правилами правопису, вимови, наголошення, семантично точно і стилістично доречно виберете слово з граматично й стилістично правильною його сполучуваністю. Адже до порушення може призвести змішування близьких за сферою вжитку, але не цілком семантично тотожних слів, які, звичайно, розрізняються своїми синтаксичними зв'язками (синонімів), близьких за формою і сферою вживання, проте різних за творенням і змістом слів (паронімів), уживання в певній мовній ситуації слів чи словосполучень іншого функціонального стилю, нерозуміння лексичного значення слів тощо. Саме ці проблеми можна вирішити за допомоги словників.

МОВНИЙ ЕТИКЕТ В УКРАЇНІ

Етикет – це розум для тих, хто його не має.
Вольтер

1. Типи і форми усного спілкування.
2. Мовний етикет: визначення, ознаки, особливості, структура.
3. Мовленнєвий етикет.
4. Стандартні етикетні ситуації, мовні формули.
5. Ключний відмінок. Моделі побудови звертань

1. ТИПИ І ФОРМИ УСНОГО СПІЛКУВАННЯ

Основою людських взаємин є спілкування.

Спілкування – це діяльність людини, під час якої відбувається цілеспрямований процес інформаційного обміну. Отже, під час спілкування найперше враховуються особливості мовного етикету. Термін «етикет» (франц. *etiquette* – встановлений порядок і форми обходження при дворах) виник у Франції у XVII ст. Походить це слово від старофранцузького *estiquer* – прикріплювати. На одному з вишуканих, величних прийомів у короля Людовіка XIV гості одержали картки (етикетки) зі зводом правил поведінки в конкретних церемоніях. Це встановлений порядок дій, сукупність правил чесності і норм, які регламентують зовнішню культуру людських відносин. Це конкретно-практичний аспект етики, що виражається у визначених правилах поведінки людини за певних обставин та ситуацій. Відступ від правил етикету сприймається членами суспільства як відступ від його норм.

У сучасному житті більшості людей доводиться виконувати безліч соціальних ролей і потрапляти в різні ситуації спілкування. Ці ситуації складають певну систему, в якій можна виділити такі типи спілкування.

1. Анонімне спілкування, тобто стосунки між незнайомими людьми, тимчасові контакти, які не передбачають подальшого знайомства. Таке спілкування спостерігається на вулиці, в транспорті, у громадських місцях.

2. Функціональне спілкування, тобто відносини, пов'язані з діяльністю людей.

3. Неформальне спілкування, тобто взаємини в різноманітних колективах за інтересами (спортивні секції, різноманітні товариства і т. п.), взаємини між друзями, приятелями, знайомими, сусідами та ін.

4. Інтимно-сімейне спілкування, тобто стосунки між подружжям, батьками та дітьми, родичами.

2. МОВНИЙ ЕТИКЕТ

Мовний етикет позначений рисами національної самобутності, він пов'язаний з традиціями кожного народу, його історією, культурою, ментальністю. Мовний етикет – це сукупність правил мовної поведінки, які репрезентуються в мікросистемі національно специфічних стійких формул і виразів у ситуаціях установавання контакту зі співбесідником, підтримки спілкування в доброзичливій тональності. Такі засоби ввічливості спрямовано на вираження поваги до співрозмовника та дотримання власної гідності. Вони є органічною частиною культури спілкувальних взаємин і соціальної культури. Мовний етикет – це сукупність мовних засобів, які регулюють нашу поведінку в процесі мовлення.

Дотримання мовного етикету людьми будь-яких професій має ще й виховне значення, оскільки сприяє підвищенню як мовної, так і загальної культури суспільства. Але найбільш важливим є те, що неухильне, ретельне дотримання правил мовного етикету членами колективу навчального закладу, підприємства тощо підтримує позитивний імідж, престиж усієї установи.

3. МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ

Мовленнєвий етикет – реалізація мовного етикету в конкретних актах спілкування, вибір мовних засобів вираження. Мовленнєвий етикет – поняття ширше, ніж мовний етикет і має індивідуальний характер. Мовець вибирає із системи словесних формул найбільш потрібну, зважаючи на її цінність. Якщо ми під час розповіді зловживаємо професіоналізмами, термінами і нас не розуміють слухачі, то це порушення мовленнєвого етикету, а не мовного. Реалізація мовного етикету в мовленні (комунікативна поведінка) завжди несе інформацію про мовця – його знання, уміння, уподобання тощо. Тому суть мовленнєвого етикету можна узагальнити у такий афоризм: «людина – це стиль».

4. СТАНДАРТНІ МОВНІ ФОРМУЛИ. ЕТИКЕТНІ СИТУАЦІЇ

Відомо, що спілкування можливе за наявності: мовця, адресата; мети і теми мовленнєвої діяльності. Схематично мовленнєву ситуація 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).

Різні мови світу виробили спеціальні (лексичні, морфологічні, синтаксичні) засоби вираження ввічливості, спеціальні етикетні мовленнєві формули, що, власне, і становлять мовленнєвий етикет. Це насамперед такі усталені мовленнєві формули, що вживаються для зав'язування контакту між комунікантами – формули вітань і звертань, для підтримання контакту – формули вибачення, прохання, подяки тощо, для припинення контакту – формули прощання, побажання, тобто власне етикетні мовленнєві формули. Сам же мовленнєвий етикет, крім цих формул, включає ще й соціально-мовні символи етикетного рівня, напр., етикетні форми заперечення (незгоди) і ствердження (згоди), форми питань, що використовуються в певних соціально-культурних групах.

У європейському культурному ареалі виділяють п'ять тональностей спілкування: високу, нейтральну, звичайну, фамільярну (дружню), вульгарну.

За умовами і змістом мовленнєвої ситуації (або ситуації спілкування) розрізняють 15 різновидів мовленнєвого етикету: 1) вітання; 2) скарга; 3) звертання, привертання уваги; 4) втішання; 5) знайомство; 6) комплімент; 7) запрошення; 8) несхвалення; 9) прохання, порада, пропозиція; 10) поздоровлення; 11) погодження; 12) подяка; 13) вибачення; 14) прощання; 15) незгода, відмова.

Дякувати означає «висловлювати, виражати подяку, бути вдячним за щось»; бути вдячним – це відчувати «вдячність до кого-, чого-небудь; виражати вдячність». За народною мораллю, невдячність сприймалась як невихованість, черствість і завжди осуджувалась, дарма існує стійкий вираз «чорна невдячність», який означає: «зло замість вдячності за зроблене добро». Вважається, що дякування – одна з тих дій в житті людини, яку можна виконати лише за допомогою мови, спеціально витворених для цього висловів.

В українській мові найбільш уживаними, стилістично нейтральними висловами подяки є: дякую і спасибі, які можуть мати при собі слова, що посилюють вираження вдячності: дуже, сердечне, широко, красно сердечно, широко та ін.

Слід зазначити, що народним етикетом передбачаються репліки-відповіді на подяку, їх вибір залежить від того, за що дякується. Однак здебільшого поширена відповідь на подяку – прощу і будь ласка.

В умовах піднесеної тональності спілкування, в офіційних ситуаціях слова подяки можуть уживатися із дієслівною формою дозвольте: дозвольте подякувати вам за...

Формули подяки: Спасибі! Дякую! Прийміть мою найсердечнішу (найщирішу) подяку! Не знаю, як і дякувати вам (тобі)!

Вибачати – «просити вибачення, усвідомлюючи свою провину», вибачити ж – «виявляти поблажливість, прощати провину». Отже, ситуація вибачення – передусім усвідомлення своєї вини і намагання її спокутувати за допомогою спеціальних висловів.

Вибачення завжди супроводжується проханням, навіть якщо виражене лише інтонаційно, без слів.

Найбільш уживаним і стилістично нейтральним є вибачте (вибач, вибачай, вибачайте), використовуване в ситуації невеликої провини:

У західних областях України поширені вибачальні вислови перепрошую, за перепрошенням, які є кальками з польських пшепрашам і за пшепрошенням.

Вислови вибачення: Вибачте, пробачте, даруйте, прошу вибачення, я дуже жалкую, мені дуже шкода, прийміть мої вибачення, винуватий (-а), приношу свої вибачення, перепрошую, не гнівайтесь на мене, я не можу не вибачитись перед Вами; якщо можеш, вибач мені; не сердься на мене; вибач (-те), будь ласка; дозвольте просити вибачення, я не можу не просити у Вас пробачення...

Особливе місце серед увічливих виразів належить висловам привернення уваги. Як правило, вони використовуються у ситуації вибачення, прохання, запрошення. В українській мові до них відносять такі мовні одиниці: будь ласка; коли (як, якщо) буде (твоя, ваша і т. ін.) ласка; з ласки вашої (твоєї); будь ласкавий; будь ласкав; будьте ласкаві; будьте люб'язні. Характерною ознакою цих висловів є те, що до них належать слова з коренем ласк і люб. Іменник ласка означає доброзичливе, привітне ставлення до когонебудь; одне із значень прикметника ласкавий – те, що у ньому «виявляється доброзичливість, привітність». Синонімічний прикметник люб'язний вживається зі значенням «уважний», привітний до когонебудь». Отже, ввічливими виразами ми засвідчуємо доброзичливе, привітне ставлення до співрозмовника, що лежить в основі етикетного спілкування.

Вислови будь ласка, коли (як, якщо) твоя ласка використовуються при чемному проханні, запрошуванні, в ситуації вибачення.

У цілому, щоб привернути до себе увагу особи, необхідно:

спочатку звернутися до неї із словами вибачення (прошу вибачення; перепрошую; будь ласка, пробачте; прошу пробачити);

коли особа виявить увагу поглядом, мімікою, реплікою, продовжити розмову (Скажіть, будь ласка; Дозвольте запитати; Чи можна на хвилинку зайняти Вашу увагу?; Чи можна Вас запитати?; Чи дозволите на хвилинку відірвати Вас від справ?);

репліки – відповіді адресата: Я Вас слухаю; Я до Ваших послуг; Чим можу Вам допомогти; Прошу;

якщо таких реплік не було чи вони мали відмовний характер (даруйте, не можу Вам допомогти; на жаль (вибачте), я зайнятий), потрібно перепросити і відійти.

Упродовж століть наш народ використовував дві основні форми звертання. Добродію, добродійко – специфічно українське шанобливо ввічливе звертання як до знайомого, так і до незнайомого. Звертання добродію (добродійко) вживалися самостійно і в поєднанні з етикетними означеннями: шановний (-а), ласкавий (-а), високошановний (-а), вельмишановний (-а), високоповажний (-а), та з іменем по батькові.

Шанобливо ввічливі форми звертання пане, пані, панове поширилися в українській мові під впливом польської, цим і пояснюється те, що вживання їх переважає в західних областях України. Етикетні звертання пане (пані, панове) можуть уживатися самостійно або в поєднанні з іменем, прізвиськом, назвою особи за фахом чи родом діяльності тощо.

Звертаючись до незнайомої людини, слід дотримувати такої послідовності стандартних фраз:

1. Вітання (доброго ранку; добрий день/вечір);
2. Вибачення і прохання (вибачте, що затримую Вас; скажіть, будь ласка; будьте ласкаві, скажіть; чи не могли б Ви сказати);
3. Подяка (широ (сердечно) дякую Вам за...; широко вдячний за...);
4. Вибачення (пробачте, що затримав Вас; даруйте, ще завдав Вам клопоту);

5. Прощання (до побачення; будьте здорові; усього Вас найкращого; хай щастить).

Слід пам'ятати, що звертання і вітання є тими елементами мовного етикету, які передусім сигналізують про соціальні відношення, що встановлюються в рамках комунікативного акту. Тому головним чинником, який впливає на вибір того чи іншого звертання, є соціальний статус комунікантів, ситуація спілкування.

Так, на урочистих зборах промовець, звертаючись до аудиторії, вживе звертання «Пані та панове!» з атрибутами шановні, вельмишановні, високоповажані або без них. Похідне від цих слів – слово-звертання: Панство! (шановне, дороге, любе...).

У системі дипломатичного етикету до офіційних представників чи громадян інших країн звертаємося, вживаючи слово пан (панове).

Однією з форм звернення до незнайомої людини в сучасній українській мові є слово громадянин (громадянка, громадяни). Проте сфера його функціонування вузька – правовий, юридичний контекст.

Неважко помітити, що змістом вітань є добрі побажання. Фактично формули вітань є усіченими формами побажальних конструкцій: (Я бажаю вам) доброго ранку! Доброго вечора! Доброї ночі!

Про тісний зв'язок названих формул (вітань і побажань) свідчить і той факт, що формули-побажання становлять тісну діалогічну єдність із формулами-вітаннями. Так, досить часто у відповідь на привітання Доброго ранку (дня), (вечора)! звучить Доброго здоров'я!

Етикетні одиниці, якими виражається вітання: Добрий ранок! Доброго ранку! Добрий день! Доброго дня! Добридень! Добрий вечір! Здрастуйте! Здоров був! Здоровенькі були! Доброго здоров'я! Моє шанування! Вітаю Вас! Радий (-а) вітати Вас! Скільки літ, скільки зим! Яким вітром? Салют! Радий (рада) вас (тебе) бачити (вітати)!

ПОРАДИ:

1. Вітаючись, добирайте ту вітальну формулу, яка підходить для даної ситуації.
2. Вітаючись, привітно посміхайтесь. Дивіться людині у вічі.
3. Вітаючись, не тримайте руки в кишенях. Зніміть рукавички (у рукавичках може дозволити собі вітатися лише жінка).
4. Якщо ви молодший, вітайтеся першим.
5. Якщо ви кудись зайшли (до установи, до квартири чи хати друзів), вітайтеся першим (першою).
6. Жінку має вітати чоловік (руку для вітання першою подає жінка).
7. Підлеглий має привітати свого керівника (а руку може подати першим керівник).
8. Незалежно від віку, статі, посади тощо першим (першою) вітається той (та), хто заходить до кімнати (кабінету).
9. Ідучи в гості, не забудьте, що першою маєте привітати господиню, потім господаря, потім гостей (у тому порядку, як вони сидять).

Конструкції побажальної модальності: Будь(-те) щасливий (-а, і)! Щасливої дороги! Успіхів тобі (Вам)! Хай щастить! Зичу радості (гараздів, успіхів)! З роси і води!

Формули привітань з певної нагоди: Поздоровляю з Вітаю (Вас, тебе) з Прийми (-іть) поздоровлення (привітання) з 3 Новим роком! З днем народження! Щасливих Вам свят! Дозвольте вітати Вас від імені... Наше щире вітання...

Знайомство – встановлення контакту між людьми із повідомленням ними чи про них комунікативного мінімуму інформації, необхідної для спілкування.

Такий інформаційний мінімум становить: ім'я чи ім'я і прізвище; ім'я і по батькові; всі три компоненти.

Залежно від ситуації спілкування та статусних знак партнера можна назвати: фах комуніканта, посаду, заклад навчання / місце роботи, місце проживання, позапрофесійні інтереси.

Мовні формули знайомства можна розподілити на дві групи	
знайомство без посередника	знайомство з посередником
будьмо знайомі	дозвольте представити
я хочу (хотів би) з Вами	(відрекомендувати) Вам
познайомитися	дозвольте познайомити Вас із...
Ви не проти, щоб ми	познайомтеся, будь ласка, це ...
познайомилися?	знайомтесь ...
чому б нам не познайомитися?	я хочу представити тобі (Вам) ...
дозвольте відрекомендуватися! (моє	дозволь(-те) представити
ім'я... мене звати... я – ...)	(познайомити, рекомендувати) ...
	рекомендую ...
	маю честь представити
	(рекомендувати)

Відповіддю можуть стати такі фрази:
 дуже приємно, я вже чув про Вас, мені приємно з Вами познайомитися, я радий знайомству з Вами

Прощання – слова, які вимовляються перед розлукою, розставанням.

Важливо пам'ятати, що власне слово прощай(те) використовується тоді, коли прощаються із тим, хто відходить у вічність. За українським звичаєм, після слова прощай! говорять: хай тобі буде земля пером!

Формули із значенням прощання: Прощайте! Прощавайте! До зустрічі! До побачення! Щасливо! Дозвольте попрощатись! Бувай (бувайте) здорові! Дозвольте відкланятись! На добраніч! Щасливої дороги! Будь щасливий (-а, -і)! Я з Вами не прощаюсь! Ми ще побачимось! Ми ще зустрінемося!

Прощальним фразам можуть передувати такі: уже пізно; шкода (жаль), але я мушу йти; дякую (тобі, Вам) за зустріч; не можу (тебе, Вас) довше затримувати.

Інші етикетні формули можна представити відповідно до тематики комунікативної ситуації.

Мовленнєві одиниці, що супроводжують прохання: Будь ласка, будьте ласкаві, будьте люб'язні, прошу Вас, чи не змогли б Ви чи можу я попрохати Вас..., маю до Вас прохання..., чи можу звернутися до Вас із проханням..., дозвольте Вас попросити..., якщо Ваша ласка..., ласкаво просимо..., якщо Вам не важко..., не відмовте, будь ласка, у проханні..., можливо, Ви мені допоможете...

Згода, підтвердження: Згоден, я не заперечую, домовилися, Ви маєте рацію, це справді так, авжеж, звичайно, певна річ, так, напевно, обов'язково, безперечно, безсумнівно, безумовно, ми в цьому впевнені, будь ласка (прошу), гаразд (добре), з приємністю (із задоволенням)...

Відмова: на жаль, ніяк не можу погодитися; шкода, але про це не може бути й мови; даруй(те), але я змушений тобі (Вам) відмовити; дуже шкода, але я не погоджуюсь; перепрошую, мені треба подумати (мушу порадитися, я маю спочатку це обміркувати).

Заперечення: Ні; ні, це не так; нас це не влаштовує; я не згодний (згоден); це не точно; неможна; 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...

Розрада: не переживай(те); не хвилюйся(теся); заспокойся (тесть); не журися (іться); опануйте себе; не бери (іть) це так близько до серця; викинь(те) це з голови; не думай(те) про це; не звертай(те) на це уваги; сподівайся(теся) на краще; не варто про це думати; всяке буває; це не твоя (Ваша) провина;

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 перейнялася Вашим болем (горем, тривогою); я співпереживаю (Вашу втрату, Вашу тривогу); треба триматися, людина сильна; не впадайте у відчай (час усе розставить на місця, час вилікує, загоїть рану, втамує біль)...

Пропозиція, порада: 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.

Схвалення: ти (Ви) правильно вчинив(ли) (сказав, виступив); правильний (розумний, доречний) вчинок; ти (Ви) прийняв(ли) вдале (розумне, продумане) рішення.

Зауваження, докір: я змушений зробити тобі (Вам) зауваження; ти (Ви) не зовсім добре вчинив(ли) (зробив(ли), сказав(ли)); тобі (Вам) так робити (говорити) не личить; на мою думку, цей вчинок не робить тобі (Вам) честі; твій вчинок виходить за межі етичних норм.

Висловлення власного погляду: на мій погляд; на мою думку; на моє переконання; я (глибоко) переконаний, що ...; я думаю, що ...; наскільки я розумію ...; я хочу (хотів би) підкреслити, що ...; як на мене, то...; мушу зауважити, що ...; такою є моя думка.

Отже, кожна із ситуативно-тематичних груп становить синонімічний ряд етикетних одиниць, які різняться за семантичними і стилістичними ознаками. Наявність синонімічних рядів обумовлює можливість вибору одиниці в комунікативному акті, оскільки особистість характеризується не лише тим, що вона робить, але й тим, як вона це робить. Вибір етикетних одиниць ко-мунікантами передусім залежить від таких визначальних екстралінгвістичних факторів, як:

1. Соціальна роль;
2. Вік;
3. Місце проживання;
4. Стать;
5. Культурно-освітній рівень адресата й адресанта, соціальна дистанція між ними;
6. Характер ситуації спілкування;
7. Специфіка взаємин між комунікантами;
8. Меншою мірою вибір потрібної етикетної одиниці зумовлений особистісними характеристиками мовця, його психологічними установками (наприклад, схильність до руйнування мовленнєвого шаблону, намагання виявити свою індивідуальність у ситуаціях-стереотипах).

ПОРАДИ:

- Завжди контролюйте себе що – кому – чому – про що – де – коли ви говорите.
- Дотримуйте правил мовного етикету.
- Засвідчуйте свою вихованість, шану і уважність до співрозмовника, привітність, приязнь, прихильність, доброзичливість, делікатність.

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-: добридень, добривечір, добрий ранок, добридосвіток, на все добре, добродію; здоров був, здорові були, доброго здоров'я, дай Боже здоров'я, здрастуй(-те) та ін.;

2. Наявна велика кількість слів-звертань із пестливими суфіксами: голубонько, соколику, матінко, матусю, таточку, дідусю, бабусю, бабуню, бабцю, сестричко, братику

та ін.; у багатьох етикетних висловах виступає слово із коренем ласк-: будь ласка (будьте ласкаві), ласкаво прошу, з ласки вашої та ін.;

3. Існує багато висловів, які первинною своєю семантикою виражають доброзичливість: будьте щасливі, Боже поможи, дай Боже щастя та ін.;

4. Відсутні інвективи (непристойні, грубі лайки).

5. КЛИЧНИЙ ВІДМІНОК. МОДЕЛІ ПОБУДОВИ ЗВЕРТАНЬ

Сукупність мовних і немовних засобів спілкування, якими послуговуються у різних комунікативних ситуаціях, становить спілкувальний етикет. Спілкувальний етикет – це гіперпарадигма, яку мовці відтворюють за правилами, узвичаєними в певній мовній спільноті. Йому властива національна своєрідність (ідіоетнічність). В українців, наприклад, здавна побутує пошанна форма звертання на Ви до старших за віком, посадою, незнайомих, до батьків: Ви, тату..., Ви, мамо.... Суттєвою диференційною ознакою мовного етикету українців є вживання форми кличного відмінка у звертанні, наприклад: Петре, Надіє, товаришу генерале.

Необхідним складником комунікативної діяльності людини, а відповідно і її мовної та комунікативної компетенції є володіння нею достатнім комплексом інформації про мовні засоби апеляції (зверненості), притаманні певній мові, наявність стійких та свідомих навичок доречного та ефективного використання вказаних засобів у найрізноманітніших ситуаціях. Оскільки диференційною рисою морфологічного ладу української мови є наявність особливих форм кличного відмінка, наявністю форм вокатива українська мова вирізняється з низки мов (російської, англійської, німецької і т.д.), водночас об'єднуючись з іншими (чеською, польською тощо).

Українська мова для граматичного оформлення звертання використовує кличний відмінок із прадавніх часів. Тривалий час у мовознавстві питання про статус кличного відмінка було дискусійним. У всіх підручниках з української мови він кваліфікувався як клична форма. Лише у третьому виданні «Українського правопису» (1990 р.) клична форма офіційно набула статусу відмінка. З цього часу у граматиках сучасної української мови стали виділяти сім відмінків: називний, родовий, давальний, знахідний, орудний, місцевий, кличний.

Форми кличного відмінка (вокатива) властиві переважно іменникам – назвам істот. Від назв неістот кличний відмінок вживається здебільшого в поетичній мові: Не дітись, не дітись мені від вогню! О ночо, ночуй мене! Днюй мене, дню; (І. Драч); Водо молоденька, Громе молодий, Слізенько тоненька, – Упади... Рученько біленька, – проведи (М. Вінграновський).

ЗАКІНЧЕННЯ ІМЕННИКІВ У КЛИЧНОМУ ВІДМІНКУ

Залежно від відміни й групи іменники в кличному відмінку мають такі закінчення:

Перша відміна	
Тверда група – закінчення -о	Олено Миколо колего
М'яка та мішана групи – закінчення -е	Земле душе працівнице
М'яка група (якщо основа закінчується на й) – закінчення -є	Юліє сім'є
Зменшено-пестливі форми іменників – закінчення -ю	Валю Олю Наталю доню

Друга відміна	
Тверда група – закінчення -е	Дмитре Олеже Іване друже
Тверда група:	батьку
• іменники з суфіксами -ик, -ок, -к	братику зайчику Юрку
• іншомовні імена з основою на г, к, х – закінчення -у	Генріху Фрідріху
• деякі іменники мішаної групи (крім тих, основа яких закінчується на ж) – закінчення -у	товаришу
М'яка група:	
• закінчення -ю	• Андрію Ігорю вчителю
• слова із суфіксом -ець – закінчення -е	• хлопче женче молодче АЛЕ: бійцю, знавцю
Третя відміна	
закінчення –е	Любове радосте
Четверта відміна, іменники у формі множини	
Форма, однакова з називним відмінком	маля колеги учні

ОСНОВНІ МОДЕЛІ ЗВЕРТАННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

В українській мові залежно від ситуації спілкування використовуються такі способи звертання:

Ім'я та по батькові – обидва слова вимагають форми кличного відмінка	Іване Петровичу Ольго Василівно Юліє Вікторівно Олексію Анатолійовичу
Загальна назва та ім'я – обидва слова вимагають форми кличного відмінка	пане Вікторе друже Борисе подруго Віро
Загальна назва та прізвище – обидва слова в кличному відмінку	пане Ткачуку громадянине Дмитренку
Дві загальні назви – обидва слова в кличному відмінку	пане ректоре

Слід пам'ятати! Для надання звертання шанобливої форми наведені вище моделі можуть доповнюватися словами: шановний, вельмишановний, високоповажний та ін. Наприклад: Вельмишановний Іване Петровичу, шановна Ольго Василівно.

СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

План

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

1. ФУНКЦІОНАЛЬНІ СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ ТА СФЕРИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ. ОСНОВНІ ОЗНАКИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТИЛІВ

Слово «стиль» багатозначне, походить воно від латинського (stylus) - гостра паличка для письма, манера письма. Нині є понад 100 дефініцій стилю, що зумовлено специфікою аспекту розгляду цього поняття і різноманітністю ключових слів (спосіб, комунікація, підсистема, поведінка, стереотип тощо).

Мовний стиль - це «усвідомлена суспільством підсистема в системі загальнонародної мови, закріплена за тими чи іншими ситуаціями спілкування, яка історично склалася й характеризується набором засобів вираження і певним принципом їхнього відбору». Мовленнєвий і функціональний стиль розуміємо як сукупність прийомів відбору та сполучень мовленнєвих засобів, функціонально зумовлених змістом, метою та обставинами спілкування.

В українській літературній мові вирізняють такі функціональні стилі: художній, офіційно-діловий, публіцистичний, науковий, розмовний, конфесійний та епістолярний. Кожний зі стилів має свої характерні ознаки й реалізується у властивих йому жанрах.

Жанр — це різновид текстів певного стилю, що різняться насамперед метою мовлення, сферою спілкування та іншими ознаками.

Художній стиль - це мова художньої літератури, «особливий спосіб мислення, створення мовної картини світу». Основне призначення стилю - різнобічний вплив на думки і почуття людей за допомогою художніх образів. Головними ознаками художнього стилю є емоційність, образність, експресивність. На лексичному рівні в ньому вживається все словникове багатство української мови: слова з найрізноманітнішим лексичним значенням, різні за походженням. Художньо-літературне мовлення багате на епітети, метафори, порівняння, повтори, перифрази, антитези, гіперболи та інші зображувальні засоби. З певною художньою метою можуть уживатися діалектна та професійна лексика, фразеологізми.

Художній стиль послуговується різними типами речень за будовою, метою висловлювання, за відношенням змісту речення до дійсності. Художній стиль реалізується в таких жанрах: трагедія, комедія, драма, водевіль, роман, повість, оповідання, поема, вірш, байка, епіграма. Вірєць художнього стилю: Втіхо моя, пісне українська! Мов дотик зачарованої історії зміцнюєш свої сили, кріпиш почування, викликаєш жадобу жа що таке огидне і безталанне іншої доби!

Науковий стиль - функціональний різновид літературної мови, що обслуговує сферу і потреби науки. Основне призначення стилю - повідомлення про результати наукових досліджень, систематизація знань. Головними ознаками наукового стилю є широке використання науково-термінологічної лексики, слів з абстрактним значенням та іншомовного походження. Показовим є членування тексту на розділи, підрозділи, параграфи, введення формул, таблиць, діаграм. Лексичні, текстові одиниці репрезентують точність, логічність, узагальненість, аргументацію висловлених положень. Розрізняють власне науковий, науково-навчальний, науково-популярний підстили наукового стилю.

Власне науковий репрезентується такими жанрами, як дисертація, монографія, наукова стаття, доповідь, дипломна, магістерська, курсова робота тощо.

Науково-популярному підстилю властива доступність викладу наукової інформації, розрахованої на нефахівців.

Науково-навчальний підстиль реалізується в підручниках, посібниках для учнів шкіл та студентів вищих навчальних закладів, слухачів мережі просвітницьких установ.

Науковий стиль реалізується в таких жанрах: дисертація, монографія, стаття, підручник, лекція, відгук, анотація, рецензія, виступи на наукових конференціях, дискусії, доповіді на наукові теми. Взірєць власне наукового стилю: Мовна конвергенція - тактичний вияв комунікативної стратегії урівноваження статусу співрозмовників як пристосування адресанта до адресата, що передбачає уподібнення мовлення одного до мовлення другого з метою досягнення комунікативної кооперації. Наприклад, спілкування з дитиною на підставі коду дитячого мовлення, перехід на сленг чи жаргон, спілкуючись з людиною, що використовує їх. У комунікативній лінгвістиці мовна конвергенція розглядається як стратегія перемикування кодів (анг. *code-switching*), тобто перехід адресанта на мовленнєвий реєстр адресата (Селіванова О. Сучасна лінгвістика: Термінологічна енциклопедія).

Офіційно-діловий стиль - це мова ділових паперів, що використовуються в офіційному спілкуванні між державами, установами, приватною особою і установою і регулюють їх ділові взаємини.

Основне призначення стилю - регулювання офіційно-ділових стосунків. Головні ознаки офіційно-ділового стилю: наявність реквізитів, що мають певну черговість, однозначність формулювань, точність, послідовність викладу фактів, гранична чіткість висловлювання, наявність усталених мовних зворотів, певна стандартизація початків і закінчень документів, широке вживання конструкцій (у зв'язку з, відповідно до, з метою, згідно з).

Лексика стилю здебільшого нейтральна, вживається в прямому значенні. Залежно від того, яку саме галузь суспільного життя обслуговує офіційно-діловий стиль, він може містити суспільнополітичну, професійно-виробничу, науково-термінологічну лексику.

Синтаксис стилю характеризується вживанням речень різної будови з прямим порядком слів; запроваджується поділ тексту на пункти, підпункти.

Виокремлюють такі його функціональні підстилі:

- законодавчий (закони, укази, постанови, статути);
- дипломатичний (міжнародні угоди, конвенції, комюніке (повідомлення), звернення (ноти), протоколи, меморандуми, заяви, ультиматуми);
- адміністративно-канцелярський (накази, інструкції, розпорядження, заяви, характеристики, довідки, службові листи тощо).

Офіційно-діловий стиль реалізується в таких текстах: закон, кодекс, устав, наказ, оголошення, доручення, розписка, протокол, акт, інструкція, лист, список, перелік, накладна тощо, а також виступи на зборах, наради, прес-конференції, бесіди з діловими партнерами.

Взірєць офіційно-ділового стилю: Конституція України. Стаття № 24 Громадяни мають рівні конституційні права і свободи та є їй ними перед законом. Не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, ког, ру шкіри, політичних та інших переконань, статі, етнічного, соціального походження, майнового стану, місця проживання іншими ознаками. Рівність прав жінки і чоловіка забезпечується: наданням жін рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, у здобутті освіти і професійній підготовці, у праці та винагороді за неї; спеціальними заходами щодо охорони прщ здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг: створенням які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнств правовим захистом, матеріальною і

моральною підтримкою материнства і дитинства, зокрема надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям.

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

Основне призначення стилю - обговорення, відстоювання і пропаганда важливих суспільно-політичних ідей, формування відповідної громадської думки, сприяння суспільному розвитку. Головні ознаки публіцистичного стилю: популярний, чіткий виклад, орієнтований на швидке сприймання повідомлень, на стислість і зрозумілість інформації, використання суспільно політичної лексики: державність, громадянин, поступ, єдність, національна ідея, актуальність тощо. Типовими є емоційно забарвлені слова, риторичні запитання, повтори, фразеологічні одиниці, що зумовлюють емоційний вплив слова. Тон мовлення пристрасний, оцінний. Публіцистичний стиль реалізується в таких жанрах: виступ, нарис, публіцистична стаття, памфлет, фейлетон, дискусія, репортаж.

Взірець публіцистичного стилю: Третє тисячоліття Поколінню, що переступає рубіж третього тисячоліття, випала щаслива нагода, хай умоглядно, але все ж відчути себе причетним до таких грандіозних історичних перетворень, як зміна епох. Звісно, наївно і безпідставно чекати від віку, що настає, якихось несподіваних механічних нововведень, покликаних до невпізнанності змінити життя, чи тішити себе надією на раптовий наплив незбагнених добрих див. Мова про інше: волею долі, свідомо чи несвідомо, нам дано відчути саму атмосферу цього незвичного часу. Реальність складається таким чином, що мимохіть заповнює свідомість уявленнями масштабними - від прадавнини до неозорого майбутнього .. (Ігор Шаров)

Конфесійний стиль - стильовий різновид української мови, що обслуговує релігійні потреби суспільства. Основне призначення стилю - вплив на душевні переживання людини. Головні ознаки стилю: вживання слів для найменування бога та явищ потойбічного світу (Божий Син, Святий Дух, Спаситель, Царство Боже, рай, вічне життя, сатана тощо), стосунків людини до Бога (молитися, воскресіння, заповіді, покаяння, грішні, праведні), мова багата на епітети, порівняння, метафори, слова з переносним значенням. Для підкреслення урочистості використовуються речення із зворотним порядком слів, поширені повтори слів.

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

Взірець конфесійного стилю:

Молитва Господня

Отче наш що єси на небесах,

нехай святиться ім'я Твоє,

нехай прийде Царство Твоє,

нехай буде воля Твоя як на небі, так і на землі.

Хліб наш насущний дай нам сьогодні,

і прости нам провини наші

як і ми прощаємо винуватцям нашим,

і не введи нас у спокусу,

але визволи нас від лукавого

Бо Твоє Царство, і сила, і слава,

Отця, і Сина, і Святого Духа, нині, і повсякчас,

і на віки віків. Амінь!

Розмовний стиль обслуговує офіційне й неофіційне спілкування людей, їх побутові потреби. Основне призначення стилю - обмін інформацією, думками, враженнями, прохання чи на подання допомоги, виховний вплив.

Головні ознаки розмовного стилю широке використання побутової лексики, фразеологізмів, емоційно забарвлених і просторічних слів, звертань, вставних слів і словосполучень, неповних речень. Для розмовно-побутового мовлення характерне порушення літературних норм уживання русизмів, вульгаризмів, жаргонізмів, неправильна вимова слів. Розмовний стиль має «істотно виявлений різновид - розмовнопрофесійний, тобто мова, якою спілкуються не в побуті, а у виробничій, освітній та інших сферах»

Взірець розмовного стилю:

Професор запитує у студента

- Чому ви так хвилюєтеся? Бойтеся моїх запитань?

- Та ні, професоре, я боюся своїх відповідей!

Епістолярний стиль - це стиль приватного листування.

Основне призначення стилю - поінформувати адресата про щось, викликати в нього певні почуття, які б відповідали емоційній настрояності автора. Головні ознаки епістолярного стилю широке використання форм ввічливості - звертань у формі кличного відмінка, наявність початкової, прикінцевої та прощальної фраз, стереотипних словесних формул висловлення побажання, вітання, співчуття, невимушеність у доборі лексичних одиниць. До епістолярного стилю зараховують не тільки листи видатних письменників, громадських і культурних діячів, учених, а й щоденники, записки, мемуари.

2. ПРОФЕСІЙНА СФЕРА ЯК ІНТЕГРАЦІЯ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО, НАУКОВОГО І РОЗМОВНОГО СТИЛІВ

Поняття «професійна мова» охоплює три функціональні різновиди літературної мови - офіційно-діловий, науковий, розмовний. На думку О А Лаптевої, науковий і діловий стилі у період свого становлення «поряд з процесами дивергенції завжди репрезентували зближення, в результаті чого утворився складний конгломерат вихідних сфальностей і взаємопроникнення».

Обидва стилі не допускають (або майже не допускають) уживання художніх засобів мовлення, звуконаслідування слів, вигуків, питальних та окличних речень та ін. Науковий і офіційно-діловий стилі розраховані на раціональне, а не емоційне сприйняття. В обох стилях по можливості уникають викладу від першої особи однини (крім документів щодо особового складу) («я дослідив», «я повідомляю») і замінюють її першою особою множини («ми дослідили», «ми повідомляємо») або безособовими конструкціями («було досліджено», «дослідження було проведено»).

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

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

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

3) поєднати частини інформації: / (й), також:, тобто, іншими словами, інше кажучи, або інакше, крім того, разом з тим, між: іншим, мало того, заразом, згідно з цим, відповідно до цього, як зазначалося раніше, як про це йшлося;

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

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

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

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

8) зробити критичний аналіз відомого або бажаного: з цієї теми уже є...; автор аналізує (розглядає, характеризує, порівнює, доводить, обґрунтовує, підкреслює, виокремлює, зупиняється на..., формує, наголошує на важливості, пояснює це тим, що...; звичайно, особливо слід (варто) відзначити, загальноприйнято, одним з найвизначніших досягнень є; у дослідженні викладений погляд на..., викладені дискусійні (суперечливі, невідомі, загальновідомі, істинні) відомості, зроблено спробу довести, наведені переконливі докази, враховані попередні висновки, взяті то уваги, схвальним є те, що, варто спробувати, необґрунтоване твердити, можна погодитися.

Отже, професійна сфера репрезентує офіційно-діловий і науковий стилі у єдності спільних мовних засобів досягнення комунікативної мети, адже кожна людина, незалежно від фаху, віку, статі, соціального становища, стикається з проблемою написання заяви, службової довідки, листа, виступу.

Для забезпечення комунікативної досконалості мовлення (точності та логічності викладу і їхнього обов'язкового складника - мовної унормованості) кожний фахівець має доцільно послуговуватися мовними засобами різних рівнів. З цією метою студенти мають навчитися аналізувати наукові, науково-популярні тексти на лексичному, лексикосемантичному, стилістичному і граматичному рівнях, редагувати, скорочувати (компресія) тексти, конструювати елементи висловлювання з урахуванням запропонованої мовленнєвої ситуації. Правильно підібраний текст допоможе сформувати уміння спочатку правильно скласти вторинні наукові тексти (конспект, анотацію, реферат), а потім підготуватися до написання власного наукового тексту, наприклад, дипломної роботи.

Укладаючи конспект, студенти розуміють структуру наукового тексту й особливості його будови, усвідомлюють необхідність правильно скорочувати слова, написати план і виконати певну компресію тексту.

Особливу увагу треба приділяти власне українській термінології, що перебуває у пасивному словнику переважної більшості фахівців, бо терміни співіснують в одному семантичному полі з не термінами (виражальні слова), що є «сигналами для розумової діяльності: «думай», «зверни увагу», «зупинись», «подивися з другого боку», «зістав».

Основою професійної підготовки є комунікативна компетенція, тобто уміння і навички говорити, запитувати, відповідати, аргументувати, переконувати, висловлювати точно і ясно думку, правильно поводити себе в конкретній ситуації. І тут на допомогу прийде розмовний стиль, зокрема його різновид - розмовно-професійний.

Під час занять студенти відтворюватимуть фрагменти професійної діяльності, вирішуватимуть ситуативні задачі, в яких можна запропонувати будь-яке мовне явище чи комунікативну проблему. З цією метою варто проводити тренінги, які орієнтуватимуть студентів на створення діалогів чи вміння вступати в дискусію, уважне слухання опонента чи втручання в розмову, висловлення власного погляду чи узагальнення думок тощо.

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

3. ТЕКСТ ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ МОВЛЕННЕВО-ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Мовлення як вид людської діяльності завжди зорієнтоване на виконання якогось комунікативного завдання. Висловлюючи свої думки і почуття, людина має конкретну мету - щось повідомити, про щось запитати, переконати в чомусь адресата чи спонукати його до певних дій тощо. З цією метою мовець прагне висловитися з якнайбільшою повнотою, дібрати якнайточніші у семантичному і стилістичному сенсі мовні засоби. Безпосереднім проявом думки, формою її існування, репрезентантом мисленнево-мовленневої діяльності є текст.

Дефініції терміна текст, яка б відображала усю його багатоаспектність і водночас була вичерпною, ще не існує, оскільки дослідники найчастіше у своїх визначеннях актуалізують якусь одну ознаку тексту, важливу у контексті їхнього дослідження.

Текст (від лат. *textus* - тканина, сплетіння, поєднання) - це писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних у тематичну і структурну цілісність.

Отже, текст виступає обов'язковим складником комунікативного процесу, допомагає фіксувати, зберігати і передавати інформацію в просторі й часі. Лінійно розташована сукупність речень є одиницею тексту. Найменша одиниця тексту - надфразна єдність, абзац, що є одиницями різних принципів членування тексту, хоча абзац структурно й композиційно може виокремлювати надфразну єдність.

Надфразна єдність - це сукупність семантично й граматично поєднаних висловлень, що характеризуються єдністю теми й особливим синтаксичним зв'язком компонентів.

У діалозі надфразна єдність складається з питань й відповідей; репліки й реакції. Синоніми надфразної єдності - складне синтаксичне ціле, прозаїчна строфа, гіперсинтаксема й ін.

Одиницями тексту є також розділи, підрозділи, глави (в більшому вимірі).

Абзац (від нім. *abzatz* - відступ) - це структурно-змістова одиниця членування тексту, що характеризується єдністю теми і графічного позначення, відступом праворуч у початковому рядку, якими починаються виклад нової думки.

Структурно текст може відповідати реченню, слову, сполуці, якщо ці одиниці мають цілісну інформацію, яка відповідає певній комунікативній ситуації, наприклад: 1) Красно говорить, а слухать нічого (Нар. творчість); 2) Вихід. Навчальна частина.

За способом репрезентації тексти переділяються на письмові, усні та друковані. Залежно від ситуації спілкування значна частина текстів може матеріалізуватися як у писемній, друкованій формі (накази, протоколи, акти, телеграми тощо), так і усній (судові промови, бесіди тощо). Кожний текст маніфестує той чи інший мовленнєвий жанр, віднесений до певного стилю, і виконує різні функції.

Основним елементом тексту є дане (тема, предмет висловлювання) і нове (основний зміст висловлювання). Наведемо приклад розподілу невеликого тексту на дане і нове (жирний шрифт - дане, курсив - нове). У західній діаспорі українською мовою в усній і писемній формах послуговуються етнічні українці США, Канади, Великобританії, Бразилії, Аргентини, Австралії, Австрії, Польщі, Словаччини, Румунії, Угорщини, Литви, Латвії та багатьох інших країн. Вони видають рідною мовою книжки, газети, журнали, проводять богослужіння, телепередачі. Окрім того, українські громади організували мережі осередків української культури - бібліотеки, архіви, музеї, театри, хорові, музичні, танцювальні ансамблі, наукові товариства (Із газети).

Основними ознаками тексту є:

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

одиниці тощо). За допомоги мовних і позамовних чинників вона забезпечує обмін інформацією. Показниками зв'язності є: лексичні (синоніми, антоніми, пароніми, повтори), морфологічні (сполучники, сполучні слова, вказівні займенники, деякі прислівники, тощо), синтаксичні (порядок слів, порядок розташування частин), стилістичні (еліпс, градація, питальні речення тощо) одиниці; інтонація, наголос, паузи; ситуації спілкування;

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

- членованість. Будь-який текст можна комунікативно членувати на частини з метою полегшення сприйняття інформації адресатом.

- інформативність уособлює інформативний масив тексту, що міститься не лише в його вербальній організації, а впливає з її взаємодії з авторською і читацькою свідомістю. Отже, інформативність тексту виявляється лише у процесі тлумачення мовного масиву через свідомість адресата, а масив інформації формує автор тексту. Кожен текст і створюється заради передачі інформації;

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

Елементи і компоненти тексту поєднуються такими видами зв'язку:

- контактний - пов'язані елементи знаходяться поряд;
- дискантний - здійснюється на відстані: об'єкт, що згадувався в першому абзаці, знову стає предметом уваги в наступних абзацах, через певну кількість речень іншого змісту;

- ланцюговий або послідовний - певний елемент попереднього речення стає вихідним пунктом для наступного і вимагає подальшого розгортання думки;

- паралельний - речення граматично рівноправні. Характерна ознака цього зв'язку - єдність вищо-часових форм присудків;

- перспективний - вказує, про що мовитиметься далі;

- ретроспективний - певний фрагмент тексту вимагає від адресата пригадування змісту попередніх частин.

Крім змісту, частини тексту пов'язуються за допомоги лексичних (повтори слів, синоніми, спільнокореневі слова, займенники, прислівники) і граматичних (сполучники, вставні слова, неповні й риторичні речення) засобів.

Виокремлюють два основні види тексту - монологічний і діалогічний.

Отже, текст є основною одиницею мовленнєво-професійної діяльності. Не можна навчати усному і писемному монологу без врахування професійної спрямованості тексту. Наше завдання - навчити майбутніх фахівців правильно будувати тексти, розуміти їх, враховуючи специфіку мовленнєвої ситуації. У кожного студента повинна з'явитися практична потреба знати мову держави, в якій вони живуть, і повсякчас цією мовою послуговуватися.

СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План

1. Спілкування і комунікація.
2. Функції спілкування.
3. Види і форми спілкування.
4. Етапи спілкування.
5. Невербальні засоби спілкування.
6. Гендерні аспекти спілкування.
7. Поняття ділового спілкування.

1. СПІЛКУВАННЯ І КОМУНІКАЦІЯ

Успіхи людини в житті, її взаємини з іншими членами суспільства залежать від уміння спілкуватися. Спілкування - це складний процес встановлення та розвитку контактів між людьми, взаємодії особистостей, в основі якого лежить обмін думками, почуттями, волевиявленнями з метою інформування. Отже, спілкування - це «цілеспрямований, соціально зумовлений процес обміну інформацією між людьми в різних сферах їхньої пізнавально-трудової та творчої діяльності, який реалізується переважно за допомоги вербальних засобів». Спілкування зазвичай спрямоване на досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію професійної цілі. Воно є необхідною умовою будь-якої діяльності. Через спілкування відбувається навчання й виховання людини, засвоєння нею різних форм соціального досвіду, норм і правил поведінки, традицій і звичаїв. Фахівці з проблем спілкування виокремлюють професійне (ділове) спілкування³⁶, що відбувається в умовах конкретної діяльності і є її засобом. Воно вбирає в себе особливості цієї діяльності і є її важливою частиною. Професійне спілкування, спираючись на загальні норми, часто має індивідуальний характер і виявляється у способах спілкування, що їх вибирає суб'єкт у певних комунікативних ситуаціях. Спілкування відбувається за визначеними правилами і вимагає серйозної, ґрунтовної підготовки. Правила спілкування - «рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу». Ці правила засвоюються у процесі навчання та шляхом наслідування й репрезентуються в спілкуванні автоматично. Спілкування іноді ототожнюють із комунікацією, однак вони не є синонімами. У сучасній лінгвістиці існує 100 дефініцій комунікації, що зумовлені різноманітністю її способів, специфікою мети передачі та способом адресованості інформації. Комунікація - це цілеспрямований інформаційний обмін в різноманітних процесах спілкування. Комунікація опосередковує всі види соціальної діяльності; акумулює суспільний досвід і передає його від покоління до покоління, є чинником етнічної ідентифікації, зберігає культуру. Поняття «комунікація» ширше поняття «спілкування». Ми розглядатимемо ці терміни як синоніми «з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії, що розглядаються в їхньому знаковому втіленні»

2. ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ

Функції спілкування - це зовнішній прояв властивостей спілкування, ті завдання, які воно виконує у процесі діяльності індивіда в соціумі. Відомі різні класифікації функцій спілкування: одні науковці, виокремлюючи їх, розглядають спілкування в контексті його органічної єдності з життям суспільства в цілому та безпосередніми контактами людей, інші - як обмін інформацією, взаємодію та сприйняття людьми один одного, ще інші - з погляду мети спілкування. Узагальнюючи різні підходи до проблеми функцій спілкування, можна говорити про багатоаспектний характер цього феномену. Відомий фахівець з теорії та практики спілкування Ф. С. Бацевич виокремлює такі функції спілкування

- контактну (створення атмосфери обопільної готовності передавати і сприймати інформацію та підтримувати зв'язок до завершення акту спілкування);
- інформаційну (обмін інформацією, запитаннями і відповідями);
- спонукальну (заохочення адресата до певних дій);
- координаційну (узгодження дій комунікантів);
- пізнавальну (адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень);
- емотивну (обмін емоціями);
- налагодження стосунків (розуміння свого місця в системі ролевих, статусних, ділових, міжособистісних стосунків);
- регулятивну (залежно від мети, яку ставить перед собою адресант, він і організовує своє спілкування, дотримується певної стратегії й тактики).

Усі ці функції між собою тісно взаємодіють у процесі спілкування. Професійне спілкування у сфері ділових взаємостосунків репрезентує й інші функції:

- інструментальну (отримання і передавання інформації, необхідної для здійснення певної професійної дії, прийняття рішення); -
- інтегративну (засіб об'єднання ділових партнерів для спільного комунікативного процесу);
- функцію самовираження (демонстрування особистісного інтелекту і потенціалу);
- трансляційну (передавання конкретних способів діяльності);
- функцію соціального контролю (регламентування поведінки, а іноді (коли йдеться про комерційну таємницю) й мовної акції учасників ділової взаємодії);
- функцію соціалізації (розвиток навичок культури ділового спілкування);
- експресивну (намагання ділових партнерів передати і зрозуміти емоційні переживання один одного.)

3. ВИДИ І ФОРМИ СПІЛКУВАННЯ

Багатоманітність функцій спілкування, беззаперечно, породжує значну кількість його видів. Враховуючи багатоаспектний характер спілкування, класифікувати його види можна за такими ознаками:

1. За участю чи неучастю мовних засобів: вербальне (словесне) і невербальне (міміка, жести, постава тощо), комбіноване.
2. За формою представлення мовних засобів: усне, письмове, друковане.
3. За темою: політичне, наукове, релігійне, філософське, навчально-педагогічне, виховне, побутове.
4. За метою: ділове і розважальне.
5. За кількістю учасників: внутрішнє (комунікант спілкується сам із собою), міжособистісне (спілкуються двоє), групове (3-5 учасників), публічне (20 і більше), масове (спрямоване не на певного індивіда, а на великі маси людей і найчастіше здійснюється за допомоги засобів масової комунікації).
6. За характером: опосередковане і безпосереднє, діалогічне, монологічне і полілогічне.
7. За мірою офіційності: офіційне (рольове) передбачає стосунки, що опосередковуються соціальними професійними ролями (начальник — підлеглий, викладач — студент, колега — колега) і неофіційне (приватне) (спілкування друзів, приятелів тощо).
8. За тривалістю: постійне (у колективі, у сім'ї), періодичне (кількаразові зустрічі), короткотривале (у транспорті, у черзі), довготривале (із друзями).
9. За свободою вибору партнера: ініціативне спілкування (співрозмовники мають змогу вибирати своїх партнерів, уникати спілкування з неприємними людьми) і вимушене спілкування (особа спілкується незалежно від своїх бажань) - розмова з керівником.

10. За соціальними чинниками: особистісно зорієнтоване (встановлення особистісних стосунків, насамперед товариських) і соціально зорієнтоване (встановлення статусних, рольових стосунків - лікар - пацієнт).

11. За результативністю спільної взаємодії та досягнутим ефектом: необхідне (міжособистісні контакти, без яких спільна діяльність практично неможлива); бажане (міжособистісні контакти, що сприяють успішному вирішенню професійних, виробничих проблем); нейтральне (міжособистісні контакти не заважають, але й не сприяють розв'язанню проблеми); небажане (міжособистісні контакти, які заважають досягненню мети спільної взаємодії).

12. За додержанням норм - нормативне (відповідно до літературних норм); ненормативне (порушуючи нормативні норми); етикетне і неетикетне.

За різними ознаками класифікують науковці й форми спілкування. Ми скористаємося тією класифікацією, в основу якої покладено організаційний аспект професійної взаємодії. Згідно з цією класифікацією виокремлюють такі форми спілкування:

- індивідуальні й групові бесіди;
- телефонні розмови;
- наради;
- конференції;
- збори;
- дискусії;
- полеміка.

Ф. С. Бацевич у підручнику «Основи комунікативної лінгвістики» подає класифікацію мовного спілкування за такими критеріями:

- залежно від форми втілення мовних засобів - монологічне, діалогічне, полілогічне;
- з урахування специфіки каналів спілкування - мовлення безпосереднього спілкування (обличчям до обличчя); мовлення опосередкованого спілкування (записки, друкована продукція, телефон, радіо, телебачення, Інтернет тощо);
- залежно від функції та змісту повідомлення - побутове, наукове, офіційно-ділове, естетичне.
- за способом організації - стихійне (випадкова зустріч) і організоване (збори, мітинги, конференції тощо);
- за сферами спілкування або стосунками комунікантів - дружнє (розмова друзів, добрих знайомих, закоханих тощо); антагоністичне (спілкування ворогів, людей, які сваряться); офіційне (рольове).

Усі названі форми спілкування різняться мовними засобами, мають стильову специфіку.

4. ЕТАПИ СПІЛКУВАННЯ

Будь-який акт спілкування складається з кількох етапів:

1. Ретельна підготовка до спілкування (складання плану майбутнього акту спілкування; збирання матеріалів з предмета спілкування та їх систематизація; умотивування аргументів на користь своєї позиції та контраргументів іншої сторони; обґрунтування свого варіанта рішення та розгляд реакції співрозмовника).

2. Орієнтація в ситуації і встановлення контакту, тобто початок спілкування (дбати про створення доброзичливої атмосфери спілкування (доцільно поговорити про спільні інтереси, сказати щось приємне співрозмовникові); не протиставляти себе співрозмовникові; демонструвати повагу й увагу до співрозмовника (доброзичливий погляд і усмішка допоможуть установити контакт); уникати критики, зверхності та негативних оцінювань).

3. Обговорення питання або проблеми (лаконічно й дохідливо викладати свою інформацію; уважно вислуховувати співрозмовника і намагатися адекватно сприймати те, про що він говорить; пам'ятати, що спілкуванню характерний діалоговий характер; аргументувати свою позицію: наводити переконливі докази. Аргументування - це важливий спосіб переконання за допомоги вмотивованих, обґрунтованих логічних доказів).

4. Прийняття рішення (запропонувати кілька варіантів вирішення проблеми; уважно вислухати аргументи співрозмовника щодо можливого рішення; визначити за настроєм співрозмовника момент для закінчення зустрічі й запропонувати кращий варіант прийняття рішення; не виказувати ні найменшої роздратованості, навіть якщо мети не було досягнуто, триматися впевнено).

5. Вихід із контакту. Ініціатива завершення розмови за статусної несиметричності спілкувальників має належати особі жіночої статі, людині, старшій за віком, вищій за соціальним становищем. Наприкінці спілкування треба підсумувати результати зустрічі, попрощатися і висловити надію на подальші взаємини і спільну діяльність.

Мета професійного спілкування - регулювання ділових стосунків у виробничо-професійній діяльності через розв'язання професійних завдань. Успіх професійного спілкування залежить від:

- мовця як особистості з індивідуальними ознаками;
- його знання сучасної української літературної мови як основи мови професійного спілкування.

- уміння ефективно застосовувати ці знання залежно від мети, ситуації спілкування.

Щоб правильно спілкуватися і досягти мети спілкування, комунікант має володіти комунікативною професійно орієнтованою компетенцією.

5. НЕВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ СПІЛКУВАННЯ Мовлення - не єдиний спосіб спілкування. Люди обмінюються інформацією й за допомоги інших засобів - жестів, міміки, погляду, пози, рухів тіла, які часто поєднуються в різних комбінаціях. Усе це невербальні (несловесні) засоби. Невербальні засоби спілкування - це система немовних знаків, що слугують засобами для обміну інформацією між людьми. Один з найвідоміших фахівців з питань спілкування А. Піз стверджує, що за допомоги слів передається всього 7% інформації, тоді як звуковими засобами - 38 %, а за допомоги міміки, жестів і поз - 55%. Без сумніву, вербальні і невербальні засоби спілкування потрібно інтерпретувати не ізольовано, а в єдності, оскільки вони підсилюють взаємодію між співбесідниками. Між вербальними і невербальними засобами спілкування наявний своєрідний розподіл функцій: словесними передається чиста інформація, а невербальними - ставлення до партнера. Бажано розвивати вміння читати (розуміти) невербальні сигнали, оскільки вони здебільшого спонтанні, несвідомі, а тому щирі. Вміння користуватися ними сприяє формуванню культури спілкування. На думку американських вчених, для формування першого враження від співрозмовника важливими є перші чотири хвилини зустрічі, а деякі вважають, що досить і двох хвилин.

У наукових дослідженнях є різні класифікації невербальних засобів.

Кінетичні невербальні засоби є найважливішими у спілкуванні. Серед них важлива роль відводиться міміці.

Міміка - це експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрої людини в певний момент часу. Міміка репрезентує шість основних емоційних станів: гнів, радість, страх, страждання, подив і презирство

З мімікою тісно пов'язаний візуальний контакт, тобто погляд, що становить важливу частину спілкування. Розрізняють діловий, світський та інтимний погляди залежно від локалізованої спрямованості на співрозмовника. Погляд, спрямований у трикутник, вершиною якого є точка посередині чола, а основою - лінія між очима, є

діловим. Він не опускається нижче очей. Якщо погляд фіксується нижче лінії очей - то це соціальний погляд. Інтимний погляд спрямовується в трикутник між очима і грудьми. Погляд має завжди відповідати типові спілкувальної ситуації.

Неабияке значення у спілкуванні відіграють жести. Жести - це виражальні рухи рук, що передають внутрішній стан людини. За функціональним призначенням і природою вирізняють такі їх види:

1. Ритмічні жести дублюють інтонацію, виокремлюють певні частини висловлювання, підкреслюють логічний наголос, сповільнення чи прискорення темпу мовлення.

2. Емоційні жести передають найрізноманітніші відтінки почуттів: подив, радість, захоплення, ненависть, роздратування, розчарування.

3. Вказівні жести виконують функцію виділення якогось предмета серед однорідних. З цією метою послуговуються рухами пальців, кисті, цілої руки. Увага! Етикетна компетенція! Показувати пальцем на людей неввічливо.

4. Зображувальними жестами відтворюють предмети, тварин, інших людей (їхню форму, рухи, розміри). Ними користуються в тих випадках, коли не вистачає слів чи необхідно підсилити враження і вплинути на слухача наочно.

5. Жести-символи інформують про певні дії, властивості, наміри тощо. Такі жести не мають нічого спільного з діями, про які вони сигналізують. Наприклад, піднесена рука з випрямленими пальцями - «прошу слова». До жестів-символів належать умовні жести вітання, прощання, заклик до мовлення, передчуття приємного. Наведемо поширені жести і їх тлумачення:

- пальці рук зціплені - знак розчарування і бажання співрозмовника приховати своє негативне ставлення;
- прикривання рота рукою - слухач розуміє, що ви говорите неправду;
- похування і потирання вуха - співрозмовник наслухався і хоче висловитися;
- потирання скронь, підборіддя, прикривання обличчя руками - особа не налаштована розмовляти в цей момент;
- людина відводить очі - підтвердження того, що вона щось приховує; схрещення рук на грудях - людина нервує, краще розмову закінчити чи перейти на іншу тему;
- схрещення рук і тримання пальців у кулаці - людина налаштована вкрай вороже;
- відтягування комірця - людина гнівається або дуже схвильована; вказівний палець спрямований прямовисно до скроні, а великий підтримує підборіддя - негативне або критичне ставлення до почутого;
- руки за головою - впевненість, перевага над співрозмовником; потирання ока - людина говорить неправду;
- тримання рук за спиною - впевненість у собі.

Поза теж має комунікативний сенс і репрезентує не тільки душевний стан людини, але й її наміри, налаштованість на розмову. Поза - це мимовільна або зумисна постава тіла, яку приймає людина. Вирізняють «закриті» й «відкриті» пози. Відомо, що людина, зацікавлена в спілкуванні, буде орієнтуватися на співрозмовника, нахилитиметься в його сторону, повернеться до нього всім тілом, а якщо не хоче його слухати - то відійде назад, стоятиме напівобернувшись. Людина, яка хоче заявити про себе, буде стояти прямо і вся буде напружена, якщо не потрібно підкреслювати свій статус - займе спокійну невимушену позу.

І насамкінець, хода людини, тобто стиль пересування, теж належить до важливих невербальних засобів спілкування. За ходом можна впізнати емоційний стан співрозмовника - гнів, страждання, гордість, щастя. Хода тяжка, коли людина гнівається, легка - радіє, в'яла, пригнічена - страждає. Найбільша довжина кроку, коли людина почувається гордо.

Окрему систему становлять ритміко-інтонаційні невербальні засоби: інтонація, гучність, темп, тембр, тональність. Радість і недовіра зазвичай передаються високим голосом, гнів і страх - також досить високим голосом, але в більш широкому діапазоні тональності, сили і висоти звуків. Горе, сум, втому передають м'яким і приглушеним голосом. Темп мовлення теж відтворює певний стан людини: швидкий - переживання і стривоженість; повільний - пригнічення, горе, зарозумілість чи втому.

До такесичних засобів спілкування відносять і динамічні дотики у формі потиску руки, поплескування по плечах, поцілунку. Доведено, що динамічні дотики є не лише сентиментальною дрібницею спілкування, а й біологічно необхідним засобом стимуляції. Вони зумовлені багатьма чинниками: професійним статусом партнерів, віком, статтю, характером їх знайомства. Такий такесичний засіб як поплескування по плечу можливий за умови близьких стосунків партнерів спілкування. Потиск руки може бути трьох типів: доміантним (рука зверху, долоня розвернута вниз), покірним (рука знизу, долоня розвернута вверх) та рівноправне.

Екстралінгвістична система - це наявність під час спілкування пауз, а також різних краплень у голос - сміху, плачу, покашлювання, зітхання. Ці засоби доповнюють словесні висловлювання.

Спілкування завжди просторово організоване. Американський антрополог Е. Холл увів термін «проксемика», що означає «близькість». Вчені виокремлюють чотири дистанції між учасниками спілкувального акту:

- інтимна (від 0 до 45 см) - спілкування з дітьми, дружиною, коханими, найближчими друзями;
- особиста (від 45 до 120 см) - спілкування під час зустрічей, на вечірках, у кулуарах конференцій тощо;
- соціальна (суспільна) (від 120 до 400 см) - міжособистісне спілкування з малознайомими людьми;
- громадська (відкрита) (від 400 до 750 см) виступ лектора перед аудиторією.

Проксемика - це не тільки відстань між спілкувальниками, а й конфігурація, яку вони творять. Якщо спілкувальники сидять навпроти, вони частіше конфліктують. За звичайної розмови доцільно розташовуватися під кутом один до одного. Під час ділової зустрічі сідають з одної сторони столу. Незалежна позиція визначається у розташуванні по діагоналі.

6 ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ СПІЛКУВАННЯ

Однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики є дослідження комунікативної взаємодії індивідів (жінка-чоловік) у співвідношенні з параметрами мови. Гендерний статус учасників спілкування впливає не лише на стратегію і тактику мовленнєвого спілкування, а й на його тональність, стиль, характер.

Гендерні пошуки у лінгвістиці зводяться до таких підходів: - маніфестація тендеру в стилі спілкування; - виявлення особливостей мовлення чоловіків та жінок - мовні гендерні стереотипи; - вираження тендеру на різних мовних рівнях: морфологічному, лексичному та текстуальному; - тендер і традиції мовленнєвого етикету. Як стверджують психологи, лінгвісти, стиль спілкування жінок і чоловіків найяскравіше репрезентується в діловій та професійній сфері.

Чоловічий стиль спілкування зорієнтований на систему домінування: чоловікам притаманна завищена самооцінка, самовпевненість, зосередженість на завданні, схильність до стереотипів у спілкуванні. Такий стиль називають авторитарним. Для чоловіків найважливішою є інформація, результат, факти, цифри, для них тільки одна відповідь правильна (переважно це - власна думка).

Жінки репрезентують демократичний стиль спілкування: колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, що сприяє зростання ініціативності співрозмовників, кількості нестандартних творчих рішень.

Для чоловіків характерним є виокремлення свого «Я», а для жінок - актуалізація «Ми» в налагодженні професійних ділових контактів. Типовою рисою жіночої вербальної поведінки є прагнення створити доброзичливу атмосферу спілкування, уникати засобів, що можуть образити співрозмовника, демонструвати загальну позитивну налаштованість. Щодо чоловічої вербальної поведінки, то вона демонструє її загальний негативний настрій комуніканта, зосередження на своїх власних проблемах, небажання враховувати інтереси співрозмовників.

Однією з проблем дослідження особливостей вияву людського чинника в мові є встановлення лексико-стилістичних засобів і способів їх транслювання залежно від статі комунікантів. У цьому сенсі слід наголосити на вживанні лексичних одиниць із семантичною функцією кваліфікації ступеня вияву ознаки. Для зображення вербальної поведінки жінок типовим є підсилення ступеня вияву певної ознаки шляхом таких інтенсифікаторів: дуже, надто, надзвичайно, вельми, сильно, страх (як), здорово, не на жарт, ой! ох! аж он як, тощо. Отже, жінки схильні перебільшувати вияв ознаки, а чоловіки - вживати вульгаризми, грубі й лайливі слова для висловлення сильно негативних емоцій. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (мабуть, напевне, певно, очевидно, либонь), а чоловіки демонструють свою незаперечну переконаність (я глибоко переконаний, ясна (звісна) річ, що й казати, зрозуміло). Бажання чоловіків показати у спілкуванні з жінками високий рівень ерудиції спонукає їх до вживання професійної лексики.

Гендерні особливості спілкування виразно виявляються в етикетному спілкуванні. Під час розмови жінки зазвичай відверто дивляться у вічі співрозмовника, чоловіки ж частіше уникають прямого погляду. Жінки здебільшого починають і підтримують розмову, а чоловіки контролюють і керують перебігом її. Жінки частіше ніж чоловіки просять вибачення, докладно щось пояснюють. У етикетних ситуаціях знайомства чи прощання домінує чоловіче мовлення, що виявляється у компліментах та цілуванні руки жінки. Запропоновані висновки про гендерні аспекти спілкування не претендують на вичерпність, універсальність, але заслуговують на увагу для подальших серйозних студій цієї проблеми.

7. ПОНЯТТЯ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Сфери професійних стосунків, спілкування, комунікації належать до фундаментальних вимірів людського світу. Особливої гостроти ці проблеми набувають в умовах глобалізаційних процесів, коли вельми поцінуються уміння спілкуватися, результативно вирішувати професійні проблеми, трансльовані в ту чи іншу «фахову справу». Інтереси справи, а не конкретних співрозмовників, переважають в діловому спілкуванні. Ділове спілкування - це цілеспрямований процес обміну інформацією, що переслідує конкретну мету.

Метою ділового спілкування є організація, регулювання, оптимізація професійної, наукової, комерційної чи іншої діяльності. В основі ділового спілкування лежить рух до успіху суб'єктів його. Воно концентрує в собі все те, що сприяє згуртованості, комунікативному співробітництву учасників спілкування та прояву індивідуальної ініціативи.

Ділове спілкування - це двосторонній процес, що репрезентує спільну мовленнєву діяльність, особливу форму контактів його суб'єктів, які представляють певну організацію, установу, компанію тощо. Шляхом зіставлення ділового спілкування як специфічної форми взаємодії і спілкування в цілому як загального виявлено такі його особливості:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку стосунків між представниками взаємозацікавлених установ;
- регламентованість, тобто підпорядкованість загальноприйнятим правилам і обмеженням;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст, можливі наслідки;
- творчий характер взаємин, спрямованість їх на розв'язання конкретних ділових проблем, досягнення мети;
- взаємоузгодженість рішень та подальша організація співпраці партнерів;
- взаємодія економічних інтересів і соціальне регулювання здійснюється у правових межах.

Ідеальний результат таких взаємин - це партнерські стосунки, що ґрунтуються на обопільній повазі й довірі; - значущість кожного партнера як особистості; безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що хвилюють їх внутрішній. Отже, ділове спілкування - це будь-яка професійна комунікативна діяльність (головно-мовленнєва), репрезентована сферою, яка дає відповідь на чотири запитання:

- задля якої мети ми це говоримо?
- що ми хочемо сказати?
- за допомоги яких мовних засобів ми це робимо?
- яка реакція на наше мовлення?

Ділове спілкування проникає в усі сфери суспільного життя. Компетентність у сфері ділового спілкування безпосередньо пов'язана з успіхом чи неуспіхом в будь-якій справі.

РИТОРИКА І МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

План

- 1 Публічний виступ як важливий засіб комунікації переконання
- 2 Мистецтво аргументації
- 3 Презентація як різновид публічного мовлення
- 4 Культура сприймання публічного виступу. Види запитань

1. ПУБЛІЧНИЙ ВИСТУП ЯК ВАЖЛИВИЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ ПЕРЕКОНАННЯ

Публічне монологічне мовлення є предметом дослідження риторики - теорії ораторського мистецтва, науки красномовства, яку професор Києво-Могилянської академії Феофан Прокопович вважав «царицею душ», «княгинею мистецтв», вказуючи на такі її функції, як соціальноорганізаційну (засіб агітації), культурно-освітню, а також одержання знань, збудження почуттів, формування громадської думки тощо.

Поняття «ораторське мистецтво», або «красномовство», має два значення 1) вид громадсько-політичної та професійної діяльності, мета якої - інформувати та переконувати аудиторію засобами живого слова, 2) високий ступінь майстерності публічного виступу, мистецьке володіння словом. Із моменту свого зародження в античному світі ораторське мистецтво вважалось ефективним засобом переконання людей. Ще 335 р до н е було створено першу теорію ораторського мистецтва, що зберегла своє значення й донині. Йдеться про «Риторику» Аристотеля, в якій він визначає п як мистецтво переконливого вилу, як здатність знаходити різні засоби впливу на кожний предмет. Своєрідність ораторського мистецтва як засобу переконання полягає в тому, що будь-який публічний виступ має на меті викликати духовність аудиторії, певним чином вплинути на неї. Метою переконання, на відміну від інших видів впливу на людей, є передавання інформації в такій формі, щоб вона перетворилась на систему настанов і принципів особистості або істотно вплинула на цю систему. А це можливо лише за активної діяльності аудиторії, й критичного сприйняття думок оратора. Встановлюючи зворотний зв'язок, промовець залучає аудиторію до процесу спільної мислительної діяльності. Тому важливо, щоб присутні не просто погодилися з ним, а, критично осмисливши те, про що він говорить, свідомо сприйняли його інформацію. Тоді це буде вже їхній власний погляд, він відповідатиме їхнім цінностям, етичним нормам і правилам, вони керуватимуться ним у практичній діяльності. Особливим жанровим різновидом мовленнєвої діяльності, своєрідним за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками є публічний виступ. У ньому найповніше реалізується система мисленнєво-мовленнєвих дій - уміле використання форм людського мислення (логічно-образного) та мовних засобів вираження.

Залежно від змісту, призначення, способу проголошення й обставин спілкування виділяють такі жанри публічного виступу доповідь, промова, виступ, повідомлення. Доповідь - найпоширеніша форма публічного виступу, важливий елемент системи зв'язків із громадськістю, яка порушує проблеми, що потребують розв'язання. Доповідь може бути політичною, діловою, звітною, науковою. Політична доповідь - різновид доповіді з політичних питань, у ній з'ясовуються сутність, причини, наслідки певної політичної події, розкриваються шляхи розвитку суспільства. Ділова доповідь - це офіційне повідомлення про шляхи розв'язання окремих виробничих питань життя і діяльності певного колективу, організації. Звітна доповідь - це доповідь, у якій повідомляється про роботу, виконану особою чи колективом за певний період. Наукова доповідь - це доповідь, яка узагальнює наукову інформацію, Досягнення, відкриття та результати наукових досліджень. Такі доповіді виголошують на різноманітних наукових зібраннях - конференціях, симпозіумах тощо .

Промова - заздалегідь підготовлений публічний виступ на певну актуальну тему, звернений до широкого загалу Розрізняють розважальні, інформаційні, агітаційні, вітальні промови.

Виступ - публічне виголошення промови з одного чи декількох питань Поширеним є виступ за доповіддю. У такому виступі орієнтовно має бути вступ (вказівка на предмет обговорення), основна частина (виклад власних поглядів на певне питання), висновки (пропозиція, оцінка).

Повідомлення - невеликий публічний виступ з певної теми.

Названі жанри публічного виступу близькі за змістом і формою, про особливості їх підготовки та виголошення буде подано узагальнено.

Публічний виступ потребує ретельної попередньої підготовки, що відбувається у кілька етапів:

1. Обдумування та формулювання теми, визначення низки питань, виокремлення принципів положень.

2. Добір теоретичного і практичного матеріалу (опрацювання літератури). На цьому етапі важливо не просто знайти і опрацювати матеріал, а глибоко його осмислити, визначити головне і другорядне, інтегрувати основні положення за кількома джерелами.

3. Складання плану, тобто визначення порядку розташування окремих частин тексту, їх послідовності та обсягу.

4. Складання тез виступу.

5. Написання остаточного тексту виступу.

Архітектоніка (будова) виступу. Щонайперше складають план, у якому відтворюють основні пункти виступу, інформацію, яка потребує точності дати, статистичні дані, цитати, які повинні бути лаконічними з покликанням на джерело. Наступний етап підготовки виступу - структурування зібраного матеріалу, компонування тексту виступу, який містить вступ, основну частину та висновки.

Вступ. Початок виступу є визначальним і повинен чітко й переконливо передавати причину виступу. Першочергове завдання доповідача на цьому етапі - привернути й утримати увагу аудиторії. Для того, аби не дозволити думкам слухачів розпорозитися, вже після перших речень виступу необхідно висловлюватися чітко, логічно та змістовно, уникаючи зайвого. Відповідно речення мають бути короткими і стосуватися сутності питання, варто інтонаційно виділяти найважливіші місця висловлювання і виражати своє ставлення до предмета мовлення.

Вступ має три рівні: структурний - повідомлення теми та мети виступу, змістовий - актуальність та специфіка теми, значення її для цієї аудиторії, стислий виклад історії питання, психологічний — створення атмосфери доброзичливості та зацікавлення. Залежно від категорії аудиторії використовують штучний - для критично налаштованої аудиторії, природний - для позитивно налаштованої аудиторії, змішаний види вступу. Види штучного вступу притча, легенда, казка, афоризм, аналогія, співпереживання, апеляція до інтересу аудиторії, гумор, проблемне питання, покликання на авторитети, наочний матеріал, раптовий початок. Види природного вступу пояснення мети, теми, причини, презентація однодумців, історичний огляд. Змішаний - поєднання названих вище видів вступу. Варто уникати у вступі таких висловлювань: Перепрошую, що займаю Ваш час, Основне було сказане попередніми доповідачем, Ось тут, як Ви чули, багато говорили і, Дякую вельмишановному голові, який люб 'язно дав мені можливість тощо.

Практичні поради доповідачеві:

- подякуйте тому, хто вас представив аудиторії,
- чітко назвіть тему виступу та проблему, яку розкриватимете,
- стисло поясніть, у який спосіб ви аналізуватимете проблему, на і насамперед, звернете увагу.

Основна частина. В основній частині викладається суть проблеми, наводять докази, пояснення, міркування відповідно до попередньо визначеної структури виступу. Слід пояснити кожен аспект проблеми, добираючи переконливі цифри, факти, цитати (проте кількість подібних прикладів не має бути надто великою - нагромадження ілюстративного матеріалу не повинно поглинати змісту доповіді). Варто подбати про зв'язки між частинами, поєднавши їх в єдину струнку систему викладу, усі питання мають висвітлюватися збалансовано (при цьому не обов'язково кожному з них приділяти однакову кількість часу). Статичний опис мусить плавно перейти у динамічну, рухливу оповідь, аби за допомоги системи логічних аргументів розкрити сутність питання, поступово нарощуючи аргументацію так, щоб кожна наступна думка підсилювала попередню, а найсильші аргументи виголошувати в кінці - це забезпечить стійкий інтерес слухачів, дасть змогу підтримувати уваги аудиторії. Постійно й уважно потрібно стежити за відповідністю між словом і тим, що воно позначає. Надзвичайно важливо продумати, в яких місцях виступу потрібні своєрідні «ліричні» відступи, адже суцільний текст погано сприймається, при цьому не слід забувати, що вони мають обов'язково бути лаконічними й ілюструвати виступ.

Висновки. Важливою композиційною складовою будь-якого виступу є висновок. У ньому варто повторити основну думку, заради якої виголошувався виступ, підсумувати сказане, узагальнити думки, висловлені в основній частині. Висновки мають певним чином узгоджуватися зі вступом і не випадати з загального стилю викладу.

Зазвичай під час виступу у слухачів виникають запитання, тому, закінчивши виступ, варто з'ясувати в аудиторії, чи є запитання. Якщо запитання ставлять усно, слід вислухати його до кінця, подякувати і чітко відповісти на нього. Письмові запитання зачитують вголос, після чого відповідають. У тому разі, якщо, готуючись до виступу, доповідач вирішить записати доповідь на папері, йому слід врахувати, що розмовна мова значною мірою різниться від писемної, вона менш формалізована, вільніша, сприймається легше.

До технічних чинників виразного мовлення належать дихання, голос, дикція (вимова), інтонація (тон), темп, жести, міміка. Лише досконале володіння кожним складником техніки виразного мовлення може гарантувати високу якість мовлення. Жести у поєднанні зі словами стають надзвичайно промовистими: вони підсилюють емоційне звучання сказаного. Щоб оволодіти бодай азами жестикулювання, потрібне тривале тренування, розуміння значення кожного жесту. Наведемо загальні рекомендації щодо використання жестів: не жестикулюйте руками упродовж усього виступу, кількість жестів, їх інтенсивність повинна відповідати своєму призначенню тощо. Голос, тон, виклад, уся сукупність виразових засобів і прийомів повинні свідчити про істинність думки й почуття промовця. Фахівці з основ красномовства рекомендують обов'язково проводити репетицію перед виступом.

Фахівці з ділової риторики пропонують ораторові дотримуватися таких порад під час публічного виголошення виступу.

1. Якщо ви прагнете привернути увагу аудиторії: активізуйте увагу слухачів, зацікавте їх, переконайте, що ваш виступ буде свіжим, яскравим, образним; слухачі повинні заохочено слухати вас; дайте їм зрозуміти, що факти, які ви збираєтеся розкрити, зрозумілі й цікаві; • не зловживайте під час виступу запитальними формами, оскільки це може ввести в оману слухачів; не плутайте основну думку з доказами та ілюстраціями, виокремлюйте її інтонаційно; • якщо у вас виник сумнів, зробіть паузу, поясніть детально основну думку і лише потім продовжуйте далі.

2. Якщо ви бажаєте завоювати довіру слухачів: • слова вимовляйте чітко, переконливо; • у мовленні й поведінці все повинно бути злагодженим: слова, постава, жести; зацікавте аудиторію описами, порівняннями, зіставленнями, протиставленнями;

аудиторія завжди охоче сприймає цікаву інформацію; структуруйте матеріал на прості і зрозумілі елементи, щоб слухачам було легше їх запам'ятати; • демонструйте різні підходи до вирішення проблеми. Щоб набути досвіду справжнього оратора, варто після кожного публічного виступу аналізувати його.

2. МИСТЕЦТВО АРГУМЕНТАЦІЇ

Аргументація у широкому вжитку означає майстерний добір переконливих доказів. В основі аргументації лежить складна логічна операція, що є комбінацією суджень як елементів доведення.

Доведення - це сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомоги інших істинних і пов'язаних з ним суджень. Структура доведення складається з тези, аргументів, демонстрації (форми доведення).

Теза - це судження, істинність якого потребує доведення. Переконати когось у своїй правоті означає створити у нього впевненість в істинності тези. Порушення цього правила призводить до логічної помилки - втрати або підміни тези. Якщо втрата тези є мимовільною помилкою недосвідченого оратора, то підміна тези - цілеспрямованою дією особи, яка її висунула.

Аргументи (докази) - це ті істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези. Розрізняють такі види аргументів: вірогідні одиничні акти, визначення, аксіоми та постулати, раніше доведені закони науки та теореми. Докази мають відповідати таким логічним вимогам, як істинність, підтвердження висунутої тези, очевидна істинність поза висунутою тезою. Необхідно заздалегідь підготувати достатню кількість аргументів, які повинні бути вивіреними. Важливе значення має послідовність наведення аргументів. Демонстрацією (формою доведення) називається засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини. За формою докази переділяються на прямі та непрямі. Прямим називають такий доказ, в якому безпосередньо (прямо) обґрунтовують істинність тези. Наприклад, довести, що 1992 р був високосним, можна на основі аргументу-визначення, що таке високосний рік, тобто діленням його двох останніх цифр на чотири. Непрямим називається такий доказ, в якому істинність обґрунтовується шляхом доведення помилковості протилежного твердження. Інколи непрямий доказ називають доведенням за допомоги доведення до абсурду.

Спростування - це логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези. Тезою спростування називають судження, за допомоги якого заперечується теза. Існують три засоби спростування критика аргументів, спростування тези (пряме і непряме), виявлення неспроможності демонстрації. Критика аргументів, які висунуті опонентом в обґрунтуванні його тези, зреалізовується доведенням їхньої хибності або неспроможності. Але хибність аргументів ще не означає хибності самої тези. Спростування тези досягається відкиданням фактів, встановленням хибності (або суперечності) наслідків, що впливають з тези, спростуванням тези через доведення антитези. Виявлення неспроможності демонстрації полягає в тому, що встановлюються помилки у формі самого доведення. Правила доказового міркування, що стосуються тези по-перше, теза повинна бути логічно визначеною, ясною і чіткою, по-друге, вона повинна лишатися тотожною самій собі упродовж усього доведення. Правила щодо аргументів вони мають бути істинними і не суперечити один одному, достатньою основою для підтвердження тези, такими судженнями, істинність яких доводиться самостійно, незалежно від тези. Правило щодо форми обґрунтування тези вона повинна бути висновком, що логічно випливає з аргументів за загальними правилами виводу або має бути одержаною згідно з правилами непрямого доведення.

Обговорення теоретичних і практичних проблем іноді переростає у дискусію - широке публічне обговорення якого-небудь спірного питання, висловлення різних думок з

приводу певного питання. Логічною основою дискусії є правильно побудований процес доведення тези та її спростування. Суб'єктами дискусії є пропонент, опонент та аудиторія.

Пропонент (від лат. *proponere* - той, хто щось стверджує, доводить) - учасник дискусії, доповідач, дисертант, дипломник, що висунув і відстоює певну тезу, ідею або концепцію.

Опонент (від лат. *opponere* - той, що протиставляє, заперечує) - особа (учасник дискусії, співдоповідач або рецензент), яка заперечує або спростовує думки пропонента, чи оцінює. Існують різні ступені незгоди опонента з пропонентом: незгода у формі сумніву (в пасивній формі висловлюється певний сумнів щодо тези пропонента), деструктивна незгода (руйнується теза пропонента), конструктивна незгода (не тільки руйнується теза пропонента, а й висувається і доводиться інша, власна, теза). Якщо опонент не погоджується з аргументом пропонента, то останній може обрати той чи інший варіант поведінки: відмовитися від аргументу, замінити його іншим, знайти додаткові факти на користь висунутого аргументу.

Аудиторія - це третій, колективний суб'єкт дискусії, оскільки як пропонент, так і опонент не тільки намагаються переконати один одного, а й схилити всіх присутніх на свою сторону. Досягнення певної мети суттєво полегшується, якщо ретельно продумати і майстерно застосувати адекватні цій меті засоби її досягнення. Мовленнєва стратегія - це комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети. Стратегії орієнтовані на майбутні мовленнєві дії, пов'язані з прогнозуванням ситуації. Мовленнєва тактика - конкретні мовленнєві дії під час спілкування, спрямовані на реалізацію стратегії і досягнення комунікативної мети.

Основні тактики аргументаційної стратегії:

- Тактика контрастного аналізу ґрунтується на прийомі зіставлення. Зіставлення фактів, подій, результатів, прогнозів сприймається адресатом як переконливий аргумент.

- Тактику вказівки на перспективу спрямовано на те, щоб висловити стратегічну мету, позиції і наміри мовця. Вказівка на перспективу містить пропоноване рішення і передбачуваний результат

- Тактика обґрунтованих оцінок, за допомогою якої промовець прагне об'єктивно оцінити предмет і мотивувати оцінку. Відомо, що суб'єктивна думка не переконлива, тоді як аргументована оцінка набуває статусу логічного доказу.

3. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ЯК РІЗНОВИД ПУБЛІЧНОГО МОВЛЕННЯ

Уміння представляти проекти (презентації), звітувати, переконувати, якісно інформувати аудиторію є досить важливою складовою вмінь майбутнього фахівця. Презентація - спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого переконати або спонукати її до певних дій. Презентацію здійснюють через три канали: вербальний - те, що я говорю, вокальний - те, як я говорю, невербальний - вираз очей, жести, рухи. Вплив на аудиторію суттєво посилюється завдяки володінню вокальним і невербальним засобами. Презентація може бути успішною і неуспішною.

Успішна - це презентація, під час якої досягнуто поставлену мету, неуспішна - аудиторію не вдалося переконати, підсумком стало розчарування як аудиторії, так і презентатора. Основними причинами неуспішної презентації є

- нездатність подолати хвилювання перед великою аудиторією,
- недоліки у плануванні й підготовці презентації,
- погано організований, неструктурований зміст,
- недостатній контакт з аудиторією,
- неухважність до деталей,
- відсутність відчуття часу,
- неефективне використання наочних засобів,
- перевантаження інформацією.

Важливим для успіху презентації є її планування.

План презентації:

1. Мета і завдання презентації.
2. Тема і предмет презентації.
3. Аудиторія, на яку спрямована презентація.
4. Початок і тривалість виступу.
5. Місце проведення презентації

Сучасному фахівцеві часто доводиться готувати і виголошувати публічні виступи як у межах своєї установи, так і поза нею. Ефективній підготовці сприяють засоби PowerPoint, що є складовою пакета Microsoft Office. Вони дають змогу за допомоги комп'ютера досить швидко підготувати набір слайдів, що супроводжує виступ. Цей набір називається презентацією.

Слайди можна подати як у чорно-білш гамі, так із використанням різних кольорових схем і видів оформлень, створених як професійними дизайнерами, так і автором презентації. Слайди можуть містити текст, таблиці, діаграми, рисунки, відеокліпи, звуковий супровід тощо.

Розрізняють такі види презентацій:

Презентація за сценарієм - це традиційна презентація зі слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор. Використання тексту в поєднанні з діаграмами, графіками та ілюстраціями дає змогу зосередити увагу слухачів на основних твердженнях і сприяє кращому запам'ятовуванню інформації. Озвучує матеріал зазвичай сам ведучий

Інтерактивна презентація - це діалог користувача з комп'ютером. Користувач приймає рішення, який матеріал для нього важливий, і вибирає на екрані потрібний об'єкт за допомоги миші або натисненням на клавіші. У цьому випадку видається інформація, на яку є запит. Інтерактивна презентація дає змогу здійснювати пошук інформації, заглиблюючись в неї настільки, наскільки це було передбачено розробником презентації. Така презентація захоплює користувача і утримує його увагу.

Автоматична презентація - це закінчений інформаційний продукт, перенесений на відеоплівку, дискету, компакт-диск і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості.

Навчальна презентація призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне і наочне викладання теоретичного і практичного матеріалу. Навчальні презентації переділяються на такі види: - презентації-семшари, - презентації для самоосвіти, - презентації-порадники.

Успіх будь-якої презентації, незалежно від її мети, типу, теми, складу аудиторії, визначається умінням доповідача презентувати свій задум. Структурні компоненти презентації:

- Експозиція - це встановлення миттєвого контакту з аудиторією створення атмосфери доброзичливості, утримування уваги та спонукання інтересу до теми презентації. Вона повинна бути короткою, захопливою, оригінальною.

- Вступ, якому відводиться 5-10 % від перебігу всієї презентації, можна умовно переділити на 2 блоки початок і вступ. Завдання - встановлення (якщо не вдалося під час експозиції) чи закріплення контакту з аудиторією, виклад лаконічних зауважень стосовно теми презентації.

Вступна частина презентації передбачає такі етапи 1) привітання, вступні зауваження, 2) пояснення мети презентації, 3) огляд основних етапів презентації, використання допоміжних засобів, 4) пропозиція ставити запитання після або під час презентації. Вступ повинен допомогти аудиторії знайти відповіді на такі запитання, як: Що я почую, побачу?, У якій послідовності я це почую?, Чому це мені буде цікаво ?

- Основна частина - це серцевина виступу, плануючи яку доцільно виокремити ключові положення, переходи-зв'язки. Будь-яке велике повідомлення для того, щоб бути засвоєним, повинно містити один, іноді два і зрідка три пункти (ключових тез). Це дозволяє логічно структурувати матеріал, аби він був зручним для сприймання. Основна частина становить 70-85 % презентації. Завдання її - схарактеризувати ситуацію, подати можливі засоби для її покращання й обов'язково запропонувати власний варіант її реалізації - кульмінація презентації. При цьому варто спонукати аудиторію до прийняття рішень і дій, вказавши на переваги своєї пропозиції.

Залежно від типу презентації за цільовим критерієм (інформаційна, спонукальна, переконлива), різняться і методи розгортання презентації інформаційна презентація послуговується хронологічним, географічним чи просторовим, індуктивним, причинно-наслідковим, дефініційним викладом, спонукальна та переконлива - методами індукції, дедукції, аналогії, причинно-наслідкового зв'язку чи за певною схемою (теорія і практика, обов'язок і вигода, факт і його практичне значення). Здебільшого використовують змішаний тип композиції, за якого презентатор комбінує різні методи викладу матеріалу, що дозволяє зробити структуру основної частини більш оригінальною.

- Резюме підсумовує сказане, ущільнює зміст і свідчить про те, що презентація наближається до завершення.

- Висновок - вихід з контакту, завершення спілкування. Це не тільки висловлення подяки за увагу, а ще одна фінальна спроба переконати аудиторію, тобто досягти мети презентації. Висновок має бути виразним, коротким й обов'язково оптимістично-ажорним.

Відомо, що промовця слухають більш уважно на початку й наприкінці презентації, це називають «законом краю». Продумуючи експозицію та висновок, важливо виявити почуття міри, бо занадто яскравий, образний початок зобов'язує витримати цю тональність упродовж усієї презентації. Способи завершення презентації неочікуване завершення, резюме, жарт, оптимістичний або спонукальний заклик, заклик до дії, комплімент на прощання, висловлення вдячності. Презентація не закінчується тоді, коли все викладено, а коли сказали про її завершення.

4. КУЛЬТУРА СПРИЙМАННЯ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ. ВИДИ ЗАПИТАНЬ

Важливим компонентом техніки професійного спілкування є вміння слухати. Слухання не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота, якій передують бажання почути, інтерес до співрозмовника. Розпізнання істинного змісту повідомлення або поведінки означає перший крок до правильного вибору засобів впливу на співрозмовника. Часто заважає слухати зосередженість на власних думках, проблемах або бажаннях, іноді буває так, що формально ми чуємо партнера, а насправді - ні, тобто виникає «псевдослухання», імітація уваги до співрозмовника.

Поширеним є «агресивне» слухання - прагнення якомога швидше висловити власні погляди і судження, не беручи до уваги позицію партнера.

«Вибіркове» слухання дає можливість зосередитися лише на деяких деталях повідомлення, найбільш важливих або цікавих для реципієнта, за цих умов не вимальовується загальна картина, вона залишається мозаїчною.

Розглядаючи слухання як елемент техніки професійного спілкування, виділяють два його типи: пасивне й активне. Пасивне - це таке слухання, за якого відсутні дії реципієнта, що інформували б про те, чи сприйняли й зрозуміли його повідомлення. З метою кращого порозуміння співрозмовників рекомендують використовувати техніку активного слухання: з'ясування, дослівного повторювання, перефразовування і резюмування. З'ясування полягає у зверненні до співрозмовника за уточненнями та у постановці перед ним відкритих запитань. Дослівне повторювання - відтворення частини

висловлення партнера або усієї його фрази. Воно допомагає зосередитися на його словах й постійно стежити за міркуваннями співрозмовника. Повторювання дає змогу партнерові зрозуміти, що його чують і сприймають. Перефразовування - коротке відтворення основного змісту повідомлення співрозмовника, сутності його висловлення. Резюмування використовується, якщо під час виступу увага переключається на інше, нерідко другорядне питання. Під час сприймання публічного виступу слухачів зазвичай дратують:

- розповіді про особисті справи;
- банальність (розмова про відомі всім речі, повторення жартів та афоризмів);
- пасивність (підтакування співрозмовникові та небажання висловлювати умотивовану думку);
- самозаглиблення (зосередженість лише на своїх успіхах і проблемах);
- надмірна серйозність; відсутність такту, схильність до спішних висновків; • гордовитість і зневага до співрозмовника;
- брутальність, надмірна балакучість.

Логічності виступу сприяють питальні конструкції, оскільки розвиток суджень відбувається шляхом переходу від раніше відомого до нового, більш точного твердження. Ставлячи питання, формують відповідь на нього. Функції питальних висловлювань визначаються їх місцем в структурі тексту виступу і комунікативним завданням. За їх допомоги окреслюють проблему, викладають нову інформацію.

Розрізняють такі види запитань, якими послуговуються під час виголошення і сприймання публічного виступу.

Закрите запитання - це запитання, на яке можна відповісти однозначно, наприклад: «так/ні», назвати точну дату, ім'я або число тощо, їх використовують, щоб отримати конкретну інформацію, уточнити твердження, сфокусувати розмову.

Відкриті запитання - це запитання, на які важко відповісти одним словом. Воно зазвичай починається словами чому, навіщо, у який спосіб, яка ваша думка з цього приводу, що ви могли б нам запропонувати тощо - це вимагає розгорнутої відповіді. Ними послуговуються на початку дискусії.

Альтернативні запитання - це щось середнє: ставлять їх у формі відкритого запитання, але при цьому пропонують варіанти відповіді.

Риторичні запитання не потребують відповіді на відміну від звичайних. До них вдаються у двох випадках: 1) відповідь і так усім слухачам відома, треба тільки актуалізувати її для сприймання слухачем; 2) таке запитання, на яке ніхто не знає відповіді або її й зовсім не існує, на взірць: Хто винен? Що робити? Куди йдемо? Однак промовець, не чекаючи відповіді, вважає за потрібне поставити запитання, щоб підкреслити незвичайність ситуації.

Підтверджувальні запитання (техніка Сократа): одержати від співрозмовника низку відповідей «так», щоб або створити атмосферу згоди, або додати розмові інерції та змусити вимовити «так» на головне запитання. Це можна зробити за допомоги зв'язок, тобто фраз, складених за схемою: спочатку твердження, потім запитання, що потребує твердження. Стандартні зв'язки: Правда? Ви згодні? Справді? Правильно? Дійсно? Чи не так? Чи не правда?

Спрямовувальні запитання використовують тоді, коли потрібно скерувати розмову у потрібному напрямку.

Запитання-кристалізатори допомагають шліфувати думку.

Інформаційні запитання забезпечать отримання інформації.

Однополюсні запитання віддзеркалюють запитання співрозмовника.

Проблемні запитання формулюють мету виступу, мікротему, визначають завдання.

Провокаційні запитання підбурюють на певні дії, спонукають

Навідні запитання стимулюють мислення, спрямовують хід думок у потрібному напрямку (Що б трапилося, якщо ? Чи віддаєте ви перевагу ?), на отримання відповіді, яка зміцнить позицію промовця (Так, Ви думаєте, що було б доцільно ?)

Прикінцеві запитання використовують на етапі завершення розмови, виступу, їм мають передувати одне-два підтверджувальні запитання. Наприклад: Чи переконалися ви, наскільки ця думка є слушною ? Чи зміг я вас переконати, у чому перевага саме цієї пропозиції ?.

Потім без додаткового переходу можна ставити прикінцеве запитання Уміле використання промовцем у своєму виступі різних запитань сприятиме ефективному сприйманню слухачами виступу.

КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ

План

1. Особливості усного спілкування.
2. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування.
3. Функції та види бесід.
4. Співбесіда з роботодавцем.
5. Етикет телефонної розмови.
6. Етичні питання використання мобільних телефонів.

1. ОСОБЛИВОСТІ УСНОГО СПІЛКУВАННЯ

Як уже зазначалося, спілкування за формою знакового представлення поділяють на усне, письмове та друковане. Усне спілкування - це форма реалізації мовної діяльності за допомоги звуків, що являє собою процес говоріння. Воно широко застосовується в різних сферах суспільної діяльності людей. Фахівці з проблем спілкування чітко визначають найважливіші особливості усного спілкування у порівнянні з писемним.

1. Усне – первинне, монологічне, діалогічне, полілогічне. Розраховане на певних адресатів у конкретній ситуації, не підготовлене заздалегідь (здебільшого). Живе, без старанного мовного оформлення. Усне – імпровізоване; інтонація, міміка, жести (невербальні засоби). Чітко індивідуалізоване. Емоційне й експресивне. Повтори, перебивання, повернення до вже сказаного тощо. Обмежене в часі. Особливості комунікативної ситуації.

2. Писемне – вторинне, монологічне, найчастіше - з невизначеним адресатом, без урахування ситуації, попередньо обдумане. Реальний, дбайливий добір фактів та їх мовне оформлення. Докладний і ґрунтовний виклад думок. Відсутність цих засобів. Поглиблена робота над словами і текстом. Редагування думки і форми її вираження. Самоаналіз написаного, можливість багаторазового переписування і вираження. Можливість перечитування. Текстові характеристики.

Отже, для усного спілкування визначальним є: безпосередня наявність адресата, замкнена цілісна комунікативна ситуація, складниками якої є комуніканти й текст, невербальні засоби спілкування, інтонація, емоційність та експресивність. Головна складність в оволодінні усним спілкуванням є необхідність і вміння визначити на слух (навіть інтуїтивно) доцільність чи недоцільність того чи іншого слова, звороту, інтонації, манери мовлення в кожній конкретній ситуації.

2. ІНДИВІДУАЛЬНІ ТА КОЛЕКТИВНІ ФОРМИ ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Усне фахове спілкування відбувається у межах конкретних форм, яким властива особлива організація мовних засобів. В основу виокремлення цих форм покладено різні критерії:

1. За способом взаємодії між комунікантами виділяють: • монологічне (говорить один учасник спілкування); • діалогічне (зазвичай розмовляє двоє осіб); • полілогічне спілкування (розмовляють троє і більше учасників).

2. За кількістю учасників виокремлюють: • індивідуальне (спілкуються двоє); колективне спілкування.

3. З урахуванням каналів комунікації виділяють: безпосереднє спілкування («обличчя до обличчя»); • опосередковане (телефон, радіо, телебачення).

4. Залежно від змісту повідомлення розрізняють: побутове (обговорення щоденних проблем); наукове (обговорення наукових проблем); фахово-ділове (спілкування між людьми як представниками фахових установ); естетичне (передавання естетичної інформації).

Усі ці форми мовленнєвого спілкування істотно різняться між собою і мають свою специфіку. Особливе значення для фахової підготовки мають такі форми мовного спілкування як діалог, монолог і полілог.

Діалог - це форма ситуаційно зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються (мовець стає адресатом, а адресат перетворюється на мовця). Висловлювання у діалозі називаються репліками (комунікативними кроками). Діалогічне професійне спілкування завжди прогнозує мету і завдання, формується під впливом мотивів фахової діяльності. Найхарактерніші ознаки діалогу: • безпосередність словесного контакту двох учасників спілкування; швидкий обмін репліками без попереднього обмірковування; • ситуативна залежність реплік; можливість імпліцитного способу передачі інформації (репліки скорочені, нерозгорнуті); використання невербальних засобів (жести, міміка, рухи тіла, погляд, відстань тощо), що реалізують візуально; зорове й слухове сприйняття учасників діалогу; важливість інтонації, тембру, тональності. Інтонація сприяє формуванню діалогічного контексту.

Монолог – форма мовлення адресата, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом. Отже, реакція слухача не матеріалізується в знаковій формі мови. Усі форми усного монологічного мовлення можна переділити на дві групи: • безпосередньо-контактне, або аудиторне монологічне мовлення (мовець і слухач перебувають у прямому контакті, бачать і чують один одного); • посередньо-контактне, або мікрофонне мовлення (радіо, телебачення). Окреме місце займає внутрішній монолог - мовлення «про себе», міркування, роздуми. Найважливіші ознаки монологу: • односторонній характер висловлювання, не розрахований на негайну реакцію слухача; • підготовленість і плановість (лекція, доповідь тощо); • певна тривалість у часі; • індивідуальна композиційна побудова значних за розміром уривків; • розгорнутіші й складніші синтаксичні побудови; • композиційна завершеність і загальна структурна цілісність висловлювання.

Полілог – форма спілкування між кількома особами. Полілог характеризується такими ознаками: • залежність від ситуації, в умовах якої відбувається спілкування; • високий рівень непередготовленості; • істотне значення правил ведення полілогу; • більш-менш однакова участь у спілкуванні всіх учасників. У межах названих форм і відбувається усне фахове спілкування.

3. ФУНКЦІЇ ТА ВИДИ БЕСІД

Серед індивідуальних форм усного професійного спілкування найбільш поширеною є ділова бесіда.

Бесіда – це розмова двох чи більше осіб з метою отримання певної інформації, вирішення важливих проблем. Бесіда - чи не найскладніший з усіх жанрів усного фахового спілкування, оскільки значною мірою це експромт, а для експромту треба мати значний життєвий досвід, величезний запас теоретичних знань, а також досконало володіти мовним етикетом.

Щоб досягти успіху під час бесіди, треба: - ретельно готуватися до бесіди; - бути уважним і тактовним до співрозмовника; - постійно стимулювати у співрозмовника зацікавленість розмовою; - вміти слухати співбесідника, враховувати його погляди, думки і докази; - стежити за реакцією партнера й відповідно коригувати свої дії; - висловлювати свої думки точно, логічно, переконливо; - створювати атмосферу довіри, щоби повернути до себе співрозмовника.

Для того, щоб бесіда була ефективною, не можна: • перебивати співрозмовника; • різко прискорювати темп бесіди; • негативно оцінювати особистість співрозмовника; • підкреслювати відмінність між особою та співрозмовником; • зменшувати дистанцію. Залежно від змісту ділових бесід можуть виконувати різні функції: • обмін інформацією; • формування перспективних заходів; • контроль і координацію певних дій; • взаємне спілкування під час вирішення актуальних проблем; • підтримку ділових контактів на різних рівнях; • пошук, висунення нових ідей; • стимулювання дій у новому напрямку; • розв'язання етичних проблем, що виникли під час спілкування.

Існують різні види бесід. Залежно від мети спілкування та змісту бесіди поділяють на: • ритуальні; • глибинно-особистісні; • ділові.

Залежно від кількості учасників виокремлюють такі бесіди: • індивідуальні; • групові. Індивідуальна бесіда - це розмова двох осіб, які прагнуть (окоє або один) до досягнення певної мети. Вона сприяє встановленню між співрозмовниками дружніх стосунків, взаєморозуміння, а також стимулює партнерів до взаємовигідної співпраці.

Ділова бесіда – це спілкування між особами з метою встановлення ділових стосунків, вирішення ділових проблем або вироблення правильного підходу до них. Зазвичай предметом обговорення під час ділових бесід є конкретна справа. Ділова бесіда є цілеспрямованим спілкуванням з передбачуванним або попередньо запланованим результатом. Прикладами таких бесід є: обговорення нових проєктів, бесіда з партнером по бізнесу, співбесіда з роботодавцем.

Фахівці з проблем ділового спілкування визначають ті чинники, що надають перевагу бесіді як формі взаємного спілкування: • можливість диференційованого підходу до предмета обговорення з урахуванням поглядів, думок інших з метою прийняття оптимального рішення; • швидкість реагування на висловлювання співбесідника з урахуванням його зауважень і пропозицій; • підвищення компетентності співрозмовників за рахунок обміну думками; • усвідомлення єдності позицій у вирішенні проблеми; • відчуття власної значущості під час вирішення проблеми, отримання результату.

Зазвичай бесіда має такі етапи:

1. Визначення місця й часу зустрічі (на нейтральній, своїй, чужій території).

2. Початок бесіди. Він відіграє особливу роль у створенні сприятливої атмосфери спілкування. Отже, на початку бесіди передусім слід заручитися прихильністю свого співрозмовника, тобто справити приємне враження про себе. Час, відведений на це, досить обмежений, а тому слід продумати форму вітання, початкову фразу. На цьому етапі важливе значення мають невербальні форми взаємодії - вираз обличчя, поза, вітальний жест.

3. Формування мети зустрічі.

4. Обмін думками та пропозиціями.

5. Закінчення бесіди.

Під час бесіди слід триматися скромно, але впевнено. Не варто розмовляти уривчасто, ви маєте бути спокійним, чемним, щоб створити психологічно сприятливу атмосферу довіри, доброзичливості.

Десять правил успішної бесіди:

1. Ретельна підготовка. Перед початком бесіди складіть її план, проаналізуйте ситуацію.

2. Пам'ятайте, до чого Ви прагнете. Чітко сформулюйте мету бесіди, виберіть стратегію та тактику проведення бесіди.

3. Намагайтеся створити атмосферу довіри. Співбесідник намагатиметься зробити для Вас щось хороше, якщо Ви справите приємне враження на нього.

4. Не підозрюйте співбесідника в ненадійності. Взаємна довіра завжди необхідна, аби досягти поставленої мети.

5. З'ясуйте перед бесідою, чи має ваш співбесідник відповідні повноваження.

6. Не змушуйте співбесідника постійно приймати рішення.

7. Зосереджуйтеся на реальних потребах, а не на амбіціях. Поважайте думки співрозмовника, як свої власні. Дотримуючи цього правила, Ви матимете більше шансів оминати гострі кути й узгодити рішення.

8. Слухайте уважно співбесідника й ставте коректні запитання. Уміння слухати співрозмовника спонукає його до висловлювання власних думок, почуттів, переконань. Тоді виникає мить ширості, істинності, взаєморозуміння, поваги.

9. Працюйте на перспективу, а не на проміжні результати.

10. Підсумуйте результати бесіди.

4. СПІВБЕСІДА З РОБОТОДАВЦЕМ

Співбесіда з роботодавцем – це спеціальна бесіда, під час якої роботодавець оцінює претендента на вакантну посаду. Успіх або неуспіх під час співбесіди залежить не тільки від професійних якостей (освіти, досвіду, уміння спілкуватися), а й від того, яке перше враження ви справите на роботодавця. Інколи воно матиме вирішальне значення, якщо, звичайно, ваша фахова підготовка відповідатиме вимогам роботодавця.

Отже, неабияке значення для досягнення успіху матиме підготовка до співбесіди:

1. Зберіть якомога більше інформації про установу, в яку вас запрошують на співбесіду. Таку інформацію можна одержати різними способами: • прочитати в Інтернеті або газетній статті про організацію; • ознайомитися з продукцією чи послугами, які надає установа; • поговорити з людиною, яка працює або працювала в цій організації; • поспілкуватися з консультантом агентства, куди ви звернулися. Що треба знати про організацію, в яку ви йдете на співбесіду: • які послуги або продукцію пропонує організація; • кому і де реалізує свою продукцію; • скільки років уже існує; • юридичний статус організації; • склад керівництва та як часто змінюється; • який має прибуток; • чи проводилося скорочення штатів за останні три роки; • відгуки преси про установу; • ставлення керівництва до працівників; • нові проекти, що розробляються в організації; • партнерів за кордоном; • чи входить організація в інше об'єднання.

2. Приготуйте копії дипломів, свідоцтв, резюме та інших необхідних документів. Особи творчих професій можуть принести свої статті, малюнки тощо.

3. Приготуйтеся назвати прізвища і контактні телефони осіб, які можуть дати вам рекомендаційного листа.

4. Заздалегідь дізнайтеся точну адресу організації. Розрахуйте так свій час, щоби ви прийшли за 15 хвилин до початку співбесіди. Якщо ж ви запізнюєтеся, то обов'язково зателефонуйте й повідомте про це, а пройшовши, попросіть вибачення.

5. Подбайте про діловий стиль одягу. Не можна приходити на співбесіду в мініспідниці, джинсах чи супермодному одязі, треба дотримуватися в усьому міри.

6. Складіть список очікуваних запитань та підготуйте на них відповіді. Під час співбесіди з роботодавцем потрібно бути готовим до 9 найбільш підступних запитань: 1. Розкажіть про себе. За допомогою цього запитання можна багато дізнатися про кандидата на вакансію, зокрема про його пріоритети в житті. 2. Назвіть свої недоліки (слабкі сторони). У жодному разі не відповідайте чесно, найліпше відповісти нейтрально: «У мене, безперечно, є недоліки, але вони жодним чином не впливають на роботу». 3. Чому ви звільнилися з попереднього місця роботи? Чому ви вирішили змінити місце роботи? Не варто розповідати про конфлікт, якщо навіть він мав місце, і звинувачувати свого колишнього керівника. Краще відповісти: «Не було професійного зростання». 4. Назвіть бажаний мінімум і максимум зарплатні. Можна з'ясувати, яку зарплатню фірма збирається вам запропонувати. Якщо змушені будете назвати конкретну суму, то можна називати суму, яка на 10-15 % вища попередньої зарплати. Максимум - 30%. 5. Які ваші найбільші досягнення? Складіть список своїх успіхів за останні роки. Якщо ви не можете похвалитися супердосягненнями, то можна розповісти про те, що на попередньому місці ви опанували нову комп'ютерну програму, вивчили іноземну мову. 6. Як довго плануєте працювати у нашій фірмі? Відповісти можна так: «Щоби відповісти на це запитання, я повинен попрацювати деякий час і зрозуміти, чи подобається мені колектив, яка атмосфера у колективі; чи цікавими будуть завдання, які я буду виконувати. Якщо мені все сподобається, то і наша співпраця буде тривалою і взаємовигідною». 7. Що ви знаєте про нашу установу? Отже, який-небудь мінімум треба знати про установу. 8. Чому ви хочете у нас працювати? Зазвичай це продовження запитання «про нашу установу» -

спроба спантеличити кандидата і дізнатися таємну причину працевлаштування. Почніть з того, що установа стабільна, влаштовує посади, обов'язки, зручне місце розташування офісу. 9. Ваше ставлення до виробничих перенавантажень? Поставте зустрічне запитання: «Що треба буде затримуватися на роботі? Скільки разів на місяць?». Якщо вас задовольнятимуть відповіді, тоді впевнено скажіть, що ви погоджуєтесь на такі умови.

Деякі додаткові запитання, які вам можуть поставити під час співбесіди: • Як зазвичай проходить ваш робочий день? • Як ви визначаєте пріоритетність своїх професійних справ? • Над якою проблемою вам було би цікаво працювати? • Назвіть три ситуації, за яких вам не вдалося досягти успіху. • Як поціновувалася ваша робота? • Яку користь матиме наша фірма, призначивши вас на цю посаду? • Чи завжди ви погоджуєтесь із керівництвом, якщо ні, то за яких умов? • Чи збігаються ваші кар'єрні сподівання із посадою, яку ви хочете обійняти? Під час співбесіди вам можуть запропонувати розв'язати деякі ситуаційні завдання, щоб перевірити хід ваших думок, здатність приймати правильні рішення.

Поведінка під час співбесіди:

1. Прийшовши в офіс, будьте з усіма ввічливими і доброзичливими. Не забудьте посміхнутися, заходячи до кабінету керівника. Стежте за своєю поставою, дивіться в очі співрозмовникові. Пам'ятайте: вітаючись з представником компанії, не подавайте руки першим; запам'ятайте ім'я та по батькові цієї особи. Потім ви зможете відразу звернутися до співрозмовника на ім'я та по батькові, це справить позитивне враження.

2. Сумлінно та охайно заповнюйте всі анкети і документи, які вам запропонують.

3. На початку бесіди відрекомендуйтеся. Поцікавтеся ім'ям та по батькові співробітника.

4. Підтримуйте зоровий контакт.

5. Уважно слухайте запитання, не перебиваючи співбесідника. Ваші відповіді на запитання повинні бути прямими (відповідати треба безпосередньо на поставлене запитання), точними (не варто виходити за межі обговорюваної теми). Під час співбесіди кандидат на вакантну посаду теж має право поставити запитання, але не більше 2-3, треба лише вдало обрати момент для того чи іншого запитання. Найчастіше ці запитання стосуються обсягу роботи, умов успішного її виконання. Якщо Ви не зрозуміли запитання, не соромтеся уточнити: «Чи правильно я зрозумів, що ...» Відповідаючи на запитання, говоріть тільки правду.

6. Під час співбесіди тримайтеся гідно, впевнено, але не зухвало.

7. Наприкінці розмови слід чітко домовитися про те, коли і як ви дізнаєтесь про результати. Бажано, щоб ініціатива такої домовленості залишалася за вами: краще домовитися, що ви зателефонуєте у призначений час, ніж чекати дзвінка. Активна позиція завжди ліпша пасивної. Це справить враження ділової людини.

8. Завершуючи співбесіду, не забудьте про звичайні правила ввічливості. Важливо, щоб обидва учасники закінчили зустріч з відчуттям, що все, про що слід було сказати, сказано і що ви маєте достатньо інформації для прийняття рішення. Подякуйте співрозмовникові за бесіду та за виявлену увагу.

9. Після співбесіди ретельно проаналізуйте свою поведінку, відповіді й зробіть правильні висновки. Якщо Вам відмовили, з'ясуйте причину відмови і врахуйте її під час підготовки до іншої співбесіди. Пам'ятайте, що роботодавець зацікавлений у кваліфікованих фахівцях, професіоналах. Це і потрібно демонструвати впродовж усієї співбесіди.

5. ЕТИКЕТ ТЕЛЕФОННОЇ РОЗМОВИ

У наш час телефон - не лише один із найефективніших засобів зв'язку, а й спосіб налагодження офіційних ділових контактів між установами, спосіб підтримання приватних стосунків між людьми. По телефону здійснюються перемовини, домовляються

про важливі ділові зустрічі, вирішують численні оперативні питання, що виникають у процесі управлінської діяльності, надають консультації, звертаються із проханнями, запрошеннями, висловлюють подяку, вибачення.

Телефонна розмова – один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками, зумовленими екстрамовними причинами: • співрозмовники не бачать одне одного й не можуть скористатися невербальними засобами спілкування, тобто передати інформацію за допомоги міміки, жестів, відповідного виразу обличчя, сигналів очима тощо (відсутність візуального контакту між співрозмовниками); • обмеженість у часі (телефонна бесіда не може бути надто тривалою); • наявність технічних перешкод (втручання сторонніх абонентів, кепська чутність).

Отже, якщо ви людина ділова й цілеспрямована, передбачлива, якщо ви турбуєтеся про власний авторитет, а також престиж своєї фірми і звикли враховувати все до найменших дрібниць, то вироблення певних принципів поведінки у телефонному спілкуванні є просто необхідним і незамінним. Фахівці з проблем усного ділового спілкування пропонують дотримуватися таких правил ведення телефонної розмови.

Якщо телефонуєте ви: • насамперед привітайтеся, назвіть організацію, яку ви представляєте, а також свої прізвище, ім'я та по батькові. Зазвичай перші слова телефонної розмови сприймаються нечітко, а тому називайте свої прізвище та ім'я останнім - принаймні це буде почуто; • якщо телефонуєте в установу чи незнайомій людині, слід запитати прізвище, ім'я та по батькові свого співрозмовника. Можете також повідомити, з ким саме ви хотіли б поговорити; • якщо телефонуєте у важливі справі, запитайте спершу, чи є у вашого співрозмовника достатньо часу для бесіди; • попередньо напишіть перелік питань, котрі необхідно з'ясувати, і тримайте цей перелік перед очима упродовж усієї бесіди; • завжди закінчує розмову той, хто телефонує. Завершуючи розмову, неодмінно попрощайтеся, пам'ятаючи, що нетактовно класти слухавку, не дочекавшись останніх слів вашого співрозмовника; • у разі досягнення важливих домовленостей згодом надішліть підтвердження листом або факсовим повідомленням.

Якщо телефонують вам: • спробуйте якомога швидше зняти слухавку й назвіть організацію, яку ви представляєте; • у разі потреби занотуйте ім'я, прізвище та контактний телефон співрозмовника; • розмовляйте тактовно, ввічливо демонструйте розуміння сутності проблем того, хто телефонує; • не кладіть несподівано трубку, навіть якщо розмова є нецікавою, нудною та надто тривалою для вас; • якщо ви даєте обіцянку, намагайтесь дотримати слова й виконати її якомога швидше. У разі виникнення складних питань запропонуйте співрозмовникові зустріч для детального обговорення суті проблеми; • завжди стисло підсумуйте бесіду, перелічіть ще раз домовленості, що їх ви досягли.

Незалежно від того, хто телефонує: • будьте доброзичливим, у жодному разі не виказуйте свого невдоволення чимось; • ставте запитання та уважно вислуховуйте відповіді на них; намагайтесь залишатися тактовним і стриманим, навіть якщо розмова стає вельми неприємною для вас; симпатія до вас зростає, якщо ви кілька разів упродовж бесіди назвете співрозмовника на ім'я та по батькові; • особливо наголошуйте на найсуттєвішому.

Якщо під час бесіди ви називаєте якісь числа, їх варто повторити кілька разів, аби уникнути прикрих непорозумінь; • пам'ятайте, що по телефону звучання голосу значною мірою спотворюється, тому ваша артикуляція неодмінно повинна бути чіткою, а темп мовлення - рівним, тон - спокійним, витриманим; • намагайтесь якомога ширше використовувати лексичні можливості літературної мови (насамперед багату синоніміку), але при цьому завжди висловлюйтеся стисло й точно, правильно побудованими реченнями. Стежте за логікою викладу своїх думок, послідовністю. • розмовляйте середнім за силою голосом.

Службова розмова складається з таких етапів: 1) момент налагодження контакту; 2) викладення сутності справи (повідомлення мети дзвінка, перехід до питання, обговорення повідомленої інформації); 3) закінчення розмови.

6. ЕТИЧНІ ПИТАННЯ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕЛЕФОНІВ.

Будь-яку телефонну розмову починаємо коротким виявленням ввічливості: Добрий день (ранок, вечір)! Доброго (ранку, вечора)! Якщо телефонуєте у справі, то потрібно назвати не лише прізвище, ім'я та по батькові, а й посаду, що й ви обіймаєте. Якщо той, хто телефонує забув назвати себе, співрозмовник має право запитати: Вибачте, з ким я розмовляю? У відповідь ви не повинні обурюватися чи одразу класти слухавку - згідно з правилами етикету вам слід відрекомендуватися, на анонімний дзвінок можна не відповідати й одразу покласти слухавку.

Якщо до телефону підійшов не той, хто вам потрібен, ви повинні перепросити і звернутися з проханням покликати потрібну вам людину. Добрий день! Перепрошую за турботу, чи не могли б ви запросити до телефону Івана Петровича (пана Петренка); Дуже прошу, попросіть до телефону Ольгу Власівну (пані Ольгу, пані Романчук).

Нетактовно давати абонентові неправильну інформацію, розмовляти грубо, якщо він помилився номером телефона. Буде люб'язно з вашого боку, коли допоможете абонентові з'ясувати причину невдачі. Своєю чергою, якщо ви зателефонували не за потрібним вам номером, маєте обов'язково перепросити за завдані турботи. Намагайтеся завжди бути ввічливим, адже ваша тактовність - це насамперед повага до самого себе. Ввічливість має стати духовною потребою кожної людини. Після встановлення зв'язку намагайтеся викладати інформацію чітко, стисло та по суті. Саме така розмова характеризуватиме вас як досвідчену, ділову людину, що не зловживає чужим часом і увагою, як людину, котра досконало володіє етикетом телефонної бесіди.

Ще однією надзвичайно важливою умовою ведення розмови є логічність і послідовність висловлення думок. Неприпустимо, щоб ваша розмова була хаотичною, адже так мета вашого дзвінка може залишитися незрозумілою для співрозмовника. Не забувайте про дотримання пауз - у такий спосіб ви надасте співрозмовникові можливість висловити своє ставлення до проблеми. У розмові уникайте категоричності, докладайте зусиль, аби тон вашої розмови був якомога доброзичливішим. Якщо ви поважаєте себе і свого співрозмовника, намагайтеся уникати категорично-наказових висловлювань.

Ініціатива закінчення розмови належить зазвичай тому, хто телефонував. Іноді викликаний до телефону може ввічливо сказати, що з тієї чи іншої причини поспішає, хоче закінчити розмову. Завершуючи розмову, обов'язково треба попрощатися. Не варто телефонувати в особистих справах зі службового телефону, а в службових справах недоречно телефонувати додому тій особі, яка має їх виконати. У разі, якщо вам телефонують на роботу в особистих справах, відповідайте, що ви неодмінно зателефонуєте після роботи і насамкінець, не зловживайте займенником я, адже ваша розмова - діалог, а не монолог.

Мобільний телефон нині є неодмінним атрибутом кожної ділової людини. Послугуючись ним, треба дотримуватися певних етичних норм, щоб не створювати незручностей для інших. Звичайно, традиційні правила спілкування по телефону, які названо вище, залишаються, але треба враховувати специфіку мобільного зв'язку, оскільки телефон завжди у його власника.

Отже, не можна • користуватися мобільним телефоном під час перегляду спектаклю, кінофільму, на концертах, конференціях, під час нарад і, звичайно ж, під час навчальних занять. Краще переадресувати вхідні дзвінки на поштову скриньку або ввімкнути вібродзвінок замість звукового сигналу, • класти телефон на стіл під час ділової зустрічі, в кав'ярні та аудиторії, щоб не засвідчити неповаги до співрозмовника чи викладача. Якщо все ж вхідний дзвінок перервав бесіду, треба розмову по телефону

закінчити якнайшвидше і на час розмови відійти або вийти взагалі, голосно розмовляти у транспорті, на вулиці, • гратися телефоном під час занять, демонструвати його функціональні можливості, • розмовляти по телефону, перебуваючи за кермом автомобіля, бо це відволікає вашу увагу. Загальне правило користування мобільним телефоном - не створювати незручностей, не виказувати неповаги до людей, які перебувають поруч.

ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ

План

1. Мистецтво перемовин.
2. Збори як форма прийняття колективного рішення.
3. Нарада.
4. Дискусія.
5. Візитна картка.

1. МИСТЕЦТВО ПЕРЕМОВИН

Колективні форми обговорення, за яких стимулюється зацікавленість його учасників процесом пізнання, сприяють підвищенню активності людини, розвитку її творчого потенціалу.

Перемовини – обговорення певного питання з метою з'ясування позицій сторін або підписання угоди. Вони проводяться на різних рівнях, з різною кількістю учасників, можуть мати як неофіційний, так і протокольний характер. Перемовини призначені для того, щоб на основі взаємного обміну думками (у формі різних пропозицій відносно рішення обговорюваної проблеми) укласти угоду, що відповідає інтересам обох сторін і досягти результатів, які задовольняють усіх її учасників.

Перемовини виконують такі функції: інформаційно-комунікативну; досягнення домовленостей; регулювання, контроль, координація дій.

Дослідники розрізняють два підходи до перемовин:

а) конфронтаційний, який має суб'єкт-об'єктний характер, - це протистояння сторін, їхня впевненість у тому, що треба здобути перемогу будь-якою ціною, а відмова від неї - це поразка;

б) партнерський, який має суб'єкт-суб'єктний характер,- це спільний аналіз проблеми, в результаті якого учасники шукають найкращі, найбільш взаємовигідні варіанти розв'язання проблеми.

Класифікація перемовин:

- за кількістю учасників: двосторонні, багатосторонні;
- за повторюваністю: разові, постійні;
- залежно від цілей: перемовини, що спрямовані на встановлення взаємин; на нормалізацію несприятливих стосунків; на зміну характеру контактів і надання їм нового, більш високого рівня; на одержання додаткових результатів;
- за змістом: політичні, економічні, особисті;
- за характером: офіційні (їх завдання - підписання відповідних документів, що мають юридичну силу), неофіційні (без підписання відповідних юридичних документів).

Основною метою перемовин є прийняття (після спільного обговорення проблеми) рішення, яке може бути: конструктивним, що пов'язане з реальними змінами до кращого; деструктивним (руйнівним); пропагандистським (пов'язане з обіцянками на словах без відповідних зобов'язань); заспокійливим (що заспокоює суспільну думку). Перед тим, як сісти за стіл перемовин, слід виробити чітку стратегію, усвідомити можливі труднощі й максимально підготуватися до них.

Стратегія передбачає: • уважне вивчення особистісних характеристик і особливостей майбутнього співрозмовника, його ділових інтересів, способів ведення перемовин; • створення сприятливої атмосфери для перемовного процесу, обміркування висловлювань та доказів, ефективних прийомів впливу на співрозмовника; • продумування «шляхів відступу» і нейтралізації зауважень; • підготовку ефектного завершення перемовин.

Розрізняють кілька стратегій ведення перемовин.

Перша стратегія ведення перемовин полягає у протистоянні крайніх позицій сторін. Опоненти вперто відстоюють свої погляди, розв'язання проблеми затягується, псується стосунки між учасниками перемовин.

Друга стратегія перемовин передбачає розв'язання проблем, з урахуванням їхнього змісту, інтересів обох сторін та отримання такого результату, який був би обґрунтований і не залежав би від волі жодної зі сторін.

Третя стратегія - розуміння сторонами необхідності пошуку прийняттого для обох сторін рішення. Кінцевий результат не лише обґрунтовується певними нормами, критеріями незалежно від волі сторін, а й відповідає інтересам учасників перемовин.

Перемовини мають три стадії:

1. Підготовка до перемовин (аналіз ситуації) передбачає з'ясування мети, проблеми, оцінювання ситуації, формування загального підходу, визначення позицій під час перемовин та можливих варіантів вирішення проблеми, їх аргументація, вироблення правильного й коректного ставлення до співрозмовника: установлення контакту з партнером; створення приємної атмосфери спілкування; пробудження інтересу до ваших пропозицій; з'ясування побажань іншої сторони забезпечення переходу до діалогу.

2. Проведення перемовин. Фахівці з проблем усного ділового спілкування рекомендують дотримуватися таких принципів щодо ведення перемовин:

Розмежування суті проблеми і стосунків учасників перемовин. Якщо виникають непорозуміння, треба уважно, спокійно вислухати партнера, а потім можна уточнити чи спростувати його аргументи, при цьому варто пожартувати, змінити інтонацію, використати певні жести і навіть вибачитися. Визначення інтересів сторін. Надзвичайно важливо чітко визначити свої інтереси, переконливо аргументувати та відстоювати їх. Водночас треба враховувати й поважати інтереси іншої сторони, з розумінням ставитися до пропозицій опонентів. Розгляд взаємовигідних варіантів. Під час обговорення проблем доцільно розглядати кілька варіантів вирішення її. Для їх пошуку можна використати метод «розумової атаки», щоб виокремити більше ідей для розв'язання проблеми. Можна також проблему поділити на частини і приймати рішення поетапно. Якщо обом сторонам важко дійти згоди, можна звернутися за порадою до третьої особи, тобто до посередника. Посереднику не обов'язково заглиблюватися в позицію кожної сторони, його завдання - знайти найкращий варіант можливого вирішення проблеми і допомогти сторонам дійти згоди. Посередник готує текст угоди, пропонує його сторонам і з урахуванням їхніх зауважень доводить роботу до логічного завершення. Застосування об'єктивних критеріїв. Перш ніж дійти згоди, опоненти мають обговорити умови справедливої домовленості. Щоб досягти успіху, треба ретельно готувати кожне рішення, бути відкритим для доказів, не піддаватися тискові. На результативність перемовин впливає психологічна атмосфера, тому бажано дотримуватися таких правил: 1) не говорити голосно (бо партнер подумає, що ви йому нав'язуєте свою думку) або тихо (партнер не буде впевненим у тому, що добре Вас почув), швидко (партнеру хочеться розібратися в почутому і сформулювати свою думку) або повільно (партнерові може видатися, що ви просто гаєте час); 2) серед учасників перемовин знайти «ключову постать», від якої залежатиме розв'язання питання, до думки якої прислухаються; 3) бажано за наявності «гострих кутів» під час обговорення не вживати слова та вирази, що передають твердість вашого підходу, наприклад: безумовно, тільки так, остаточно тощо. Їх краще замінити на такі: мені здається, я думаю, може, це буде кращий варіант.

3. Завершення перемовин. Якщо хід перемовин був позитивним, то на завершальній стадії резюмують, стисло повторюють основні положення, які розглядалися під час обговорення, характеризують ті позитивні моменти, з яких досягнута згода сторін. Це дозволить упевнитися в тому, що всі учасники перемовин чітко розуміють суть основних домовленостей майбутньої угоди. Ґрунтуючись на позитивних результатах

перемовин, доцільно обговорити перспективу нових зустрічей. За негативного результату перемовин варто зберегти суб'єктивний контакт з партнером. У цьому разі акцентується увага не на предметі перемовин, а на особистих аспектах, що забезпечать ділові контакти в майбутньому, тобто слід відмовитися від підсумовування тих розділів, де не було досягнуто позитивних результатів. Бажано знайти цікаву для обох сторін тему, яка зможе розрядити ситуацію і допоможе створити дружню, невимушену атмосферу прощання. Перед підписанням угоди ще раз уважно перечитують її, щоб уникнути непорозумінь.

2. ЗБОРИ ЯК ФОРМА ПРИЙНЯТТЯ КОЛЕКТИВНОГО РІШЕННЯ

Поширеною формою колективного обговорення ділових проблем є збори - зустріч, зібрання членів якої-небудь організації, що проводяться з метою спільного обміну думками з певного питання, яке хвилює громадськість. На обговорення збираються члени будь-якого колективу, яких єдиний інтерес (збори акціонерів, партійні збори, збори громадян для висунення кандидата в депутати та ін.).

За складом учасників збори поділяють на: відкриті - зібрання членів якої-небудь організації із запрошенням сторонніх осіб; закриті зібрання членів якого-небудь колективу чи організації без сторонніх осіб. Виділяють окремо ще урочисті збори - зібрання з нагоди відзначення певних урочистостей чи історичних дат.

Збори готуються заздалегідь, і що ретельніше, то кращим буде їх результат.

Збори складаються з таких етапів:

1. Підготовка зборів: зазвичай займається робоча група, члени якої зацікавлені в результаті.

2. Висвітлення проблеми та її обґрунтування. Керує зборами голова або президія, яку обирають учасники. Доповідає авторитетна особа, яка добре володіє предметом обговорення і вмє кваліфіковано його викласти. Пам'ятаючи про регламент, доцільно розподілити час для виступу з доповіддю. Фахівці рекомендують близько 10-12% загального часу, відведеного для доповіді, присвятити вступові, 4-5% - висновкам, а решту - основній частині.

3. Обговорення проблеми. Після основного виступу з доповіддю за темою, винесеною на розгляд, починається її обговорення. Ефективнішими будуть ті виступи, до яких учасники зборів готувалися заздалегідь. Виступ краще присвятити одній темі і дібрати вагомні аргументи на захист своєї позиції та підготувати відповідні пропозиції. Обговорення припиняється тоді, коли на запитання: Чи є ще пропозиції з обговорюваної проблеми? - відповіді немає. Тоді внесені пропозиції систематизують, готують проект рішення, який пропонують на розгляд учасниками зборів, доповнюють іншими пропозиціями.

4. Ухвалення рішення. Рішення складається з двох частин: констатування (виклад ситуації) та ухвалення (оцінка проблеми, завдання, що треба зробити, кому і коли, а також визначення особи, на яку покладається контроль за виконанням рішення).

Збори будуть ефективними, а ця форма колективного обговорення проблем популярною, якщо через деякий час учасникам буде доведено інформацію про виконання прийнятого рішення.

3. НАРАДА

Нарада – спільне обговорення важливих питань і прийняття рішень у всіх сферах громадського й політичного життя, форма управлінської діяльності, змістом якої є спільна робота певної кількості учасників, дієва форма залучення членів трудового колективу до розв'язання завдань. Оптимальна кількість учасників наради - 10-12 осіб. Нарada матиме позитивний результат лише тоді, коли її учасники за рівнем професійних знань і практичного досвіду відповідатимуть рівню винесеної на обговорення проблеми, крім того, сама проблема має бути значущою для всіх присутніх. Нарadu проводить голова, який повинен мати не тільки організаторський хист, а й уміти стежити за перебігом

дискусії, обмірковувати й добирати слушні запитання, систематизовувати різні погляди, вчасно робити висновки.

Класифікація ділових нарад

1. За метою її завданням: • навчальна (передати учасникам певні знання і у такий спосіб підвищувати їх фаховий рівень); • роз'яснювальна (керівник намагається переконати учасників наради у доцільності, правильності та своєчасності його стратегії та дій); • проблемна (розроблення шляхів і методів розв'язання проблем, проводять у невеликому колі компетентних і висококваліфікованих фахівців); • координаційна (координація роботи підрозділів); • диспетчерська (оперативна) нарада (отримання інформації про поточний стан справ, її аналіз і прийняття рішення, проводять у точно визначений час і день, що дає змогу учасникам підготуватися, відносно нетривала - 20-30 хв; її доцільно розпочинати коротким звітом (інформацією) про стан справ, виконання рішень попередньої наради, вказати на труднощі, що виникли, підсумком за минулий період; • інструктивна (інформаційна) нарада (передавання учасникам вказівок і розпоряджень, роз'яснення їх і деталізація відносно конкретних умов роботи, встановлення методів і строків виконання вказівок, визначення завдань) доцільна, якщо запропонована увазі присутніх інформація багатоаспектна, передбачає неоднозначні способи дій, вирізняється неординарністю.

2. За способом проведення: • диктаторська нарада (право голосу має тільки керівник; він викладає свої погляди, видає наказ або вказівку; кількість учасників нерегламентована; збереження ієрархії працівників, однозначність у постановці завдань, швидке виконання рішень); • автократична нарада (перебіг її передбачає запитання керівника і відповіді учасників наради; на вимогу або за дозволом керівника допускаються виступи; кількість учасників обмежена). • сегрегативна нарада передбачає порядок, за якого керівник сам визначає тих, хто має виступити, тобто тих, кого він бажає вислухати; • дискусійна нарада - демократичний спосіб розв'язання проблем, що виносять на нараду. Такі наради організують у разі потреби координації дій співробітників або підрозділів, їх може проводити як керівник, так і обрані! учасниками голова. Кількість учасників обмежена, але не більше 15 осіб. Кожен учасник дискусійної наради має можливість вільно викласти свою думку, що сприяє підвищенню відповідальності за виконання прийнятих рішень, дає змогу відкрито обговорювати будь-які погляди, сприяє згуртованості членів колективу; • довільна нарада має місце тоді, коли обмінюються думками працівники, професійні обов'язки яких тісно взаємопов'язані. Вона відбувається без порядку денного, без голови, на ній не приймають ніяких рішень. Прикладом такої наради є обговорення керівником, його заступниками, помічниками, провідними спеціалістами загального стану справ або важливої проблеми.

3. За ступенем підготовленості: 1. запланована (щотижневі наради проводять за встановленою періодичністю, у точно визначений час, зі сталим складом учасників, з постійним порядком денним); 2. позапланова проводиться у разі виникнення непередбачуваних, надзвичайних ситуацій (наприклад, за умови надходження нормативного документа, що змінює порядок роботи).

4. За технікою проведення: •

а) нарада, проведена методом «мозкової атаки», має такі особливості:

- її присвячують тільки одній проблемі, як правило, важливій;
- Учасники наради (не більше 10-12 осіб) уточнюють формулювання проблеми, після чого її фіксують на дошці або плакаті. Запрошують осіб, зацікавлених у вирішенні проблеми працівників, що вирізняються високим інтелектом, самостійністю і незалежністю суджень, знанням предмету наради.

- Кожен учасник наради висловлюється тільки з вказаною проблеми, основою кожного виступу є конструктивна проч позиція. Під час формулювання пропозицій автор

уникає покликань, пояснень, доведень, аргументацій (подаються тільки на вимогу голови), критика внесених пропозицій заборонена.

- Усі пропозиції систематизують за такими критеріями: вартісність, оригінальність та ін. Потім у скороченому вигляді їх фіксують на дошці у вигляді пунктів проекту рішення.

- Пункти, з яких досягнуто загальної згоди, фіксують у протоколі засідання, який підписують усі учасники.

- Пункти, з яких згоди не досягнуто, фіксують для їх подальшого доопрацювання і обговорення.

Описаний метод не можна визнати універсальним. Проте користуватися ним доцільно в ситуаціях, коли рішення не може бути прийнято з урахуванням думки більшості, коли потрібні компроміс і погодженню інтересів.

Крім того, під час обговорення є можливість об'єктивно оцінити здібності кожного учасника і зробити висновок про доцільність його подальшої участі у подібних нарадах.

б) «нарада без наради» проводиться у три етапи:

1. Керівник формулює у письмовому вигляді проблему, яка вимагає прийняття колективного рішення.

2. Добирають необхідну інформацію і вихідні матеріали для вирішення проблеми, а також складають список осіб, які можуть взяти участь у пошуку оптимальних рішень; їм надсилають бланки з письмовим формулюванням проблеми.

3. Кожен з учасників повинен виробити свою точку зору і письмову викласти її на тому ж бланку. Один з учасників обговорення, призначений керівником, збирає заповнені бланки, знайомиться з їхнім змістом, спілкується з кожним учасником, уточнюючи пропозиції та ухвалює остаточне рішення щодо вирішення проблеми. У обговоренні складних питань бере участь керівник.

В організації ділової наради можна виділити три етапи: підготовка наради; перебіг наради; підсумовування наради.

I. Підготовка наради:

- 1.1. Планування.

- 1.2. Підготовка доповіді і проекту рішення.

- 1.3. Підготовка документів і приміщення.

- 1.4. Підготовка учасників до наради. Організація ділової наради.

II. Проведення наради:

- 2.1. Відкриття наради

- 2.2. Виголошення доповіді.

- 2.3. Відповіді на запитання.

- 2.4. Обговорення доповіді.

III. Підбиття підсумків наради:

- 3.1. Прийняття рішення.

- 3.2. Підписання протоколу.

- 3.3. Контроль виконання прийнятих рішень.

1-й етап - ПІДГОТОВКА НАРАДИ. 1.1. Планування.

Заплановані наради проводять за графіком, який складають на місяць (квартал), визначають такі пункти: • порядок денний; • хто проводить нараду (керівник, заступник керівника); • дата і час проведення; • місце проведення; склад присутніх; • тривалість наради. Мету наради слід формулювати чітко й однозначно, що дозволить забезпечити її дієве проведення; дасть змогу зосередити увагу присутніх на найважливіших моментах; відокремити другорядні питання; правильно визначити склад учасників; підвищити ефективність рішень, що приймаються; організувати контроль за виконанням ухвалених рішень. Готуючись до наради, насамперед слід потурбуватися про визначення порядку

денного, пам'ятаючи таке: формулювання питань повинно бути чітким і зрозумілим для усіх учасників наради; має містити оптимальну кількість питань (один-два пункти); їхня послідовність повинна бути логічно і психологічно виправданою. Першим до порядку денного вносять питання, з якого не передбачається гостра полеміка, потім обговорюють спірні проблеми, дискусія з яких може бути гострою і тривалою. Зазначений порядок дає змогу розпочати обговорення дискусійних проблем у спокійній обстановці, уникнути упередженості, послабити увагу емоційних чинників. Дату і час проведення наради визначають згідно з планом або за вказівкою керівника. У разі потреби їх погоджують із зацікавленими підрозділами і працівниками. Тривалість наради не повинна перевищувати 1-5 години, а диспетчерської (оперативної) - 30-35 хвилин. Визначаючи час і дату її проведення, керівник повинен враховувати такі чинники: кількість та складність питань порядку денного; терміновість обговорюваних питань; стан поінформованості та підготовленості учасників. Наряду доцільно проводити у другій половині дня, не рекомендується проводити більше ніж одну нараду в день, тим паче з постійним складом учасників. Склад учасників наради встановлюють з урахуванням її мети і порядку денного, ступеня ділової зацікавленості потенційних учасників, їхньої компетентності, бажання і здатності брати активну участь в обговоренні, вносити свої пропозиції.

1.2. Підготовка доповіді і проекту рішення Цей етап передбачає визначення доповідача; підготовку доповіді; її обговорення і коригування. Підготовка доповіді - відповідальний етап організації наради. Погана доповідь може дискредитувати проблему, похитнути авторитет керівника, знизити ефективність наради. Визначаючи доповідача, враховують такі чинники: значення обговорюваної проблеми; іноді доцільно, щоб з доповіддю виступав керівник, підкреслюючи тим самим важливість питання; необхідність під час наради вести полеміку з вузькопрофесійних питань, до якої керівник може бути не готовий; бажання керівника активізувати підлеглих, підвищити ступінь їхньої участі у проведенні тих або інших заходів. Керівник обговорює з доповідачем мету, яку він ставить перед нарадою, основні ідеї доповіді, її структуру, передбачувані рішення. Залежно від важливості виступу, складності проблеми, особистої компетентності керівника (доповідача) і аудиторії під час підготовки до виступу складають короткий або розгорнутий план, тези або повний текст доповіді. Фактичні дані доповіді повинні бути достовірними. Автор доповіді повинен чітко уявляти склад і підготовку аудиторії, щоб не повторювати відомі учасникам наради положення, оперувати доступними і необхідними фактами. Доцільно ознайомити учасників наради з доповіддю заздалегідь. Це дасть змогу глибше вивчити її зміст, уникнути багатьох запитань безпосередньо на нараді, скоротити її тривалість. У деяких випадках такий порядок дає змогу відмовитися від читання доповіді і розпочати нараду безпосередньо з її обговорення. У ряді випадків одночасно з доповіддю готують проект рішення. Якщо доповідь є результатом індивідуальної творчості керівника (доповідача), то до вироблення проекту рішення наради слід залучати фахівців, керівників, тих працівників, які його виконуватимуть. Проект рішення має бути конкретним, містити чіткі й однозначні формулювання із зазначенням виконавців, строків виконання, передбачуваних результатів, форм контролю. У деяких випадках рішення наради фіксують у протоколі, іноді оформлюють у вигляді окремого документа, який підлягає реєстрації.

1.3. Підготовка документів і приміщення. Підготовка документів для учасників наради має таку мету скоротити час на виголошення доповіді, переконатися в тому, що всі ознайомлені з положеннями і фактами, які обговорюватимуться на нараді, зосередити увагу учасників на тих питаннях, які доповідач вважає основними. Документи, які перед початком наради роздають учасникам, містять основні тези, висновки, пропозиції, а також описи, витяги з директивних і нормативних документів, статистичний матеріал, схеми тощо. Запропоновані учасникам документи систематизують, скріплюють або кладуть у

теку, неприпустимо вимагати повернення їх після наради. Приміщення обирають з врахуванням чисельності учасників, щоб кожен міг добре бачити і слухати доповідача. Воно може бути обладнане екраном, демонстраційною дошкою, засобами для демонстрування слайдів. Для учасників необхідно створити комфортні умови (зручні крісла або стільці, письмові приладдя, мінеральна вода тощо). Якщо нараду проводять у кабінеті керівника, то на час її проведення телефон перемикають на секретаря, припиняють приймати відвідувачів і співробітників. Приміщення повинно бути світлим, з доброю вентиляцією і звукоізоляцією, забезпечувати вільний огляд ілюстративного матеріалу.

1.4. Підготовка учасників до наради. Вона передбачає визначення працівниками своєї ролі у вирішенні завдань, поставлених перед нарадою, з'ясування працівниками своєї позиції з питань, які передбачається обговорити, докладне ознайомлення з документами, чітке формулювання запитань до голови й учасників, підготовку матеріалів (даних, аргументів, фактів) до полеміки.

2-й етап - ПРОВЕДЕННЯ НАРАДИ

2.1. Відкриття наради. Відкриваючи нараду, керівник виголошує вступне слово, повідомляє про склад присутніх, у разі потреби називає прізвище, ім'я, по батькові та посади всіх або деяких учасників. Серед учасників наради не повинно бути невідомих осіб. Потім оголошують порядок денний наради та повідомляють регламент. Рекомендований регламент проведення традиційних нарад є таким: вступне слово - 5-7 хв., доповідь - 25-30 хв., відповіді доповідача на запитання - 5-7 хв., виступи у дебатах - 3-5 хв., викладення проекту рішення - 3-5 хв., обговорення і прийняття рішення - 8-10 хв. Доцільно вказати мету і завдання наради, коротко охарактеризувати проблеми, поставлені перед її учасниками (актуальність, важливість, труднощі, що виникають при їх вирішенні), підкреслити їх практичне значення. До того ж слід враховувати такі рекомендації голови наради:

- Необхідно нагадати присутнім мету засідання, порядок денний, встановити регламент.

- Рекомендується з'ясувати, чи немає у учасників запитань, зауважень, пропозицій щодо порядку денного, регламенту і складу присутніх.

- Керівник повинен сприяти тому, щоб слово отримав кожен охочий, не повинен допускати дублювань у виступах (необхідно ввічливо вказати, що доповідач повторюється, що ці положення вже звучали).

- Особливу увагу голова має приділяти висловлюванням опонентів.

- Найважливіше завдання голови - організувати і підтримати полеміку, зацікавлений, відвертий і доброзичливий обмін думками між учасниками наради. Цього він загострює одні проблеми, просить висловити думку з інших, не допускає нетактовних виступів і реплік, з повагою ставиться до кожної думки.

- Обов'язок голови - підтримувати у залі атмосферу зацікавленості, доброзичливості.

Запам'ятайте! Авторитету голови наради сприятимуть такі рекомендації:

- дякувати кожному оратору за виступ; усі повідомлення робити стоячи за винятком коротких коментарів; називати не тільки прізвище того, хто виступає, а й його ім'я, по батькові посаду.

2.2. Виголошення доповіді. Після вступного слова виголошують доповідь або повідомлення. Такий порядок традиційний, проте не завжди він виправданий, у деяких випадках доповідь може замінити коротка інформація, представлена учасникам у письмовому вигляді, тези доповіді або її текст. Велике значення для успіху виступу має культура мовлення того, хто виступає, зокрема правильність і чіткість вимови, логічність, виразність, емоційність.

2.3. Відповіді на запитання. Після закінчення доповіді (повідомлення, інформації) доповідач відповідає на поставлені запитання з метою поглибити і доповнити матеріал на прохання учасників, переконати їх у достовірності інформації, проте запитання не повинні виходити за межі обговорюваної теми. Іноді під час відповідей на запитання виникає полеміка.

2.4. Обговорення доповіді.

Забезпечує виявлення думок учасників наради; визначення сильних і слабких сторін доповіді; формулювання різних поглядів на проблему; розроблення нових ідей, підходів і методів. Саме під час обговорення, діалогу з учасниками керівник отримує нову інформацію, з'ясовує інтереси учасників наради. Якщо нарада має суто інформаційний, ознайомлювальний характер, керівник може обмежити кількість учасників дискусії.

3-й етап - ПІДСУМОВУВАННЯ НАРАДИ

Проект рішення готують до початку наради, проте учасників з ним не ознайомлюють, під час наради вносять зміни і доповнення, а потім пропонують його для обговорення і прийняття. Голова наради готує рішення на основі узагальнення думок учасників, внесених пропозицій. Готуючи проекту рішення, треба обговорити всі принципи положення, які входять до нього, чітко зазначити, хто, коли і що робитиме, за якими критеріями оцінюватиметься результат, хто і як буде контролювати. До складання проекту рішення варто залучати найактивніших учасників наради, зокрема тих, чії пропозиції увійшли до цього проекту.

4. ДИСКУСІЯ

Дискусія - діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат. Дискусія - діалог не внутрішній, а зовнішній, відкритий. Предметом дискусії не може бути другорядне, випадкове для конкретної аудиторії питання, воно має бути проблемним, важливим у цій ситуації й водночас викликати неоднозначні думки та пропозиції. Справжня дискусія - не суперечка, не з'ясування стосунків, вона передбачає об'єктивне й доброзичливе обговорення питання з обов'язковою повагою як до своїх прихильників, так і до опонентів, з опорою на особистісно-діалогічний стиль спілкування. Тому за результатами дискусії не може бути переможців і переможених. Дискусія як метод вирішення проблеми зазвичай конструктивна, тобто спрямована на певний позитивний результат, на просування у розв'язанні спірного питання.

На думку фахівців з етики ділового спілкування, організація дискусії передбачає три етапи: підготовчий, основний та заключний.

На першому етапі формулюють тему дискусії й основні питання, які будуть винесені на колективне обговорення, визначити час і місце проведення дискусії. Здебільшого ефективність дискусії зумовлює вибір теми для обговорення, тому краще формулювати її проблемно. Якщо тема дискусії є занадто складною, доцільно зробити невеликий вступ, щоб учасникам було легше визначитися щодо основних понять. На другому етапі обговорюють ті питання, які було винесено на порядок денний, виявляються позиції учасників, а емоційно-інтелектуальний поштовх пробуджує бажання мислити активно. Є певні вимоги до поведінки учасників дискусії:

- вони мають підготуватися до обговорення обраної теми й виявити готовність викласти свою позицію,
- кожен повинен уважно слухати інших і чути, про що саме вони говорять,
- 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. Під час дискусії народжується багато різних думок, здебільшого полярних (від крайніх лівих до крайніх

правих), і тоді учасники починають тяжіти до тих людей, думки яких для них є близькими.

Готуючи і проводячи дискусію, треба враховувати певні етичні та психологічні вимоги до неї якщо учасники дискусії матимуть єдину мотивацію, то прагнутимуть знайти відповіді на питання, що їх хвилюють, якщо вони не будуть достатньо поінформовані про предмет обговорення, то не витратять час на дискутування щодо «білих плям». Водночас, якщо вони матимуть вичерпну інформацію з питання, то дискусія не матиме сенсу. Коли дискусія відбуватиметься в атмосфері доброзичливості та поваги, то учасники розійдуться з почуттям задоволення від проведеної роботи. Для того, щоб дискусія була корисною і сприяла ефективному розглядові порушеної проблеми, варто дотримуватися певних правил:

- не викликати в опонента стану афекту, гніву, роздратування, щоб послабити його позицію або спровокувати до логічних помилок,
- не принижувати гідності опонента, виявляти повагу до нього, не відволікати від предмета обговорення,
 - не припускати звинувачень на адресу опонента,
 - не використовувати психологічне тиснення на опонента,
 - не використовувати «ні», особливо, коли опонент говорить «так»,
 - не радіти відкрито з приводу поразки опонента.

Про результативність дискусії можна говорити тоді, коли учасники сформували певну думку щодо обговорюваного питання або підтвердили ті погляди, які мали до початку колективного обговорення. Якщо під впливом дискусії у частини учасників кардинально змінилися погляди, то це означає, що подіяв «ефект переконання». Він буде навіть тоді, коли в декого зародилися тільки певні сумніви щодо правильності своїх поглядів.

«Нульовий ефект» дискусії буває тоді, коли погляди більшості людей не змінилися. Зазвичай це може бути наслідком пасивного ставлення до дискусії та через невідповідність до неї. Якщо під час дискусії в декого змінилися погляди на протилежні тим, які хотіли сформувати й організатори, то це означає «ефект бумерангу», тобто негативний результат дискусії. Іноді обговорення проблеми перетворюється з дискусії на суперечку, при цьому виникає комунікативний конфлікт.

Суперечка - це зіткнення різних думок, під час якого кожна із сторін відстоює тільки свою позицію. Учасники вступають у суперечку для досягнення трьох цілей виправдання своїх думок, спростування думок опонента та одержання додаткової інформації.

Форми організації дискусії «Дерево рішень». Цей метод застосовується під час аналізу ситуації й допомагає досягнути повного розуміння причин, які зумовили прийняття того чи іншого важливого рішення в минулому. Учасники дискусії розуміють механізм прийняття складних рішень, а ведучий заносить у колонки переваги і недоліки кожного з них.

Методика проведення:

1. Ведучий визначає завдання для обговорення.
2. Учасникам надається основна інформація з проблеми.
3. Ведучий поділяє колектив на групи по 4-6 осіб. Кожній групі роздають таблиці та яскраві фломастери. Визначається час на виконання завдання (10-15хв).
4. Учасники дискусії заповнюють таблицю й приймають рішення з проблеми.
5. Представники кожної групи розповідають про результати.

Дискусія в стилі телевізійного ток-шоу. Група з 3-5 осіб дискутує на заздалегідь обрану тему в присутності аудиторії. Глядачі вступають в обговорення пізніше вони висловлюють свою думку або ставлять запитання учасникам бесіди. Ток-шоу дає

можливість чітко висловити різні точки зору за заданою темою, але для цього учасники обговорення повинні бути добре підготовлені. У всіх рівні умови - 3-5 хвилин. Ведучий повинен стежити, щоб учасники не відхилялись від теми.

Методика проведення дискусії:

1. Ведучий визначає тему, запрошує основних учасників, виробляє правила проведення дискусії, регламент виступів.

2. Учасників дискусії потрібно розсадити так, щоб глядачі були навколо столу основних дійових осіб.

3. Ведучий починає дискусію представляє учасників і оголошує тему.

4. Першими виступають учасники (20 хв), після чого ведучий запрошує глядачів узяти участь в обговоренні.

5. Після дискусії ведучий підсумовує, стисло аналізує висловлювання учасників.

Дискусія «Мозковий штурм». Ефективною формою організації дискусії, якою послуговуються досвідчені керівники для пошуку виходу з проблемних ситуацій, є «мозковий штурм» - метод колективного продукування великої кількості нових ідей і варіантів рішення складних, творчих завдань, які недоступні розуму та зусиллям однієї людини, за короткий проміжок часу. Метод було запропоновано ще у 40-х роках минулого століття американським психологом Алексом Осборном. Під час обговорення учасники повинні працювати «як один мозок», цілеспрямований на генерування нових ідей. Висловлені ідеї переглядають і обирають кращу, найправильнішу або найефективнішу. Кожен учасник зосереджує свою увагу на пошуку нових підходів, а не на критиці висловлених іншими думок, а відтак усі учасники можуть спокійно висловлювати свої думки. Процес «мозкового штурму» передбачає дві стадії на першій вноситься якомога більше ідей або рішень проблеми, на другій аналізуються ідеї і відбираються кращі і найбільш придатні для подальшого опрацювання. Участь у спілкуванні з використанням цього методу згуртовує колектив, значно підвищує їх інтелектуальний потенціал, прикладом «мозкового штурму» є гра «Що? Де? Коли?».

Для того, щоб таке спілкування було ефективним, доцільно розглядати лише одну проблему. За кількістю учасників оптимальною буде група від 7 до 13 осіб. Важливо розмістити учасників по колу, щоб вони добре бачили один одного і були рівноправними. Психологічний бар'єр у такій групі зникає швидше, якщо склад учасників більш-менш однорідний, варто обмежити час обговорення (у межах від 15 хвилин до 1 години), бо брак часу стимулює діяльність мозку.

Основні правила застосування методу «мозкового штурму» такі:

- Серед присутніх виділяють підгрупи генераторів, критиків і захисників ідей та підгрупа остаточного оцінювання запропонованих ідей.

- Під час «мозкової атаки» усі рівні, немає ні керівника, ні підлеглих - є ведучий і учасники.

- На етапі генерації ідей заборонені будь-які критичні зауваження і оцінки. Кожна пропозиція фіксується (на дошці, в зошитах, за допомогою магнітофона).

- Дозволяється ставити запитання з метою уточнення і розвитку ідей. Неодмінною умовою «штурму» є оптимізм, впевненість у позитивному результаті. Утверджується особистісно-діалогічний стиль спілкування, доброзичливість.

- Етап - висування ідей - може бути проведений у два-три періоди по 7-10 хвилин. Групи критики, захисту й оцінювання після кожного періоду приймають рішення і занотовують їх до протоколу «штурму». Під час критики ідей будь-яка форма їх захисту заборонена. Автор ідеї теж висловлює свою думку про її недоліки. На прикінцевому етапі критика знову заборонена, висловлюються лише пропозиції щодо розвитку найбільш оригінальних ідей і їх практичної реалізації. Ведучий узагальнює результати творчої роботи, називаючи ідеї і способи розв'язання поставлених завдань.

Дебати - обговорення якого-небудь питання, полеміка. Найголовніше у дебатах - передавання повідомлення якомога зрозуміліше, водночас апелюючи до повідомлення опонента, тобто завдання дебатів - переконати опонентів і слухачів у правильності поглядів. Усі промовці намагаються залучити на свій бік якомога більшу кількість людей, тому дебати мають характер змагання, за регламентом якого стежить ведучий.

Голова під час дебатів повинен простежити, щоб кожен промовець ефективно використав відведений йому час, а також захистити доповідача від неправомірних атак опонентів. Важливо, щоб учасники дебатів узгодили з головою правила й форму дебатів до початку. Зазвичай дебати складаються з таких трьох етапів:

1. Формулювання та обґрунтування власного бачення проблеми. На цьому етапі важливо справити сильне враження, адже перший удар - половина виграної битви. Викласти власний погляд чітко і зрозуміло упродовж обмеженого часу - справжнє мистецтво, головним для якого є чотири чинники увага аудиторії, актуальність питання, аргументація, сприймання присутніми.

Щоб вас сприймали слухачі, треба:

- бути доброзичливим і відвертим;
- не применшувати своїх можливостей, але й не перебільшувати їх та не дозволяти собі ставитися зверхньо як до присутніх, так і до опонентів;
- демонструвати інтерес до свого опонента, поважати його думки, навіть якщо вони різко протилежні вашим.

2. Обмін аргументами й запитаннями із залу. Це етап, на якому доповідачам дозволяється перебивати одне одного, а також передбачені запитання із залу.

Дебати - це стратегічна тактична гра, одержати перемогу в якій означає переконати присутніх. На другому етапі важливо вміти використовувати зустрічні методи: заспокійливий протест (Ви, певно, погано поінформовані? Ви зовсім не маєте рації?); умовне схвалення (Певна річ, Ви маєте рацію і донедавна це справді було так, але я можу навести такі зміни...); тактика ігнорування: ви нехтуєте реакцією опонента і поверхово розглядаєте його заперечення, водночас наводите переконливі аргументи «за»; відтермінована тактика: ви визнаєте, що є певний сенс у аргументах опонента, але зараз вони недоречні, можливо, вони стануть у пригоді пізніше; повторення: щоб переконати присутніх, ви повторюєте свої аргументи, послуговуючись різними мовними засобами; підміна понять: заперечуючи опонентіві, ви змінюєте його аргументи на: Так, це дуже цікаве запитання. Це, певна річ, цікаве запитання.

3. Останнє слово опонентів. Третій етап дебатів найкоротший: кожному з опонентів надається ще одна можливість висловитися. Щоб прикінцеве слово було дієве, необхідно ще раз наголосити на суті виступу. Ці та інші методи спілкування дають змогу генерувати ідеї, збагачувати творчу діяльність організації, а керівникові оперативніше впроваджувати нововведення.

5. ВІЗИТНА КАРТКА

Нині важко уявити собі ділову людину, яка б не мала візитної картки.

Візитна картка - картка для вручення під час знайомства та візиту; документ, який має певний стандарт і містить достовірну, достатню інформацію про її власника. Зазвичай таку картку виготовляють з білого тонкого матового картону (розмір 5 x 9 см), на якому друкарським способом чітко зазначено прізвище, ім'я та іншу інформацію (назву організації, посаду, адресу, телефони, номер електронної пошти тощо), яку особа хоче про себе повідомити. Шрифт має бути зрозумілим, інформацію подають стисло, але доступно; картка повинна мати стандартний розмір.

Візитні картки мають давнє походження: документальне підтвердження їхньої появи виявлено в Німеччині у 1786 роком, пізніше вони поширилися в Європі, де і склалися правила користування ними.

Візитними картками обмінюються відразу ж після того, як особи були представлені одна одній. Карту беруть вказівним та великим пальцями лівої або правої руки, ознайомлюються з текстом і ховають, але у жодному разі не можна згинати її, робити помітки. Світова практика має досвід використання візитних карток, які різняться за функційним призначенням. Найбільш поширені такі:

1. Стандартна картка містить назву установи, прізвище, ім'я, по батькові (друкують великими літерами), посаду, службову адресу, телефон (іноді стільниковий), використовують під час знайомства, що передбачає подальші стосунки.

2. Картка, що використовується зі спеціальною представницькою метою, містить прізвище, ім'я, по батькові, посаду, назву організації, але адреси й номерів телефонів не зазначено. Таку візитну картку вручають, коли хочуть уникнути подальших контактів.

3. Картка неофіційних намірів - прізвище, ім'я, по батькові та місце проживання.

Ділова візитна картка зазвичай друкується державною мовою тієї країни, яку представляє її власник. Для ділових стосунків з іноземними партнерами можна з іншого боку візитки продублювати текст іноземною мовою, що полегшить знайомство та встановлення ділових стосунків, проте краще мати для цього односторонні візитки, виготовлені мовою іноземних партнерів.

Модуль 3. НАУКОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ФАХОВОЇ ДЯЛЬНОСТІ НАУКОВИЙ СТИЛЬ І ЙОГО ЗАСОБИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

План

1. Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки.
2. Оформлювання результатів наукової діяльності.
 - 2.1. План, тези, конспект як важливий засіб організації розумової праці.
 - 2.2. Основні правила бібліографічного опису джерел, оформлювання покликань.
 - 2.3. Анотування і реферування наукових текстів.
 - 2.4. Стаття як самостійний науковий твір.
 - 2.5. Вимоги до виконання та оформлювання курсової, дипломної робіт.
 - 2.6. Рецензія, відгук.

1. ОСОБЛИВОСТІ НАУКОВОГО ТЕКСТУ І ПРОФЕСІЙНОГО НАУКОВОГО ВИКЛАДУ ДУМКИ

Науковий стиль української мови має свої особливості. Його основна функція - інформативна (повідомлення, пояснення, з'ясування, обґрунтування, класифікація понять, систематизація знань, аргументований доказ); завдання - передавання інформації. Загальні ознаки наукового стилю - поняттєвість, об'єктивність, точність, логічність, доказовість, аргументованість, переконливість, узагальнення, абстрагованість, висновки; мовні ознаки - усна і писемна форми, широке використання термінів та іншомовної лексики, номенклатурних назв, символів, таблиць, діаграм, схем, графіків, цитат, переважання складних речень; форма тексту - монологічна (опис, міркування).

Активно функціонуючи в різних формах вираження наукової думки (найчастіше - у письмовій, рідше - в усній), науковий стиль розгалужується, за традиційною класифікацією, на чотири основні різновиди: власне науковий, науково-навчальний, науково-популярний, науково-публіцистичний.

Науковий текст - спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження.

Особливості наукового тексту:

- науковий текст обов'язково відображає ту чи іншу проблему, висуває гіпотези, орієнтує на нове знання, характеризуються доцільністю і раціональністю усіх положень, орієнтований на досягнення дослідницької мети та завдань;
- він має раціональний характер, складається із суджень, умовиводів, побудованих за правилами логіки науки і формальної логіки;
- широке використання понятійного, категоріального апарату науки;
- текст не ґрунтується на образі, не активізує почуттєвий світ його читача, а орієнтований на сферу раціонального мислення;
- його призначення не в тому, щоб змусити повірити, а в тому, щоб довести, обґрунтувати, аргументувати істину.

Структура наукового тексту:

1. Вступна частина, у якій окреслюють проблему, мету і завдання, гіпотези і методи дослідження.
2. Дослідна частина тексту описує дослідження і його результати.
3. Висновкова частина тексту регламентує висновки і рекомендації для проведення подальших наукових досліджень.

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

Загальні вимоги до наукового тексту:

- Текст має бути чітко структурованим, переділятися на розділи і параграфи. Потрібно прагнути того, щоб кожен розділ був самостійним науковим дослідженням з певної складової загальної проблеми, щоб кожен складову було викладено в тексті, а текст був цілісним, а не фрагментарним.

- Крім членування тексту на розділи і параграфи, він має деталізований розподіл на значеннєві частини, абзаци і речення. Варто пам'ятати, що надмірне дроблення тексту утруднює його сприйняття, тому абзаци мають бути обґрунтованими і зводитися до викладу однієї думки.

- Текст має вирізнятися композиційністю.

- Початок і кінець абзацив у науковому тексті - це найбільш інформативні місця; інші речення тільки розкривають, деталізують, обґрунтовують, конкретизують головну думку або є сполучними елементами.

- Під час викладу матеріалу необхідно уникати понять, які не можна тлумачити однозначно.

- У тексті не має бути повторів, зокрема, це стосується висновків, написання яких передбачає новий рівень систематизації й узагальнення.

Науковий текст позбавлений авторського «Я». Перевагу варто надавати безособовим формам викладу.

2. ОФОРМЛЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

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

2.1. ПЛАН, ТЕЗИ, КОНСПЕКТ ЯК ЗАСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ РОЗУМОВОЇ ПРАЦІ

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

План - це короткий перелік проблем, досліджуваних у науковому тексті; або (порядок розміщення частин якого-небудь викладу, його композиція). За допомогою плану узагальнюють та поділяють на частини інформацію наукового джерела, за ним розкривають, про що написано, яка основна думка, яким чином доведено її істинність, якого висновку доходить автор тексту.

Формулювання пунктів плану має лаконічну і чітку структуру, перший і останній пункти логічно розпочинають і завершують виклад основних питань тексту. Необхідно вміти виокремлювати в тексті головні думки, встановлювати співвідношення між ними і на цій підставі членувати текст, добирати заголовки до розділів.

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

За структурою план може бути простим і складним.

Простий, якщо в ньому зазначені лише основні питання, у пунктах простого плану перелічують основні мікротеми тексту.

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

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

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

Тезовий план - сформульоване основне положення абзацу, його мікротема.

Теза - « положення, висловлене в книжці, доповіді, статті тощо, правдивість якого треба довести. // Положення, що коротко і чітко формулює основну ідею чого-небудь або провідне завдання, що стоїть перед кимось. // перев. мн. Коротко сформульовані основні положення доповіді, лекції, статті тощо».

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

Відповідно до мети тези бувають:

- вторинні;
- оригінальні.

Вторинні тези слугують для виділення основної інформації в тому чи іншому джерелі (наприклад, підручнику, монографії, статті) під час читання, реферування, їх призначення - створити модель змісту тексту, яку можна було б осмислювати далі, а обсяг тез відповідає кількості інформаційних центрів тексту, зазвичай їх складають мовою автора.

Вимоги до складання тез:

- формулювання думок повинно бути чітким і стислим, але зі збереженням самобутності форми;
- викладання основних авторських думок у вигляді послідовних пунктів, записуючи тези, нумерують кожен, в кожній тезі варто виокремлювати ключове слово;
- якщо текст великий за обсягом, то в кінці кожної тези вказують номер сторінки джерела.

Оригінальні тези створюють як первинний текст. Вони можуть бути:

- ключовими елементами майбутньої наукової розвідки (планом, начерком основних положень);
- стислою формою презентації результатів наукових досліджень під час виступу на науковій конференції.

Оригінальні тези - предметно-логічне ціле, об'єднане спільною думкою, що відображена у заголовку, призначення якого – зорієнтувати читача у змісті наукового тексту. На відміну від розгорнутого плану, який тільки називає питання, тези розкривають розв'язання цих питань.

Прагнення автора тез до стислості обумовлює відсутність прикладів, цитат. Загальну норму жанру тез - високу насиченість висловлювання предметно-логічним змістом - реалізовано в оптимальному поєднанні складності думки з ясністю і доступністю викладу.

Тези мають чітко регламентовану змістово-композиційну структуру, в якій виокремлюють такі складові:

1. Преамбула (1-2 тези);
2. Основний тезовий виклад (3-6 тез);
3. Висновкова теза/тези (1-2).

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

Основний тезовий виклад передбачає розв'язання таких завдань:

- сформулювати мету дослідження, схарактеризувати об'єкт і матеріал дослідження;
- описати перебіг дослідження;
- визначити критерії оцінювання і технологію оброблення результатів.

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

Друкують тези у спеціальних збірниках, матеріалах конференцій тощо.

Оформлення тез у вигляді публікації передбачає дотримання таких вимог:

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

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

- обсяг тез становить 2-3 сторінки друкованого тексту через 1,5-2 інтервали.

Виписки - це цитати (дослівне відтворення думок автора книжки), або короткий, близький до дослівного, виклад змісту потрібного уривка тексту. Виписувати з книги теоретичні положення, статичні, хронологічні відомості можна як під час читання, так і після нього.

Цитату обов'язково брати у лапки, а на кожну виписку давати покликання на джерело. Для полегшення наступної систематизації виписок їх краще робити на окремих аркушах, каталожних картках.

Запам'ятайте!

Цитата (речення чи кілька речень) береться у лапки («»); у кінці цитати в конспекті зазначають у дужках джерело - сторінку (с. 157); якщо випускають слова чи речення, то на місці пропуску ставлять крапки (...) або крапки в кутових дужках < ..>, відтворюють авторські виділення у тексті' напівтовстий шрифт - прямою лінією, курсив - хвилястою (—), розріджений - пунктиром (—).

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

Конспект (від лат. conspectus – огляд, опис) - стислий писаний виклад змісту чого-небудь, складається з плану й тез, доповнених фактичним матеріалом, що у сукупності є коротким письмовим викладом змісту книжки, статті, лекції тощо.

Конспект - особливий вид тексту, який створений у результаті аналітико-синтетичної обробки інформації першоджерела, тобто скорочений запис певної інформації, що дозволяє його авторові одразу чи через деякий час із необхідною повнотою відновити інформацію.

Обов'язково докладно фіксують найбільш суттєві думки автора із зазначенням сторінок у тексті-оригіналі. Конспект слугує для збереження основного змісту роботи. У ньому репрезентовано лише думки автора роботи, яку конспектують, мета його - глибоко осмислити інформацію і подати її адекватно, стисло та в зручній для подальшого використання письмовій формі. Складання конспекту мобілізує увагу, допомагає виділити головне в тексті. Коли людина має намір щось записати, вона читає більш уважно, тим паче, що чергування читання із записуванням підвищує працездатність і зменшує втому. Конспектування - це певною мірою контроль сприйняття матеріалу: не розуміючи прочитанного, почутого, важко виділити і записати основну думку. Записи полегшують запам'ятовування, оскільки записаний навчальний матеріал краще фіксується в пам'яті.

Під час прочитання та прослуховування тексту (промови, доповіді, виступу) для конспектування звертається увага на опорні (ключові) стиль і його засоби у професійному спілкуванні слова, ті інформаційні центри, що несуть найбільше смислове навантаження.

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

Зміст першоджерела передають:

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

До конспекту ставлять такі вимоги:

- залишають певну частину сторінки (це може бути половина аркуша або широкий берег) для запису власних думок, оцінки законспектованого;
- цитуючи, вказують відповідну сторінку першоджерела.

Текст конспекту оформлюють довільно, на відміну від тез, крім основних положень, конспект містить і фактичний матеріал.

Для конспектування, як і реферування, використовуються такі способи викладу матеріалу: опис, оповідь, міркування. За своїм обсягом конспект не перевищує 1/3 всього первинного тексту.

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

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

Не будь-який короткий запис є конспектом, бо конспект - це системне, логічне, зв'язне об'єднання плану, виписок, тез. Без змін зберігають авторські конструкції, цитати. Аналітичний запис прочитанного передбачає перероблення первісного тексту шляхом трансформації більших мовних одиниць у менші: зміст словосполучення передають словом, зміст речення - окремим словосполученням, складне речення замінюють на просте і т. ін. Використовують переказ, інші формулювання, думки слід викладати стисло, своїми словами, виписуючи лише найголовніше і найсуттєвіше, не допускати повторень. Для швидкості та зручності в конспекті можуть подаватися скорочені слова, аббревіатури. Не слід зловживати скороченням слів, а якщо скорочувати їх, то за загальними правилами, наприклад: рр. - роки, р. - рік, с - сторінка, табл. - таблиця, / т. ін. - і таке інше тощо. Повторювані в конспекті терміни рекомендують позначати першою великою літерою слів, що входять до їх складу, наприклад: Р - речення, ДС - ділове спілкування, К- конспект тощо.

Особливо важливі думки в конспекті варто підкреслювати. Бажано залишати берег для додаткових записів. Фахівці з питань культури наукового мовлення радять під час конспектування друкованого джерела наукової інформації дотримуватись таких алгоритмічних приписів (використовувати прийоми концентрації змісту і мовних засобів тексту):

- визначте і розмежуйте в обраний спосіб ту інформацію, яку передаватимете дослівними формулюваннями з тексту, й ту, що трансформуєте у скорочений варіант;
 - об'єднуйте прості речення у складні;
 - коректно спростіть складні (довгі) конструкції;
 - вилучіть з речень дієприкметникові та дієприслівникові звороти, видаліть речення з надлишковою інформацією, а також побіжні висловлювання та міркування;
 - передайте інформацію (де це доцільно і можливо) у вигляді таблиць, схем тощо.
- Конспектування наукової інформації, що сприймається на слух.

Процес конспектування є складнішим від попереднього і складається з трьох взаємообумовлених та паралельних мисленнево-мовленневих дій:

- аудіювання (розуміння інформації, що сприймається на слух);
- мисленневого оброблення почутого (визначення головної і допоміжної інформації, переформулювання);
- письмової фіксації інформації.

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

- рему (нове) записувати якнайточніше та найповніше;
- ті частини речень, що складають тему (відоме), записувати скорочено;
- слухаючи, обов'язково зберігати актуально значуще в кожному блоці інформації;
- уникати фраз, що дублюються;
- переконструювати лише можливі речення.

Вимоги до конспекту

1. Усю головну інформацію згідно з темою відобразити в конспекті.
2. Не порушувати логічний зв'язок під час скороченого запису інформації.
3. Використані символи та аббревіатури повинні бути абсолютно точними відповідниками слів і словосполучень.
4. Зберігати точність інформації за умови переконструювання речень.
5. Не припускатися орфографічних, лексичних, граматичних помилок під час запису.

Конспекти переділяють на плановий, текстуальний, вільний, тематичний, опорний.

Плановий конспект укладається за попередньо складеним планом статті, книжки, лекції. Кожному питанню плану відповідає певна частина конспекту, але якщо пункт зрозумілий, то детально не розкривається. Якість такого конспекту цілком залежить від якості складеного плану. Він лаконічний, простий за своєю формою, але за ним не завжди легко вдається відтворити прочитане, почуте.

Текстуальний конспект - це конспект створений переважно з цитат, це джерело дослівних висловлювань автора. Текстуальні виписки можуть бути пов'язані між собою низкою логічних переходів, супроводжуватися планом і включати окремі тези у викладі особи, що конспектує. Цей конспект доцільно використовувати під час опрацювання науковий праць.

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

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

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

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

За походження конспекти поділяються на:

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

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

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

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

2.2. ОСНОВНІ ПРАВИЛА БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ ДЖЕРЕЛ, ОФОРМЛЮВАННЯ ПОКЛИКАНЬ

Покликання - уривок, витяг з якого-небудь тексту, який цитують у викладі матеріалу, з точною назвою джерела й вказівкою на відповідну сторінку. Бібліографічні покликання - це сукупність бібліографічних відомостей про цитовану працю.

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

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

Загальні вимоги до цитування такі:

а) текст цитати беруть у лапки, наводять у граматичній формі, в якій його подано у джерелі, зі збереженням особливостей авторського написання;

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

в) кожен цитату обов'язково супроводжують покликанням на джерело;

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

Покликання в тексті на літературне джерело зазвичай оформлюють у квадратних дужках, де першою цифрою позначають номер літературного джерела у списку використаних джерел, а другою - сторінку, з якої запозичено цитату, наприклад, [15, 257], у монографіях, статтях можливе й таке оформлення покликань: прізвище автора, рік видання, сторінка: [Караванський 2004, 245]. Під час огляду літератури з досліджуваної проблеми може застосовуватися покликання на все джерело, декілька джерел. Наприклад: [12].

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

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

Розрізняють такі способи розташування літератури у списку:

- Абетковий список використаних джерел має самостійну нумерацію за прізвищами авторів, перших слів назв, якщо авторів не зазначено, авторів з однаковими прізвищами розміщують за абеткою їх ініціалів, а роботи одного автора - за назвою роботи, окремо подають абетковий ряд кирилицею (українською мовою) і ряд мовами з латинським написанням літер (англійською, французькою, німецькою тощо)

- За типами документів матеріал у списку розташовують за типом видання (книжки, статті, офіційні документи, стандарти тощо), а в межах розділу - за абеткою.

- Хронологічний список зазвичай використовують у працях історичного спрямування, де важливо продемонструвати періоди і звернути увагу на те, коли опубліковано те чи інше джерело.

- За ступенем використання такий спосіб застосовують зазвичай у статтях (доповідях), де список використаних джерел невеликий.

Бібліографування - це вид аналітико-синтетичного опрацювання, який полягає в укладанні опису документа. Такі описи можуть бути різними - бібліографічними, архівними, інтернетними тощо. Бібліографічні описи описують опубліковані паперові видання, архівні - описи архівних документів, інтернетні - описи веб-сторінок Інтернет.

2.3. АНОТУВАННЯ І РЕФЕРУВАННЯ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ

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

Анотації виконують дві основні функції:

- сигнальну (подається важлива інформація про документ, що дає можливість встановити основний його зміст і призначення, вирішити, чи варто звертатися до повного тексту праці);

- пошукову (анотація використовується в інформаційно-пошукових, зокрема, автоматизованих системах, для пошуку конкретних документів).

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

За функціональним призначенням анотації бувають довідкові та рекомендаційні.

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

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

За обсягом та глибиною розрізняють анотації описові та реферативні.

Описові анотації, узагальнено характеризуючи зміст первинного документа і подаючи перелік основних тем, що в ньому відображені, відповідають на питання: про що повідомляється у документі?

Реферативні анотації не тільки подають перелік основних тем, а й розкривають їх зміст. Вони відповідають на два питання: про що повідомляється в основному документі? що саме з цього приводу повідомляється?

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

План аналізу документа під час складання довідкової анотації.

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

1. Відомості про автора.
2. Характеристика анотованого твору.
3. Оцінка твору.
4. Характеристика художньо-поліграфічного та редакційно видавничого оформлення.

5. Цільове й читацьке призначення документа.

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

Відомості про автора(професія, науковий ступінь, вчене звання)

Форма (жанр) анотованого твору

Автор статті (монографії, брошури) — ...

Стаття (монографія) відомого вченого (науковця, дослідника...)

Автори посібника висококваліфіковані фахівці в галузі...

Академік... присвятив свою працю...

Автор, доктор філологічних наук, професор...

Видання (монографія, стаття, посібник, підручник, брошура, практикум, словник...) присвячено ...

У збірник (антологію) увійшли праці з проблем...

Довідник містить...

Системний виклад

Притаманні особливості, новизна поданого матеріалу

Характеристика довідкового апарату видання

Цільова аудиторія (призначення)

Автор наводить переконливі приклади...

Книга адресована (розрахована, орієнтована, призначена)

Видання може зацікавити...

Стаття корисна для...

Варто рекомендувати посібник...

Якщо для наукових досліджень анотації часто подають стандартні формулювання (автор розповідає, стаття присвячена, у монографії розглядаються), то для текстів науково-популярних, художніх, публіцистичних тощо варто подбати про оригінальні конструкції: доцільно використовувати різноманітні варіанти подачі матеріалу: запитання до читача, порівняння з іншими документами, виділення головної ідеї тощо. Бажано, щоб у кількох рядках тексту існувала часова відповідність та однотипність дієслівних форм. Наукова термінологія, що використовується в анотації, має бути загальноприйнятною, відповідати сучасному рівню знань. Текст бібліографічного опису не повинен зливатися з анотацією.

Анотація починається з нового рядка.

Анотації друкуються у такій послідовності: українською та англійською мовами; одна з них, на вибір здобувача, має бути розгорнутою, обсягом 2 сторінки машинописного тексту (до 5 000 друкованих знаків); дві інші - ідентичні за змістом (обсягом до 0,5 сторінки, до 1200 друкованих знаків).

Після кожної анотації наводяться ключові слова відповідною мовою, загальна кількість - не менше трьох і не більше десяти.

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

Реферат - це 1) вторинний документ, результат аналітично-синтетичного опрацювання інформації, поданий у вигляді стислого викладу наукової праці, вчення, змісту джерела із зазначенням характеру, методики, результатів дослідження та збереженням його мовностилістичних особливостей; 2) вид письмового повідомлення, короткий виклад головних думок, поєднаних однією темою, їх систематизація, узагальнення й оцінка.

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

Основні функції реферату:

- інформаційна - реферат подає інформацію про певний документ;
- пошукова - реферат використовується в інформаційно-пошукових й автоматизованих системах для пошуку конкретних тематичних документів та інформації.

Реферати класифікують за кількома ознаками:

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

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

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

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

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

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

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

Об'єктами реферування можуть бути:

- наукові статті (теоретичні, експериментальні, методичні, описові та ін.);
- розділи з монографій, збірників праць тощо;
- патентні документи;
- депоновані рукописи.

Реферат, як доповідь на будь-яку тему, написана на основі критичного огляду літературних та інших джерел, готується за одним або кількома джерелами, у ньому автор подає чужі та власні думки. Рекомендований обсяг реферату - 10-12 сторінок друкованого тексту (0,5 друкованого аркуша).

Як писати реферат:

1. Визначити тему.
2. Дібрати літературу: а) документи, першоджерела; б) монографії, довідники, збірники; в) газетні та журнальні матеріали.
3. Ґрунтовно вивчити літературу, зробити виписки цитат, основних думок.
4. Скласти список розділів, який може і бути планом реферату.
5. Продумати план реферату, можливе його розширення.
6. Систематизувати опрацьований матеріал.
7. Остаточо продумати та уточнити план реферату.
8. У кінці реферату слід подавати список використаної літератури.
9. Бібліографічний опис джерела списку літератури оформити відповідно до вимог.

Структура реферату:

1. Титульна сторінка (назва міністерства, якому підпорядкована установа; назва закладу; назва кафедри, на якій виконано роботу; назва дисципліни; тема реферату; назва виду документа (реферат); посада (студент) та номер групи, у якій навчається автор; прізвище, ім'я, по батькові автора; місто і рік написання).

2. План.

3. Текст, який складається зі вступу, основної частини, висновків.

4. Список використаної літератури.

Автореферат - короткий письмовий виклад наукового твору самим автором, найчастіше - автореферат дисертації. Призначення автореферату - ознайомити наукових працівників з методикою дослідження, результатами й основними висновками дисертації.

2.4. СТАТТЯ ЯК САМОСТІЙНИЙ НАУКОВИЙ ТВІР

Стаття - 1) науковий або публіцистичний твір невеликого розміру в збірнику, журналі, газеті, 2) самостійний розділ, параграф у юридичному документі, описі, словнику

Наукова стаття - один із видів наукових публікацій, де подаються кінцеві або проміжні результати дослідження, висвітлюються пріоритетні напрямки розробок ученого, накреслюються перспективи подальших напрацювань У ній поєднуються аналіз, опис, критичне осмислення стану дослідження проблеми У тексті статті робляться покликання на використану літературу Обсяг наукової статті - 6-22 сторінки, тобто 0, 35-1 др. Арк. (10-40 тисяч знаків).

Необхідними елементами мають бути:

- постановка проблеми у загальному вигляді, й зв'язок з науковими чи практичними завданнями,
- аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення певної проблеми і на які спирається автор,
- виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття,
- формулювання мети статті (постановка завдання),
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів,
- висновки цього дослідження,
- накреслення перспектив подальших розвідок у цьому напрямку.

Оформлення статті залежить переважно від вимог друкованого органу, куди її подано.

2.5. ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ ТА ОФОРМЛЮВАННЯ КУРСОВОЇ, ДИПЛОМНОЇ РОБИ

Курсова робота - самостійна робота дослідницького характеру, спрямована на вивчення конкретної проблеми.

Метою курсової роботи є:

- поглиблення знань студентів з актуальних проблем;
- подальший розвиток умінь самостійного критичного опрацювання наукових джерел;
- формування у них дослідницьких умінь та навичок;
- стимулювання їх до самостійного наукового пошуку;
- розвиток умінь аналізувати сучасний досвід;
- формування вміння самостійної обробки навчально-методичних матеріалів та їх практичної реалізації.

Курсова робота дає можливість виявити здатність студента самостійно осмислити проблему, творчо, критично її дослідити, вміння збирати, аналізувати і систематизувати літературні джерела; здатність застосовувати отримані знання під час розв'язання практичних завдань; формулювати висновки, пропозиції, рекомендації з предмета дослідження.

Матеріали курсової роботи можуть бути використані для подальшої дослідницької роботи - написання дипломної або магістерської роботи.

Основні вимоги до написання курсової роботи:

• обсяг - 20-25 сторінок тексту для студента II курсу, 30-35 сторінок для студента III курсу;

- робота повинна мати чітку структуру, список використаної сучасної літератури (20-25 джерел, переважно останніх років);
- оформлення має відповідати естетичним і мовним нормам;
- обов'язковими компонентами мають бути: визначення актуальності дослідницького завдання та розроблення навчально-методичних матеріалів;
- вона має бути зброшурована, акуратно і грамотно оформлена.

Студенти мають право обирати тему з тем, визначених кафедрою.

Структура курсової роботи

1. Титульна сторінка
2. План (заголовок дається словом ЗМІСТ)
3. ВСТУП - обґрунтовується актуальність теми, її значення для теорії та практики певної науки, мета, завдання, об'єкт, предмет та методи дослідження.
4. Основна частина поділяється на теоретичний і практичний розділи.
 - Теоретичний розділ включає аналіз опрацьованої наукової літератури відповідно до завдань дослідження; певні авторські висновки з визначенням перспектив подальших дослідницьких пошуків.
 - Практичний розділ містить опис виконаного дослідницького завдання та розроблення навчально-методичних та досліджуваних матеріалів.

5. ВИСНОВКИ

6. ДОДАТКИ (за потреби).

7. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ: на усі наукові джерела, що представлені в бібліографії, повинні бути покликання в тексті курсової роботи.

Під час захисту курсової роботи студент стисло доповідає про результати дослідження, відповідає на запитання. На підставі захисту та попередньої оцінки керівника, пропонованої в рецензії, виставляють остаточну оцінку.

Дипломна робота - самостійне оригінальне наукове дослідження студента з актуальних проблем фаху.

Теми дипломних робіт обираються студентами на основі розробленого і затвердженого кафедрою переліку орієнтованих тем дипломних робіт, а також з урахуванням власних наукових інтересів. Студент може сам запропонувати тему дипломної роботи, достатньо аргументовано обґрунтувавши доцільність її розроблення.

Матеріали дипломної роботи можуть бути використані для виголошення доповіді на загальноуніверситетській науково-практичній конференції, написання статті, а також накопичення фактичного матеріалу для подальшої дослідницької роботи.

Вимоги до написання дипломної роботи

1. Тема дипломної роботи затверджується на засіданні кафедри і схвалюється вченою радою факультету інституту/університету.

2. У вступі обґрунтовується вибір теми, її актуальність; визначаються об'єкт, предмет, мета і конкретні завдання, гіпотеза дослідження, методи дослідження; його наукова новизна та теоретична і практична значущість одержаних результатів; описується структура дипломної роботи.

3. Автор дипломної роботи повинен продемонструвати вміння методологічно і грамотно проводити дослідження, інтерпретувати, систематизувати і класифікувати одержані результати.

4. У роботі необхідно розкрити зміст дослідницької проблеми з урахуванням нових наукових підходів.

5. Дипломна робота має містити чітко сформульовані висновки, у яких подаються основні результати дослідницької діяльності студента, рекомендації щодо їх практичного використання.

6. Обсяг дипломної роботи - 50-60 сторінок друкованого тексту.

7. Дипломна робота має бути чітко структурованою із виділенням окремих її частин, абзаців, нумерацією сторінок, правильним оформленням покликань, виносок, цитат, висновків і списку використаної літератури (не менше 50 джерел), обов'язковим є використання літератури іноземними мовами.

8. Дипломну роботу оцінює рецензент. Керівник пише відгук, у якому висловлює думку щодо рекомендації дипломної роботи до захисту. Остаточну оцінку виставляють члени державної екзаменаційної на підставі рецензії та публічного захисту дипломної роботи.

Дипломну (курсову) оформлюють на папері формату А4. Текст друкують через півтора міжрядкових штевала, кегль шрифту – 14.

Нумерація сторінок роботи починається з четвертої сторінки титульну сторінку, зміст, першу сторінку вступу враховують, але не нумерують. Нумери проставляють посередині верхнього берега аркуша арабськими цифрами на відстані не менше 10 мм.

Рубрикація тексту роботи передбачає членування на частини та їх називання вступ, розділ, висновки. Заголовки мають бути короткі та однозначні. Основні частини роботи починають писати з нової сторінки. Встановлені вимоги до змісту, структури та обсягу слід дотримуватися під час написання та оформлення наукових робіт.

Типові помилки у написанні та оформленні роботи:

1. Нечітке формулювання теми дослідження.

2. Зміст роботи не відповідає плану або не розкриває тему повністю чи в її основній частині.

3. Мета і завдання сформульовані невиразно і не відображають сутності дослідження.

4. Дослідник не опрацював всю основну і новітню літературу з цієї теми.

5. Невідповідне співвідношення між структурними компонентами роботи (вступом, основною частиною, висновками).

6. Огляд дослідження питання у наукових працях є їх анотацією, а не критичним аналізом, що не дає можливості виробити власну концепцію розуміння проблеми.

7. Кінцевий результат не відповідає меті дослідження, висновки не збігаються з поставленими завданнями.

8. У роботі недостатньо покликань на першоджерела, значна кількість перецитовань.

2.6. РЕЦЕНЗІЯ, ВІДГУК

Важливим жанром наукової комунікації є рецензія. Автор її - фахівець, учений тієї ж галузі або спорідненої, до якої належить і рецензована наукова стаття, монографія, підручник і навчальний посібник, кваліфікаційна робота та дисертація. Рецензія передбачає аналіз та оцінювання певного твору (наукової праці), критичний розбір, рекомендацію до захисту чи друку, проведення наукового обговорення й діалогу.

Рецензія - критичний відгук (містить аналіз і оцінку) наукового керівника (консультанта), офіційних опонентів, провідної установи під час захисту кваліфікаційної роботи, кандидатської чи докторської дисертацій.

Реквізити:

1. Назва виду документа.
2. Заголовок (містить назву рецензованої роботи, прізвище та ініціали її автора, рік публікації, назву видавництва).
3. Текст.
4. Підпис рецензента.
5. Дата.
6. Засвідчення підпису печаткою або спеціальним штампом (за потреби).

Рецензія - документ, який передбачає коментування основних положень рецензованої праці (тлумачення думки автора, висловлення особистого ставлення до поставленої проблеми); узагальнену аргументовану оцінку; висновки про значення аналізованої праці.

Типовий план написання тексту рецензії.

1. Об'єкт і предмет аналізу.
2. Актуальність теми.
3. Короткий зміст.
4. Формулювання основної тези.
5. Загальна оцінка.
6. Недоліки, хиби, огріхи праці.
7. Висновки.

Об'єктом оцінювання є повнота, глибина, всебічність розкриття теми; новизна та актуальність поставлених завдань і проблем; коректність аргументації і системи доказів; достовірність результатів; переконливість висновків.

Мовні кліше для написання рецензії

Об'єкт аналізу

Актуальність теми

Короткий зміст

Рукопис книги, стаття в журналі, кандидатська дисертація, автореферат, дипломний проект (праця автора, рецензована робота...)

Актуальність теми обумовлена...

Дослідження присвячене актуальній темі...

Автор розглядає важливі питання сучасності...

Дослідження складається зі вступу, ... розділів, висновків, ... додатків тощо (вказується загальна кількість сторінок, позицій у списку використаних джерел, наявність ілюстрацій, таблиць, графіків)...

На початку дослідження (статті, монографії, дисертації) автор указує на...
 Автор аналізує наявні джерела з цієї проблеми ...
 Дослідник розглядає питання...
 Автор (учений, науковець) доводить, що...
 Аргументовано стверджується думка, що...
 Формулювання основної тези
 Основна проблема дослідження полягає у...
 У статті на перше місце висувається питання про...
 Загальна оцінка: позитивна
 Робота вирізняється ... значним фактичним матеріалом, ... оригінальним підходом до аналізу та вирішення поставлених завдань, ... високою інформативністю
 Автор доводить (підтверджує) свою думку значним ілюстративним (статистичним, експериментальним) матеріалом...
 Автор справедливо (слухно) зазначає,, аргументовано обґрунтовує,, чітко визначає, детально аналізує, ретельно розглядає, уважно простежує, доказово критикує...
 Як переконливо свідчить автор, не всі попередні ідеї витримали випробування часом...
 Автор уважно аналізує погляди опонентів...
 Ідея автора ... досить продуктивна (плідна, оригінальна, новаторська)...
 Праця важлива нестандартними підходами до вирішення...
 Думка автора ... (про що?) видається перспективною...
 Важко не погодитися з...
 Думки (положення) автора про ... сформульовані чітко (доказово, переконливо).
 Висновки автора достовірні й результативні. Вони ґрунтуються на аналізі значного фактичного матеріалу...
 Безперечною заслугою автора варто вважати новий підхід до вирішення... запропоновану класифікацію... способи узагальнення... уточнення поняття...
 Недоліки, хиби, огріхи
 Варто відзначити певні дискусійні моменти...
 Наукова рецензія виконує такі функції: інформування, тобто ознайомлення з науковим твором (або кількома творами); оцінювання та осмислення у науковому соціумі певного знання.
 Особливість рецензії полягає у вмінні спілкуватися, вести діалог (часто уявний) між рецензентом та автором твору, рецензентом і читачами. Нерідко автор рецензії виявляє свої особистісні цінності, виступає аналітиком чи полемістом, який зі знанням справи оцінює первинний документ, висуває свої зауваження, подає поради, рекомендації, пропонує імпульси до наукового діалогу.
 Відгук - це 1) документ, що містить висновки уповноваженої особи (або кількох осіб) чи установи щодо запропонованих на розгляд вистави, рукописних робіт;
 2) стисла форма письмової оцінки виконаної роботи (курсової, бакалаврської, магістерської кваліфікаційних робіт, кандидатського чи докторського дослідження).
 За складом реквізитів збігається з рецензією.
 Обсяг відгуку невеликий - 1-3 сторінки (3-5 сторінок для кандидатських і докторських дисертацій).
 На відміну від рецензії, у відгуку подають загальну характеристику праці без докладного аналізу, проте він містить практичні поради.

СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ

Вивчення термінології, усвідомлення її
комунікативної й інформаційної значущості... –
обов'язковий компонент професійної
і загальномовної культури фахівців.

Руслан Кацавець

План

1. Формування і розвиток української термінології
2. Термінознавство як наука, його основні напрями та проблематика
3. Лексико-семантична характеристика термінології
4. Джерела поповнення української термінології

1. ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

*Поки інтелігенція наша
буде без літературної наукової мови,
доти зневажатимуть нас по праву.*

Василь Мова

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.

Формування наукової мови в Україні відбувалося за несприятливих умов, тому галузеві терміносистеми не розвивалися природно. Умови бездержавності України унеможлилювали становлення науково-технічної, природничої, гуманітарної та мистецької терміносистем.

Зацікавлення науковою мовою в Україні зростало в часи національного відродження. Коли послаблювалися заборони та переслідування, українська наукова мова мала можливість розкривати свій потенціал.

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

1. Період стихійного нагромадження термінологічної лексики (IX – перша половина XIX ст.).

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

Важливу роль у поширенні наукових знань та професіоналізму в Україні відіграли Острозький культурно-освітній центр (1580–1608); 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), “Лексис” Л. Зизанія (1596), “Лексикон латинський” Є. Славинецького (1650) 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. Період другої половини XIX ст. – початку XX ст. Діяльність Наукового товариства імені Тараса Шевченка

Ренесансним етапом у новітній історії України є середина XIX ст. У часописі “Основа” (1861–1862) 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), 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 душі народної мови, на її основі й за її законами (В. Левицький, І. Пулюй, І. Верхратський, І. Кандяк, Р. Цегельський); 2) симпатки 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 одноставну термінологію і номенклатуру, незважаючи на те, що її творили на землях України, які належали до різних держав.

3. Третій період, пов’язаний з утворенням 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. Період діяльності Інституту української наукової мови

Українське мовознавство, зокрема термінологія, за влучним висловом відомого українського термінолога А. Вовка (США), пережило “золоте десятиріччя” (1921–1931), 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. Період 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, благотворний 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 орфоепічні правила, а натомість пропагує

інші, ближчі до російських або й живцем перенесені з російської мови”¹. 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 (бурштин – 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 період розвитку української термінології (90-ті роки ХХ ст. – початок ХХІ ст.)

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

Сьогодні спостерігаємо надзвичайну термінографічну активність: у 1990 р. видано 5 термінологічних словників, 1992 р. – 22, 1993 р. – 62, 1996 р. – 29. Це словники різних типів – перекладні, енциклопедично-довідкові, тлумачно-перекладні, частотні, словники-тезауруси, словники нових термінів.

Виробити та узгодити засади термінотворення допомагають численні наукові семінари, конференції. Традиційними стали міжнародні наукові конференції “Українська

¹ Шерех Ю. Пороги і запоріжжя. – Харків, 1998. – Т.ІІІ. – С. 360.

термінологія і сучасність” (Київ, Інститут української мови НАН України), “Проблеми української науково-технічної термінології” (Національний університет “Львівська політехніка”).

Дуже потрібним напрямом термінознавства є стандартизація термінології, тобто вироблення термінів-еталонів, які б відповідали всім лінгвістичним і логічним вимогам до термінів. Тому 1992 р. наказом Міносвіти та Держстандарту було створено Технічний комітет стандартизації науково-технічної термінології (на базі Львівського політехнічного інституту). Згодом до складу Комітету увійшли також Київський політехнічний інститут, Інститут української мови НАН України та Український науково-дослідний інститут стандартизації, сертифікації та інформатики.

2. ТЕРМІНОЗНАВСТВО ЯК НАУКА ТА ЇЇ ОСНОВНІ НАПРЯМИ ТА ПРОБЛЕМАТИКА

*Не знаючи термінології,
не можна ні науку вперед посувати,
ні передавати її здобутки народові.*

I. Холодний

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 зіставляється з чітко окресленим поняттям певної галузі науки, техніки, мистецтва, суспільно-політичного життя і вступає у системні відношення з іншими подібними одиницями мови, утворюючи разом з ними особливу систему – термінологію.

Мовознавці виділяють такі ознаки терміна:

- 1) має чітке визначення, зафіксоване у словнику;
- 2) однозначний у межах певної термінологічної системи або має тенденцію до однозначності;
- 3) точний і не залежить від контексту;
- 4) стилістично нейтральний;
- 5) системний (класифікаційна системність, словотвірна системність);
- 6) відсутність синонімів у межах однієї терміносистеми;
- 7) короткість (стислість) у плані вираження. Проте цей критерій бажаний, а не реальний, адже з метою диференціації понять науки і техніки використовують багатослівні терміни, що спроможні якнайточніше позначити певне поняття.

Окреслюючи ці риси, слід також пам’ятати, що терміни є не ізольованими одиницями загальнонаціональної мови, а частиною її словникового складу. Для правильного розуміння основних вимог до терміна впроваджено поняття “поля”. Поле для терміна – це те саме, що контекст для побутового слова чи конситуація для репліки. Поле – це певна термінологія, у межах якої термін точний і однозначний. Поза межами певного термінологічного поля він втрачає свою характеристику, набуває інших системних зв’язків. Отже, усі основні риси притаманні термінам лише у межах їх термінологічного поля. Вказівку на відповідне поле можна здійснити або екстралінгвальним шляхом (ознайомившись з ситуацією спілкування), або лінгвальним (у контексті).

У межах термінологічного поля існує системна єдність термінів, яка ґрунтується на специфічних кореляціях (відношеннях), характерних для мовної системи загалом. Це лексико-семантичні явища полісемії (багатозначності), синонімії, антонімії, омонімії, гіперо-гіпонімії (родо-видових відношень).

Вивчаючи структуру термінів, лінгвісти виділяють такі типи термінів:

1) прості: непохідні (терміни, які на синхронному зрізі не мають мотиваційних слів, напр.: дуга, жила, лад) і похідні (терміни, у яких можемо виділити мотиваційні основи і словотворчі афікси, напр.: запобіжник, противага, затакт);

2) складні (терміни, у яких можна виділити дві основи, напр.: паротворення, теплострум, тискомір);

3) складені (терміни-словосполучення, напр.: стала похибка, прискорення руху, рідкий стан тіла);

4) терміни-символи (\mathcal{J} , +) і терміни-напівсимволи (α -промені, β -проміння, γ -еманація).

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, дестилувати) та прислівники (анданте, модерато, пристрасно).

Сучасна українська термінологія неоднорідна за походженням. У складі української термінології є назви, утворені на питомому ґрунті: клітина, водень, добуток, присудок. Значна кількість термінів української мови – слова іншомовного походження (запозичення): префікс, синус, ліцензія, модернізм. Негативним явищем в українській термінології ХХ ст. є значний спад активності дериваційних процесів (словотворення), адже втрачається баланс між основними джерелами збагачення української терміносистеми – між терміноутворенням та використанням запозичень.

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.

Склад української термінології поповнюється завдяки використанню вторинної номінації, синтетичної й аналітичної деривації та запозичень з чужих мов.

Терміни поділяють на загальнонаукові (аксіома, ідея, гіпотеза, формула) і вузькоспеціальні, вживані в якійсь одній галузі науки (доданок, множник, ділене, від'ємник).

Від термінів необхідно відрізнити номенклатурні знаки. 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).

Окрім загальнотеоретичних питань, що стосуються термінів і термінології, термінознавство як синтетична міжгалузева дисципліна охоплює такі напрями роботи:

1. Лексикографічний. Це створення термінологічних словників, серед яких

словники-довідники, словники-тезауруси, перекладні словники, частотні словники, словники рекомендованих термінів, словники сполучуваності, словники нових термінів.

2. Уніфікація і стандартизація термінів. Уніфікація – це впорядкування термінологій різних галузей науки, техніки, економічного та культурного життя. Стандартизація – це вироблення терміна-еталона, який би відповідав усім лінгвістичним та логічним вимогам до терміна і використовувався б у межах певної терміносистеми та на міжгалузевому рівні. Стандартизацію термінів здійснює Держстандарт. У світі існує чимало термінологічних організацій, що займаються стандартизацією термінів на міжнародному рівні.

3. Створення картотек і баз даних. Оскільки у зв'язку з розвитком науки наші знання про навколишній світ розширюються, поглиблюються і вдосконалюються, а словники не встигають за розвитком науки, не розкривають закономірностей функціонування термінів, то така ситуація вимагає перебудови систем реєстрації і донесення до спеціаліста даних про терміносистеми. Цьому сприяє створення банків термінів – автоматизованих або на основі ручних картотек.

Перший такий банк було створено завдяки плідній співпраці термінологів різних країн світу в Німеччині, він містив 2 млн. термінів дев'ятьма мовами.

В Україні над атоматизованим фондом мови працюють науковці-термінологи, зокрема М. Пешак. Автоматизований банк термінів повинен мати солідне лінгвістичне забезпечення – ґрунтуватися передусім на наукових текстах, оскільки саме в них відображаються процеси розвитку слова.

4. Переклад і редагування термінів. Однією з найскладніших проблем є переклад термінів з однієї мови на іншу. Переклад може бути буквальним (дуже точним), за допомогою синонімів, за допомогою тлумачення, за допомогою транслітерації (передають словозвучання засобами іншої графічної системи). Перекладаючи термін, необхідно користуватися однією назвою в усьому тексті. Щоби належно підібрати перекладений відповідник, слід враховувати вмотивованість терміна і точність передавання позначуваного поняття. Невдалі назви можуть стати причиною спотворення наукової концепції. Тому важливим є редагування наукових текстів.

5. Організаційний напрям. Це видання спеціальних термінознавчих журналів (“Науково-технічна термінологія”, “Термін і слово”, “Термін і текст”), проведення термінологічних конференцій державного та міжнародного рівнів, робота постійних семінарів. 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), граматична (Н. Москаленко), друкарська (Е. Огар), економічна (Т. Панько), математична (А. Крейтор), машинобудівна (О. Литвин), медична (Г. Дидик-Меуш), мінералогічна (Н. Овчаренко), музична (З. Булик, С. Булик-Верхола), образотворча (Б. Михайлишин), радіотехнічна (І. Кочан), ринкових відносин (О. Покровська), риторична (З. Куньч), соціально-політична (А. Бурячок), спортивна (М. Паночко), театральна (А. Костюк), 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. Однак стан терміносистем низки наук не відповідає ще всім вимогам. Основними недоліками термінології є багатозначність термінів у межах однієї терміносистеми, наявність омонімів, синонімів, невідповідність термінів поняттям, які вони виражають

(неправильно орієнтовані терміни), відсутність чіткого визначення, громіздкість термінів, надмірне використання запозичених найменувань, відсутність уніфікації в правописі (ортопедія, але орфографія). Невпорядкованість різногалузевих терміносистем гальмує розвиток деяких наук і спричинюється до помилок у практичній діяльності.

3. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕРМІНОЛОГІЇ

Вивчення термінології, усвідомлення її комунікативної й інформаційної значущості... – обов'язковий компонент професійної і загальномовної культури фахівців.

Руслан Кацавець

Сучасна українська термінологія – це відносно стабільна і закріплена традицією лексико-семантична система, що перебуває у стані безперервного руху і поступового вдосконалення. Розвиток термінології зумовлений факторами суспільно-політичного, фахового та мовного характеру.

У мовознавчій літературі знаходимо два погляди на місце термінології в структурі сучасної української мови: більшість учених розглядає термінологію як підсистему загальнолітературної мови, інші науковці вважають термінологію, як і діалектну лексику, жаргони, різновидом української мови, що належить до пасивної лексики, оскільки значна частина термінів не є загальним надбанням, а функціонує у вузьких спеціальних сферах.

Історія формування наукового стилю, зокрема його лексики, свідчить про те, що основою формування термінології є літературна мова. Будь-яка терміносистема – це частина словникового складу літературної форми мови. Тому є підстави вважати термінологію підсистемою лексичної системи літературної мови, у якій виявляються закономірності, що діють у літературній мові, а також специфічні риси.

У термінології наявні лексико-семантичні процеси, характерні для лексики загалом: полісемія, омонімія, синонімія, антонімія, родо-видові відношення. Проте названі процеси реалізуються у термінології специфічно.

Полісемія термінів – вияв загальномовної закономірності, яка полягає в тому, що одному мовному знакові (слову) може відповідати декілька значень. Спостереження показують, що багатозначність розвивається в таких самих розрядах слів-термінів, що й у системі загальнолітературної мови. Наприклад, абстрактні іменники виявляють здатність розвивати конкретні значення (геометрія – геометрія крила літака), назви процесів називають також результати цих процесів (композиція, вимірювання). Отже, полісемія термінів – це природний прояв загальних законів розвитку лексики. Проте слід домагатися однозначності терміна, тобто співвіднесеності лише з одним поняттям у межах терміносистеми і споріднених з нею систем.

Омонімія в терміносистемах виникає, коли значення багатозначного в минулому слова розходяться настільки, що втрачається спільна основа. Такі слова входять у різні терміносистеми (морфологія – в природознавстві та мовознавстві, реакція – в хімії та фізиці). Омоніми виникають також внаслідок творення термінів за допомогою використання побутових слів (лапка, хвіст, шийка). Ставши термінами, ці слова наповнюються зовсім новим термінологічним значенням.

Багатозначні терміни і терміни-омоніми можуть існувати, не змінюючи семантики, і поза контекстом. Цим терміни відрізняються від загальноновживаних слів, які можуть змінювати значення залежно від фразового оточення.

Синонімія у термінології – це теж вияв загальномовної закономірності. Особливістю цього явища в термінології є те, що терміни-синоніми співвідносяться з одним і тим самим поняттям й об'єктом. Тому в термінології наявні абсолютні синоніми,

що позбавлені стилістичних відтінків. Однак терміни-синоніми відрізняються іншими ознаками, наприклад, структурою, походженням, особливостями функціонування.

Причинами появи синонімів у термінології є:

вживання запозиченого терміна й автохтонного (адаптація – пристосування, асиміляція – уподібнення, прогрес – розвиток), кількох запозичених термінів (боніфікація – рефакція), декількох автохтонних номінацій (злука – возз'єднання);

існування повного варіанта терміна й аббревіатури чи короткого варіанта (підсилювач високої частоти – ПВЧ, перфораційна карта – перфокарта);

використання прізвищового терміна і терміна, створеного на основі класифікаційної ознаки (булева алгебра – алгебра логіки);

наявність словесного і символічного позначення понять (O₂ – кисень, + – плюс, % – відсоток);

вживання словотвірних варіантів, що мають ідентичні значення (антигрипозний – протигрипозний), що мають ідентичні та неідентичні значення, оскільки терміни, утворені безафіксним способом, мають значення процесу і результату (перевід – переведення, нагрів – нагрівання), що відрізняються позначенням тривалості дії (відтворення – відтворювання, заземлення – заземлювання);

використання застарілих і сучасних термінів (регент – диригент, ікт – акцент).

Синонімію вважають небажаною в термінології: вона свідчить про етап формування терміносистеми. Але, зважаючи на несприятливі умови для української наукової мови в період національної бездержавності, синонімічні найменування вважаємо позитивним явищем. За сприятливих умов розвитку термінології постає можливість відібрати найвдаліші з-поміж синонімних номінацій.

Антоніми апріорно займають вагоме місце в термінології, адже будь-яке явище, поняття, предмет сприймається глибше та яскравіше при зіставленні чи протиставленні, віднаходженні антитези, діаметрально протилежного значення. Антоніми – це термінні одиниці, які позначають не будь-які протилежні поняття, а обов'язково поняття співвідносні, тобто ті, які належать до одного і того самого ряду явищ об'єктивної дійсності, об'єднаних змістом на основі їхнього протиставлення.

В антонімічні відношення вступають різнокореневі терміни-слова (бемоль – дієз, вступ – фінал, збагачення – зубожіння), спільнокореневі терміни-слова (гармонія – дисгармонія, тональність – атональність, рентабельність – нерентабельність) і терміни-словосполучення (зовнішня торгівля – внутрішня торгівля, у музиці: головна партія – побічна партія).

Більшість українських різнокоренових антонімічних пар мають мотивацію в загальнолексичних антонімах: зліт – посадка, захворювання – одужання, виробництво – споживання. Значну кількість антонімічних пар становлять інтернаціоналізми: гіпербола – літота, імпорт – експорт.

Основи і префікси є регулярними засобами вираження антонімічних відношень у терміносистемі. Протилежні поняття виражаються за допомогою використання префіксів полярного значення: недозапилення – перезапилення, сурядність – підрядність. Найпродуктивнішим способом вираження протилежного поняття є приєднання до терміна зі стверджувальною семантикою заперечної частки не: рентабельність – нерентабельність, платоспроможність – неплатоспроможність. Протиставлення інтернаціональних термінів виражається префіксами де-, анти-, а-, екстра- – інтра-, гіпер- – гіпо-: концентрація – деконцентрація, гормони – антигормони, тональність – атональність, екстралінгвістика – інтралінгвістика, гіпердинаміка – гіподинаміка.

Крім однокореневої антонімії, яка ґрунтується на кореляції префіксів, у терміносистемах наявні й пари антонімів, у яких антонімічні відношення побудовані на

протиставленні перших компонентів складних слів за однакових других. Так, усічені основи макро- і мікро- містять ознаки протилежного розміру: мікроструктура – макроструктура, мікромолекула – макромолекула. Для вираження протилежності одиничності чи множинності, вираженої другим компонентом складного слова, вживають усічені основи грецького походження моно- (одно, єдино) і полі- (багато): моносемія – полісемія, монотеїзм – політеїзм. Відповідні структурні типи наявні й серед українських термінів: багатозначність – однозначність, багатоврожайність – маловрожайність. У наведених прикладах антонімічність одного із компонентів складного терміна спричиняє антонімію всього складного терміна.

У терміносистемах різних галузей є чимало антонімічних пар серед словосполучень: зовнішня торгівля – внутрішня торгівля, головна тональність – побічна тональність, наголошений звук – ненаголошений звук.

Для вираження відношень протилежності використовують і різноструктурні терміни: безробіття – працевлаштування, вільна конкуренція – монополія.

Антонімічні відношення сприяють глибокому проникненню в сутність протиставлюваних понять, дають змогу цілісно та системно сприймати наукову інформацію, визначаючи місце кожного терміна в терміносистемі.

Пароніми – це близькі за звуковим складом слова, що називають різні поняття. Виділяють зовнішньосистемну паронімію (одне найменування паронімічної групи належить до терміносистеми, а друге є загальнонавчаним словом або терміном іншої галузі): циклування – циклювання, дефект – дефектон, тензор – цензор. Найпоширенішою є внутрішньосистемна паронімія, що утруднює вживання термінів: карбон – карбен, гармонія – гармоніка, капронова – капринова – каприлова кислота.

Серед термінів вирізняємо пароніми трьох типів: автохтонні найменування (образ – образа, говір – говірка, звичай – звичка), назви іншомовного походження (реферат – референт, метил – метилен, екскурс – екскурсія), українські та запозичені найменування (нарада – нарація, прокляття – проклітика).

Українські паронімічні назви – це переважно спільнокореневі слова, що відрізняються афіксами (музичний – музикальний). Пароніми іншомовного походження поділяють на спільнокореневі (стенограма – стенографія, концепт – концепція) та різнокореневі (тембр – темп, концепція – концесія, хінін – хітин).

Паронімія в термінології і загальнонавчаних лексичі має спільні риси. Слід пам'ятати, що фонетична близькість паронімічних найменувань може призводити до їх сплутування. Щоб запобігти неправильному вживанню термінів-паронімів, необхідно враховувати семантику словотвірних елементів іншомовного походження.

Отже, всі процеси, властиві українській лексичі, притаманні й термінології, яка як невід'ємна частина лексичної системи мови належить до найвідкритіших систем. Кількісні та якісні зміни в межах української термінології є результатом взаємодії лінгвальних та екстралінгвальних чинників і закономірностей.

4. ДЖЕРЕЛА ПОПОВНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Володіти мовою професії – означає добре знати закони і принципи національної мови, вміло слугуватися професійною лексикою, термінологією і активно застосовувати ці знання у фаховій діяльності.

Руслан Кацавець

Термінна номінація, тобто процес найменування спеціальних понять науки і техніки, є цілеспрямованим творчим процесом. Утворення термінів відбувається свідомо,

з прагненням до чіткої системи. Терміни виникають у професійному середовищі і вживаються лише у термінній функції. Для створення нового терміна можуть бути використані різні мовні засоби, а вибір оптимального способу номінації – складний процес: його визначають об'єктивні та суб'єктивні моменти, зовнішні та внутрішні чинники.

Терміни, як і інші пласти лексики, можуть виникати на базі наявних слів і коренів літературної та діалектної лексики. Але процес термінотворення має низку рис, що відрізняють його від творення слів загальноновживаної лексики. 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. Для позначення наукових понять застосовують і словосполучення: достроковий платіж, зовнішньоторговельний баланс, незбалансований інвестиційний портфель.

Сучасна українська термінологія неоднорідна за походженням. Джерелами її поповнення є використання:

- 1) вторинної номінації (термінологізація або ретермінологізація);
- 2) наявних у мові словотворчих моделей (морфологічний, морфолого-синтаксичний способи);
- 3) словосполучень (аналітичний спосіб);
- 4) іншомовних запозичень.

1. Застосування способу вторинної номінації – використання наявної в мові назви для позначення наукового поняття – поповнює термінологію кількісно (функції термінів починають виконувати слова, які раніше не були термінами) та якісно (звужується або розширюється семантика й змінюється обсяг понять). Термінологізація відбувається:

а) на основі метафоричних процесів, що ґрунтуються на переосмисленні назв за подібністю форми, розміру, розташування частин (підставка – предмет, на який ставлять що-небудь або який підставляють під щось, і деталь струнних музичних інструментів, що має вигляд вертикальної дерев'яної пластинки, на яку спираються струни; підстава для перенесення – зовнішня схожість і розташування), на функціональній подібності (міст – споруда для переходу або переїзду через річку, автомагістраль, яр і частина шасі автомашини, трактора; підстава для перенесення назви – функція з'єднання), на зовнішній та функціональній подібності (жила – судина, по якій тече кров і провід кабелю; підстава для перенесення – функція перенесення і зовнішня схожість);

б) на основі метонімічного перенесення назви з процесу на предмет (насадка – дія за значенням “насадити” і знімна деталь основного вала, що перебуває в контакті з носієм запису або магнітною сигналограмою), з процесу на результат (вимір – визначення будь-якої величини чогось і величина, що вимірюється), з процесу на властивість (гучність – дзвінке звучання, далека чутність і відчуття, створене вухом, яке сприймає звукові хвилі), з властивості на кількісний показник (різкість – властивість за значенням “різкий” і ступінь розмитості зображень границь об'єктів), з родового поняття на видове (веснянка – музичний жанр і музичний твір).

Унаслідок семантичного термінотворення виникають багатозначні слова та омоніми. Багатозначними є номінації, вживані в різногалузевих терміносистемах (елегія – вокальний чи інструментальний твір задумливого, сумного характеру (муз.); ліричний вірш задумливого, сумного характеру (літ.); смуток, меланхолія (психол.)). Терміни, утворені шляхом термінологізації загальноновживаних слів, стають омонімами (доля1 –

частина чого-небудь, зокрема частина розміру музичного такту; доля² – хід подій, напрям життєвого шляху, що ніби не залежить від бажання, волі людини; майбутнє чогось).

Продуктивність цього способу в термінології пояснюється тим, що наукових понять значно більше ніж слів для їх називання. Унаслідок вторинної номінації відбувається звуження та розширення семантики, зміна обсягу поняття, перенесення назв за різноманітними асоціаціями.

2. Для створення термінів використовують наявні у мові способи творення: морфологічний і морфолого-синтаксичний.

Одним із найзначніших джерел збагачення української термінології є морфологічний спосіб творення. Серед способів термінної деривації провідна роль належить суфіксації; менш характерними є такі способи творення: префіксальний, безафіксний, аббревіаційний, основоскладання та словоскладання.

Найпоширеніше суфіксальне творення термінів. 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).

Незначну кількість термінів утворено префіксальним (незаконний, надвиробництво, надприбуток) та префіксально-суфіксальним (безробіття) способами.

Терміни, утворені безафіксним 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).

Терміни-складні слова, що пишуться через дефіс, утворено способом словоскладання (ампер-секунда, ват-секунда, диск-катод, мегават-година, жук-короїд, льон-довгунець). Такі терміни є результатом поєднання двох самостійно вживаних іменників.

В українській термінології наявні номінації, утворені аббревіаційним способом. Це складноскорочені слова, що складаються з початкових букв слів (НОП – наукова організація праці, ПФУ – Пенсійний фонд України), з поєднання початкових частин слів з повним словом (зарплата, музучилище, промтовари) або з поєднання початкових частин слів (агропром, лісгоспзаг, сільбуд).

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).

Морфологічний спосіб творення є одним із значних джерел збагачення української термінології. Одна з основних причин його продуктивності полягає в тому, що в морфологічній структурі термінів, утворених шляхом афіксації, закладені основи структурної систематизації, а це має надзвичайно важливе значення для термінології.

Морфолого-синтаксичний спосіб творення “характерний тим, що в ньому шляхом спеціального граматико-лексичного переосмислення того чи іншого слова відбувається

його перехід з одного розряду слів у інший, тобто перехід з розряду однієї частини мови в іншу». Прикладів субстантивзації прикметників в українській термінології дуже мало. Це біологічні терміни безхребетні, земноводні, зернові, злакові.

3. Одним із найпродуктивніших шляхів поповнення терміносистем є аналітична деривація (приблизно 70 % термінів у різних терміносистемах – це словосполучення). 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 двоконпонентного словосполучення (валовий продукт – валовий національний продукт) або на базі одного слова (податок – податок на додану вартість).

4. У розвитку української термінології спостерігаємо давню традицію входження іншомовних запозичень. Вони наявні у пам'ятках XI ст. (арфа, ліра, дах, шиба). У радянський період запозичення в українській мові уподібнювали до відповідних термінів російської мови (йон – іон, капельмайстер – капельмейстер). Тому сьогодні необхідно переглянути й виправити неточності, правильно транслітерувати нові запозичення.

У галузевих терміносистемах української мови іншомовні запозичення становлять приблизно 40 % від однослівних термінів. 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 (баллада, сонатина), німецької (бухгалтер, штаб), французької (ансамбль, парламент), іспанської (романс, сарабанда).

У разі впровадження іншомовних назв в українську терміносистему відбувається звуження значення слова-продуцента, тому що запозичуємо лише термінне значення (в італійській мові лексема *volta* має такі значення: повтор, раз і черга; в українській мові термін *вольта* вживається зі значенням повтору частини музичного твору з іншим закінченням); іншомовні терміни узгоджують з фонетичними та орфографічними нормами української мови (лат. *concurrentia* – укр. конкуренція); змінюється граматичне оформлення (лат. *clavis* – укр. клавіша і клавіш); запозичені терміни стають продуктивними в термінотворенні (від запозиченого з англійської мови терміна *реклама* в українській мові утворено лексеми *рекламний*, *рекламувати*).

Отже, процес називання спеціальних наукових понять безпосередньо пов'язаний з мовною номінацією. Творення української термінології підпорядковується загальним словотворчим законам мови. Збагачення термінології виходить за межі словотвору, оскільки у цій системі наявні аналітичні конструкції та входження з чужих мов. Сучасна українська термінологія неоднорідна за походженням. Значну її частину становлять терміни, запозичені з різних мов, проте основою є власне українські номінації.

ПЕРЕКЛАД І РЕДАГУВАННЯ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ

План

1. Суть і види перекладу.
2. Типові помилки під час перекладу наукових текстів українською мовою.
- 3 Переклад термінів.
4. Особливості редагування наукового тексту.
5. Найпоширеніші синтаксичні помилки у наукових текстах та шляхи їх уникнення.

1. СУТЬ І ВИДИ ПЕРЕКЛАДУ

Переклад - один із найважливіших шляхів взаємодії національних культур, дієвий спосіб міжкультурної комунікації. Перекласти означає точно й повно висловити засобами однієї мови те, що вже зафіксовано засобами іншої мови у нерозривній єдності змісту і форми. Розвиток науки у наш час неможливий без обміну спеціальною інформацією, яка виникає у різних країнах у наукових періодичних виданнях, спеціальних бюлетенях, монографіях тощо. Переклад - 1) процес відтворення письмового тексту чи усного вислову засобами іншої мови; 2) результат цього процесу.

Процес перекладання - це цілеспрямований процес, який охоплює такі етапи:

- 1) зорове чи слухове сприймання інформації чужою мовою, усвідомлення її змісту;
- 2) аналіз інформації мовою оригіналу і синтез рідною мовою;
- 3) відтворення змісту рідною мовою.

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. Види перекладу:

1. За формою переклад переділяють на усний і письмовий. Усний переклад використовують для обміну інформацією під час особистого контакту фахівців під час укладання контрактів, на виставках, міжнародних науково-технічних конференціях, симпозіумах, на лекціях, під час доповідей тощо. На відміну від письмового перекладу усний роблять негайно, не маючи можливості послуговуватися довідковою літературою. Усний переклад може бути послідовним або синхронним. Послідовний переклад - це усний переклад повідомлення з однієї мови іншою після його прослуховування. Важливо, щоб переклад здійснювався у паузах після логічно завершених частин, щоб був зрозумілий контекст. Синхронний переклад робить перекладач-професіонал одночасно з отриманням усного повідомлення.

2. За способом перекладу розрізняють буквальний і адекватний переклад. Буквальний переклад називають також дослівним, у такому перекладі можуть зберігатися порядок слів та граматичні конструкції, невластиві мові, якою перекладають, наприклад: Ваш проект самый интересный. - Ваш проект самый цікавий (треба - найцікавіший). Я считаю, что Вы правы. - Я рахую, що Ви праві (треба - Я вважаю, що Ви маєте рацію). Адекватний переклад точно передає зміст оригіналу, його стиль, і відповідає усім нормам літературної мови, наприклад: Клиент проживает по адресу... — Клієнт мешкає за адресою ... Предоставленные бумаги к делу не относятся. - Подані папери не стосуються справи.

3. За змістом виділяють такі основні різновиди перекладу:

- суспільно-політичний, який передбачає усне чи письмове відтворення засобами іншої мови суспільно-політичних матеріалів: виступів та заяв політичних діячів, інтерв'ю, матеріалів брифінгів, прес-конференцій, дипломатичних документів, наукових праць з політології, соціології тощо;

- художній, тобто переклад творів художньої літератури (поезія, проза, драма). Художній переклад дає змогу кожному народові долучитися до скарбів світової літератури, а також сприяє популяризації національної культури. Твори світової класики українською перекладали Леся Українка, Іван Франко, Максим Рильський, Микола Лукаш та багато інших;

- науково-технічний (технічний) - переклад, який використовують для обміну науково-технічною інформацією між людьми, які спілкуються різними мовами. **Повний переклад** наукового тексту здійснюють за такими етапами: читання всього тексту з метою усвідомлення змісту; поділ тексту на завершені за змістом частини, їх переклад; стилістичне редагування повного тексту (слід оформити текст відповідно до норм літературної мови, усунути повтори; усі терміни і назви мають бути однозначними; якщо думку можна висловити кількома способами, перевагу слід віддати стислому, якщо іншомовне слово можна без шкоди для змісту замінити українським, то варто це зробити). **Реферативний переклад** - 1) письмовий переклад заздалегідь відібраних частин оригіналу, що складають зв'язний текст; 2) виклад основних положень змісту оригіналу, що супроводжується висновками й оцінюванням. Реферативний переклад у 5-10 і більше разів коротший за оригінал. Робота над першим різновидом реферативного перекладу передбачає такі етапи: ознайомлення з оригіналом; за потреби - вивчення спеціальної літератури; виділення в тексті основного і другорядного (відступи, повтори, багатослівність, екскурси в суміжні галузі тощо); перечитування основної частини, усунування можливих диспропорцій, нелогічності; переклад основної частини, зв'язний і логічний виклад змісту оригіналу. Робота над другим різновидом реферативного перекладу відбувається за такою схемою: докладне вивчення оригіналу; стислий виклад змісту оригіналу за власним планом; формулювання висновків, можливе висловлення оцінки. **Анотаційний переклад** — це стисла характеристика оригіналу, що є переліком основних питань, іноді містить критичну оцінку. Такий переклад дає фахівцеві уявлення про характер оригіналу (наукова стаття, технічний опис, науково-популярна книга), про його структуру (які питання розглянуто, у якій послідовності, висновки автора), про призначення, актуальність оригіналу, обґрунтованість висновків тощо. Обсяг анотації не може перевищувати 500 друкованих знаків. **Автоматизований (комп'ютерний) переклад**. Машинний переклад у сучасному розумінні цього терміна вперше було зроблено 1954 року в Джорджтаунському університеті. Сьогодні створено багато експериментальних і практичних систем автоматичного перекладу, напр., системи СЕТА, ЕІЖОТКА тощо, до яких входить понад 15 версій для різних пар мов. Під час перекладання комп'ютер працює на різних мовних рівнях: розпізнає графічні образи, робить морфологічний аналіз, перекладає слова і словосполучення, аналізує синтаксис тексту (словосполучення і речення), проводить семантичні (сміслові) перетворення, що забезпечує змістову відповідність уведеного й отриманого речення або тексту. Перекладання тексту з однієї мови іншою є важким завданням для комп'ютера, оскільки вимагає не заміни слів однієї мови словами іншої, а відтворення думок у повному обсязі, з усіма відтінками, тому проблема створення систем досконалого машинного перекладу є частиною проблеми створення штучного інтелекту. Сучасні програми комп'ютерного перекладу можна з успіхом використовувати, проте перекладений текст слід перевірити, звернувши особливу увагу на переклад власних назв, термінів, слів у непрямому значенні та багатозначних, паронімів, омонімів, граматичних форм тощо.

2. ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПІД ЧАС ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Під час перекладу українською мовою наукових текстів неправильно добирають українські еквіваленти загальнонавчаних лексем російської мови, перекладають дослівно усталені словосполуки, а постійне тиражування одних і тих 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 розрізнити **назви дій (процесів) і назви наслідків дії (процесу)**. В українській мові на позначення українською мовою дій (процесів) зазвичай бажано уживати віддієслівні іменники, утворені від дієслів недоконаного виду за допомоги **-ення, -ання, -іння, -иття, -ітгпя, -уття**: змінювати - змінювання. Віддієслівні іменники, що означають наслідок дії, утворюються переважно від дієслів недоконаного виду, що означають багаторазову дію:

- безсуфіксним способом: обмінювати - обмін; гнути, згинати - згин;
- за допомоги додавання -а, -ина, -ок: міняти, змінювати - зміна; колоти, розколювати — розколина; лити, виливати — виливок;
- за допомоги додавання -овання, якщо дієслово має форму, яка закінчується на -овувати: групувати, угруповувати - угруповання; статкувати, устатковувати - устаткування.

У наукових текстах **переклад дієслів залежить від контексту**:

иногда встречаются ошибки — інколи трапляються помилки;

к таким понятиям относятся... - до таких понять належать...

оказать влияние – вплинути;

следовать примеру - брати за приклад;

следует выполнить - належить виконати;

следует отметить — слід зауважити;

из теоремы следует - з теореми випливає;

сделать возможным – уможливити;

сделать невозможным – унеможливити;

терминами являются слова ...- термінами є слова...

требуются специальные приемы - необхідні спеціальні заходи;

включая пользователей — включно з користувачами;

учитывая то что - з огляду на те, що.

Виникають труднощі і під час перекладу конструкцій з активно вживаним дієсловом *является*, яке в українській мові уживається тільки в художньому стилі, переважно в поетичних творах (згадаймо І. Франка: «Чому являєшся мені у сні?»). У науковому стилі уживаються форми **виявляется, є**; але обирати відповідну форму слід, враховуючи значення контексту. Наприклад, конструкція *Что является* перекладають **Що є або Чим є**. Якщо ж російське дієслово являється уживається зі значенням *обнаруживать, проявлять*, воно перекладається за допомоги дієслова *виявляется*, порівняймо: *Оценка господина А. С. Маркулы явилась правильной/ Оцінка пана А. С. Маркули виявилася правильною*.

Значні проблеми під час перекладу текстів наукового стилю спричиняє дієприкметник, який активно уживаний у текстах наукового стилю російської мови. Активні дієприкметники теперішнього часу, які утворюються від дієслів I і II дієвідміни обмежені утворенні й використанні. У сучасній мові функціонують тільки ті дієприкметники, які втратили дієслівні ознаки й перейшли до класу прикметників. При цьому слід пам'ятати, що активні дієприкметники теперішнього часу відтворюються прикметниками: *господствующий - панівний, разрушающий - руйнівний, металлорежущий - металорізний, нержавеющей - нержавний*. Натомість поширені у

сучасній українській мові віддієслівні прикметники на -льний: *знижувальний, ослаблювальний*. Пасивні дієприкметники на -мий здебільшого заступаються дієприкметниками на -ний: *управляемый - керований, производимый - вироблюваний; познаваемый — пізнаваний* тощо. Окремо зазначимо особливості перекладу російських конструкцій із дієприкметником *следующий*. Дієприкметник *следующий* неможливий в українській мові навіть теоретично, оскільки немає дієслів, від яких він міг би утворитися. Отже, перекладається словом *наступний* (у часовому й просторовому значенні), порівняймо: *Следующий* вариант стандарта использует в качестве среды передачи / *Наступний* варіант стандарту використовує як середовище передачі; • словом *такий* (перед переліком або поясненням). Переклад речень, у яких уживаються дієприкметникові звороти, здійснюється так: якщо дієприкметниковий зворот утворено за допомоги активних дієприкметників теперішнього часу, він перекладається складнопідрядним реченням, порівняймо: *Примером может служить двигатель, питающийся от преобразователя и приводящий в движение механизм / Прикладом може слугувати двигун, який (що) живиться від перетворювача й надає руху механізму*.

У наукових текстах часто вживаються так звані кліше, які структурують текст. Вони мають перекладатися як одне ціле:

в заключение - на закінчення, підсумовуючи;
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;
наконец — нарешті, зрештою;
ни в коем случае — у жодному разі;
по крайней мере — принаймні;
при этом используются - водночас використовуються;
при анализе - під час аналізу, аналізуючи;
с помощью — за допомоги;
учитывая то что — з огляду на те що.

Під час перекладу прийменникових конструкцій слід звертати увагу на їх значення:

1) російським конструкціям з прийменником **по** в українській мові відповідають конструкції з прийменниками:

а) по (якщо вказується на простір, поверхню, межі): *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 напрямок): *по компенсационному каналу поступает сигнал / компенсаційним каналом надходить сигнал;*

в) 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;*

г) за, з, із, через (у значенні причини, наслідку, деякі інші випадки): *по недоразумению / через непорозуміння; не однородны по составу й / не однорідні за складом; доступ по вызову / доступ за викликом.*

2) 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. У таких випадках російський **при** слід 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) Наведений перелік не вичерпує всіх сталих словосполучень, які потребують уваги перекладача

Очевидно, укладати двомовні словники для перекладу загальноживаної лексики наукових текстів повинні фахівці, що досконало володіють обома мовами, або ті, хто уміє працювати з наявними тлумачними і граматичними словниками цих мов та довідниками. Адже причина недосконалості словників полягає у недооцінюванні їх авторами відмінностей між двома мовами та переоцінюванні власних знань.

Редагування перекладу, тобто вдосконалення вже наявного його варіанта, буває двох типів.

По-перше, це авторське редагування, коли редактором свого тексту виступає сам перекладач.

По-друге, це редагування готового тексту, яке здійснює інша людина, тобто редактор чи сам перекладач. Саморедагування, здійснене автором, та редагування того ж повідомлення професійним редактором, повинні доповнювати одне одного, адже обидва види правок спрямовані на поліпшення якості тексту, досягнення його довершеності. 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.

Слід підкреслити, 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 шшомовноукраїнські), 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 й російські мовні засоби важко звертання, применникові 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).

3. ПЕРЕКЛАД ТЕРМІНІВ

У працях українських мовознавців та термінологів О. Курило, С. Караванського, Т. Кияка, Б. Кшаша, О. Кочерги, О. Пономарева, С. Яреми та інших запропоновано методи передавання термінів засобами української мови, створено чітку систему словотворчих правил, виведених із традицій української народної мови.

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. Не слід забувати, що для кожного правила в будь-якій мові є певна кількість винятків. 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. Переозначаючи терміни, слід 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 означення; 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 (в означенні 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).

4. ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ НАУКОВОГО ТЕКСТУ

Редагування (від лат. *гесіасіш* - приведений у порядок) - це аналіз, перевіряння та виправлення будь-якого тексту. Редагують наукові тексти за законами логіки. Редагуючи текст, необхідно пам'ятати основні вимоги, які висувають до доказів (аргументів) як особливої форми думки, а саме:

- чітке формулювання тези й аргументів;
- формулювання тези під час доказів залишається незмінним;
- теза і аргументи не повинні суперечити один одному;
- як аргумент використовувати положення, правдивість яких не викликає сумніву;
- докази повинні бути повними й достатніми.

Редагування наукового тексту здійснюють у три етапи:

1. Первинне ознайомлення з текстом документа. Перед тим, як розпочати редагування тексту, слід прочитати його повністю. Під час першого прочитання не бажано вносити правки, проте можна зробити помітки на берегах чи фіксувати побіжні зауваження на окремому аркуші паперу.

2. Перевірка фактичного матеріалу. На цьому етапі доцільно перевірити правильність та вірогідність поданих відомостей, продумати, чи достатньо фактичного матеріалу для певного тексту.

3. Власне редагування матеріалу. Цей етап вимагає мовної корекції: виправлення орфографічних, пунктуаційних та стилістичних помилок. Правки в тексті роблять синім або чорним чорнилом (а не червоним). Слова, цифри в тексті мають бути чіткими та охайними.

Виправлений текст треба передрукувати, ще раз вчитати. Прийоми виділення окремих частин тексту Для виділення в тексті окремих слів або частин можна порекомендувати чотири способи:

1. Великими літерами. Цей спосіб слугує для виділення окремих слів.

2. Розрідженням оформлюють окремі слова й короткі фрази. Коли слово подають розріджено, то після кожної літери роблять проміжок в один знак, а між словами й текстом - відступ у 2-3 знаки, щоб слова відділялися. Розділові знаки після таких слів ставлять на відстані одного знака, а наступне слово починають через 2-3 знаки.

3. Підкреслення - найзручніший спосіб виділення окремих слів і фраз. Лінію підкреслення починають під першою, а закінчують під останньою буквою слова, яке виділяють, включаючи лапки й дужки; розділовий знак, що стоїть після слова, не підкреслюють. Ціле речення треба підкреслювати суцільною рискою, починаючи від першої букви й закінчуючи останньою буквою речення.

4. Курсивом виділяють слова, речення, частини тексту. Цим способом переважно послуговуються, коли текст набирають на комп'ютері.

5. НАЙПОШИРЕНІШІ СИНТАКСИЧНІ ПОМИЛКИ У НАУКОВИХ ТЕКСТАХ ТА ШЛЯХИ ЇХ УНИКНЕННЯ

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. Не завжди вживання розщепленого присудка є виправданим і доречним; досить часто це данина традиції, яку дехто розуміє надто спрощено, а то й неправильно.

Допоміжні дієслова можуть сполучатися далеко не з усіма віддієслівними іменниками. Напр.: *питання ставити, порушувати, висувати — можна; питання піднімати, загострювати - не можна; допускатися (припускатися) помилки, суперечності, недоречності - можна; допускатися (припускатися) браку, поломки, розкрадання - не можна; викликати - захоплення, радість, овації— можна; протест, хворобу - не можна.*

Серед розщеплених присудків трапляються і порожні, беззмістовні, а то і просто неграмотні словосполучення, наприклад: *забезпечувати покращання, відбувається зростання, організувати використання, проявити пошану* та ін.

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, напр.: *Було переведено три працівники.* Такі конструкції в ділових і наукових текстах цілком доречні.

- За підмета типу 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; однак 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. Множина з'являється лише тоді, як підмет або присудок - однорідні члени, коли підмет і присудок відділені другорядними членами речення, підрядним реченням; коли підмет стоїть перед присудком. Ось один із можливих прикладів: *Більшість абітурієнтів, які успішно склали вступні іспити, будуть зараховані на стипендію та забезпечені гуртожитком.* Порівняймо це речення без підрядного: *Більшість абітурієнтів буде зарахована на стипендію та забезпечена гуртожитком.*

• За підмета, вираженого займенником хто, присудок подають у формі однини: Усі, хто не пройшов реєстрації, повинні з'явитися. За підмета, вираженого займенником ніхто, ніщо та іншими, присудок - в однині: *Ніхто з присутніх на сесії участі у голосуванні не брав.*

• Якщо до складу підмета входить прикладка, виражена іменником іншого, ніж підмет, роду, присудок у цих випадках узгоджується в роді з підметом, а не з прикладкою. Не завжди буває легко встановити, де у словосполученнях типу виставка-продаж, вагон-лабораторія, музей-садиба, школа-інтернат та інших підмет, а де прикладка (тобто означення, яке дає підмету нову назву). Вважається, що прикладкою є поняття вужче, видове, а підметом - ширше, родове поняття {виставка, вагон, музей, школа). Складні випадки керування. Недостатньо чітке формулювання, з одного боку, збільшує обсяг тексту, а з другого - викривлює зміст написаного. Розглянемо конкретні мовні ситуації. 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 не однакових відмінків. При недостатньому знанні мови одне слово підміняється іншим, а спосіб керування залишається - так з'являється помилка. Ось кілька близькозначних слів, які найчастіше спричиняють появу помилок:

Властивий (кому) - характерний (для кого)

Сповнений (чого) - наповнений (чим)

Оснований (на чому) - заснований (ким)

Багата (на що) - славиться (чим)

Дорівнювати (чому) - рівнятися (на що)

Торкатися (чого) - доторкатися (до чого)

Перегляньмо ще раз цей перелік - опануймо його або оволодіймо ним, нехай знання ці будуть властиві нам або характерні для нас (але не властиві й характерні нам - це неправильно!)

Помилки виникають і за нерозмежування засобів української і російської мов: те саме за значенням дієслово може вимагати від додатків неоднакових відмінкових форм в обох мовах, порівняймо: *благодарить (кого) — дякувати (кому) причинять (что) - завдавати (чого) снабжать (чем) - постачати (що) нуждаются (в чем) — потребувати (чого) подражатъ (кому) - наслідувати (кого) извинять (кого) - пробачити (кому)*

Нерозрізнення дієслівного керування призводить також до помилкового вживання прийменників.

Російською мовою
підготуватися к (чому)
стремиться к (чому)

Українською мовою
підготуватися до (чого)
прагнути до (чого) п

редупреждать о (чем)	попереджати про (що)
думать о (чем)	думати про (що)
забота о (чем)	піклування, турбота про (що)
случилось по вине	трапилось через провину
работать по (совместительству)	працювати за (сумісництвом)
выполнять 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 виступати слова, що виражають родові (ширші) та видові (вужчі) питання. Напр.: *Було посіяно зернових всього 500 га, соєво-бобових 50 га, ячменю 40 га.* Однорідний ряд побудований неправильно, треба: *Було посіяно зернових 540 га, з-поміж них ячменю 40 га і соєво-бобових 50 га.* Не можна будувати однорідного ряду зі слів, значення яких у чомусь збігаються або перехрещуються, наприклад: *Було закуплено нову апаратуру, вимірювальні прилади і пристрої на суму 14000 грн* (тут значення виділених слів частково збігаються). У наукових текстах не слід вживати як однорідні ті слова, що виражають різнопланові тематично не пов'язані поняття. Це можливо й доречно в художніх текстах. Потребує особливої уваги сполучуваність слів. Неправильно побудовано речення: *У постанові висловленні 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 українській мові функціонують три форми пасивного стану:

- 1) форми утворені за допомоги постфікса -ся від дієслів недоконаного виду;
- 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 найхарактернішою стилістичною помилкою у фахових текстах є

1. Надуживання віддієслівними іменниками на -нн (я). Віддієслівні іменники на -ння, -ття не властиві українській мові Замість віддієслівних іменників на -нн (я) доцільно вживати: *неозначену форму дієслів, *наприклад для прогнозування необхідно - щоб спрогнозувати 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. Уживання конструкцій з розщепленими присудками, що не є усталеними дієслівно-іменниковими зворотами. 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 Зауважимо, що

1) не всі словосполучення дієслово + іменник, часто вживані у фахових текстах, мають однослівний дієслівний відповідник, наприклад ***брати участь, вжити захід, виявити увагу, виправити брак, вести справу, визнати провину, відвернути правопорушення*** тощо. Такі усталені дієслівно-іменникові словосполучення можна вживати без обмежень,

2) є окремі випадки, коли значення дієслівного відповідника не збігається зі значенням словосполучення дієслово + віддієслівний іменник. Наприклад, ***змагаються спортсмени, а проводять змагання організатори,***

3) до складу словосполучення можна ввести одне або кілька означень ***надати (грошову, матеріальну технічну тощо) допомогу.*** Замінити такі словосполучення дієсловами не завжди можливо і доречно.

3. Неправильне оформлення додатка та обставини. Обтяжують речення додатки та обставини, позначені словосполученням з двох віддієслівних іменників, перший з яких *ведення / проведення, виконання, здійснення, забезпечення, реалізація* тощо. Аналогічно розщепленим присудкам семантику такої словосполучення передає тільки другий віддієслівний іменник. Тому перший зазвичай можна взагалі опустити: *забезпечити проведення тестування - забезпечити тестування, під час виконання вимірювання - під час вимірювання.*

4. 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. 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.

5. Не властиві 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.*

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Зубець Н. О. Коментар до нової редакції Українського правопису : навч. посіб. Запоріжжя : ЗЦППКК, 2020. 23 с.
2. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова : підручн. для ВНЗ. Харків : ВЦ «Весна», 2017. 386 с.
3. Українська мова за професійним спрямуванням : метод. реком. щодо використання нової редакції "Українського правопису" / уклад. : Т. П. Кравченко, Н. Г. Шарата. Миколаїв : МНАУ, 2019. 16 с. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/6201>
4. Шарата Н. Г., Кравченко Т. П. Українська мова за професійним спрямуванням : навчальний посібник. Миколаїв : МНАУ, 2020. 222 с. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/7916>
5. Українська мова за професійним спрямуванням : метод. реком. для семінарських занять та самостійної роботи здобувачів вищої освіти ступеня "молодший бакалавр" за всіма спеціальностями / уклад. Т. П. Кравченко, Н. Г. Шарата. Миколаїв : МНАУ, 2021. 58 с. URL : <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/9397>
6. Мозговий В. І. Ділова українська мова в державному управлінні. Частина 1. Загальний курс. Донецьк : Технопарк ДонДТУ "УНІТЕХ", 2005. 412 с.
7. Мозговий В. І., Вергазова Л. Г. Ділова українська мова в державному управлінні. Частина 2. Практичний курс. Донецьк : Технопарк ДонДТУ "УНІТЕХ", 2005. 158 с.
8. Онуфрієнко Г. С. Науковий стиль української мови : навчальний посібник з алгоритмічними приписами для ВНЗ. Київ : ЦУЛ, 2016. 426 с.
9. Онуфрієнко Г. С. Риторика : навч. посібник для ВНЗ. Київ : ЦУЛ, 2016. 624 с.
10. Плотницька І. М. Ділова українська мова : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2018. 256 с.
11. Рускуліс Л. В., Зайцева Т. А. Українська мова (за професійним спрямуванням): навч. посіб. для студентів ВНЗ. Миколаїв : Іліон, 2014. 305 с.
12. Судук І. І. Українська мова за професійним спрямуванням : конспект лекцій. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. 68 с.
13. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник / С. М. Луцак, Н. П. Литвиненко, О. Д. Турган та ін. ; за ред. С. М. Луцак. Київ : Всеукраїнське спеціалізоване видавництво «Медицина», 2017. 360 с.
14. Українська мова за професійним спрямуванням : навч.-метод. посіб. для студентів 2-го курсу / упоряд. Т. М. Берест. Харків : Вид-во НУА, 2017. 124 с.
15. Українська мова (за професійним спрямуванням) : навчальний посібник-практикум / Г. Л. Вознюк, С. З. Булик-Верхола, І. П. Василичин та ін. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2019. 308 с.
16. Питання українського правопису : Постанова Каб. Міністрів України від 22.05.2019 р. № 437. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/437-2019-p#Text>
17. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. Київ : Алерта, 2020. 696 с.

Інформаційні ресурси

1. Український правопис : Міністерство освіти і науки України. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/ukrayinskij-pravopis-2019>
2. Академічний тлумачний словник української мови. URL : <http://sum.in.ua/>
3. Словники України online. URL : <https://lcorp.ulif.org.ua/dictua/>
4. Правопис : онлайн-сервіс. URL : <https://pravopisanie.online.ua/ukr>

Навчальне видання

ЕТИКА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Курс лекцій

Укладач: **Кравченко** Тетяна Пилипівна

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 5

Тираж 50 прим. Зам. № ____

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету.

54029, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.