

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра суспільно-гуманітарних наук

УКРАЇНСЬКА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУ ЗАГАЛЬНОУНІВЕРСИТЕТСЬКОЇ
ПІДГОТОВКИ**

напрямок підготовки 201 «Агрономія»
(на основі повної загальної середньої освіти)
Заочна форма навчання

Мелітополь, 2017

Українська мова (за професійним спрямуванням). Методичні вказівки до самостійної роботи для студентів навчально-наукового інституту загальноуніверситетської підготовки, напрям підготовки 201 «Агрономія». – Таврійський державний агротехнологічний університет, Мелітополь: ТДАТУ, 2017. -- 115 с.

Розробник: к. філол.н., доц., зав. кафедри суспільно-гуманітарних наук О.М.Максимець

Рецензент: к. філол. наук, доцент кафедри іноземних мов ТДАТУ Полікарпова Ю.О.

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри суспільно-гуманітарних наук 30.01.2017р, протокол № 6.

Затверджено методичною комісією навчально-наукового інституту загальноуніверситетської підготовки 30.03.2017р., протокол №4

Методичні вказівки до практичних занять розроблено відповідно до робочої програми дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів заочної форми навчання.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Структура навчальної дисципліни.....	5
Теми для самостійної роботи студентів.....	7
Список рекомендованої літератури.....	113

ВСТУП

Провідним напрямом сучасного розвитку Української держави є європейська інтеграція. Цей процес охоплює дедалі більше сфер життєдіяльності, включаючи вищу освіту. Інтеграційні процеси потребують перебудови вищої школи та зміни спрямованості навчального процесу від простого навчання в навчальному закладі до вироблення в людини розуміння необхідності та вміння навчатися впродовж всього життя. Один із шляхів реформування освіти в Україні - приєднання України до Болонського процесу.

Болонська декларація наголошує на необхідності європейської співпраці у забезпеченні якості вищої освіти, підвищенні рівня підготовки фахівців, зміцненні довіри між суб'єктами освіти, мобільності, сумісності систем кваліфікацій, посиленні конкурентоспроможності європейської системи освіти.

Болонська система пропонує кредитно-модульну технологію, яка орієнтована на формування і розвиток студентів як суб'єктів навчального процесу та спрямована на саморозвиток і само актуалізацію студентів через індивідуалізацію і самостійну пізнавальну діяльність.

Самостійна робота - це робота студентів, яка планується та виконується за завданнями і при методичному керівництві викладача, але без його безпосередньої участі. Цей вид роботи необхідний не тільки для оволодіння певною дисципліною, але й для формування навичок самостійної роботи взагалі, в навчальній, науковій, професійній діяльності, здібності приймати на себе відповідальність, самостійно вирішувати проблему, знаходити конструктивні рішення та ін.

Метою самостійної роботи студентів з курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» є уміння працювати з програмним матеріалом, літературними джерелами, визначати важливі питання відповідних тем дисципліни, формувати прагнення до самоосвіти.

Готуючись до заняття студент вчиться:

- систематично працювати з матеріалами лекцій з курсу, рекомендованою основною і додатковою літературою;
- виконувати лексико-граматичні, стилістичні вправи і завдання на матеріалі текстів різностильового спрямування;
- працювати з лексикографічними джерелами;
- опрацьовувати наукову фахову літературу

Різні види завдань для самостійної роботи мають на меті активізувати самостійні науково-теоретичні і практичні пошуки студентів, підвищити рівень їхньої загальної наукової і фахової підготовки, зацікавити дослідницькою роботою, сприяти покращенню рівня мовної компетенції студентів економічного профілю.

Дана розробка допомагає студентам з'ясувати форми самостійної роботи та їх зміст, містить методичні рекомендації до виконання завдань, що виносяться на самостійне опрацювання, перелік питань для самоконтролю, індивідуальні завдання, список рекомендованої літератури.

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер тижня	Вид занять	Тема заняття або завдання на самостійну роботу	Кількість		Література
			годин	балів	
Змістовий модуль 1. <u>Законодавчі та нормативно-стильові основи професійного спілкування. Професійна комунікація.</u> назва змістового модуля					
1	Лекція 1	Законодавчі та нормативно-стильові основи професійного спілкування.	2	-	[3, с.5; 6, с. 5; 7, с.11]
	Практична робота 1	Державна мова – мова професійного спілкування. Стилі сучасної літературної мови у професійному спілкуванні	2	7.5	[3, с.5; 6, с. 5; 7, с.11]
	Самостійна робота1	Основи культури української мови	12	1.5	[3, с.5; 6, с. 5; 7, с.11]
	Самостійна робота2	Спілкування як інструмент професійної діяльності	12	1.5	[3, с.5; 10, с.64]
	Самостійна робота3	Риторика і мистецтво презентації.	12	1.5	[1, с.6; 9, с.7; 10, с.106]
	Самостійна робота4	Культура усного фахового спілкування	12	1.5	[1, с.6; 9, с.7; 10, с.106]
	Самостійна робота5	Форми колективного обговорення професійних проблем	12	1.5	[1, с.6; 9, с.7; 10, с.106]
2	Лекція 2	Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. Документація з кадрово-контрактних	2	-	[6, с.14; 10, с.146]

		питань			
	Практична робота 2	Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. Документація з кадрово-контрактних питань	2	7.5	[6, с.14; 10, с.146]
	Самостійна робота 6	Довідково-інформаційні, обліково-фінансові та розпорядчі документи	12	1.5	[6, с.44; 9, с.405; 10, с.178]
	Самостійна робота 7	Етикет службового листування.	12	1	[6, с.44; 9, с.405; 10, с.178]
	ПМК1	Підсумковий контроль за змістовий модуль 1		10	
Всього за змістовий модуль 1			92	35	
Змістовий модуль 2. <u>Наукова комунікація як складова фахової діяльності</u>					
			назва змістового модуля		
3	Лекція 3	Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні	2	-	[1, с.41; 8, с.55; 9, с.41; 10, с.315]
	Практична робота 3	Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні	2	15	[1, с.41; 8, с.55; 10, с.315]
	Самостійна робота 8	Українська термінологія в професійному спілкуванні	12	5	[1, с.14; 8, с.5; 10, с.265]
	Самостійна робота 9	Основи науково-технічного перекладу	12	5	[1, с.41; 8, с.31; 10, с.361]
	ПМК2	Підсумковий контроль за змістовий модуль 2		10	
Всього за змістовий модуль 2			28	35	
Екзамен				30	
Всього знавчальної дисципліни				100	

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1

Законодавчі та нормативно-стильові основи професійного спілкування. Професійна комунікація.

Самостійна робота №1

Тема: « Основи культури української мови»

1. Культура мови в житті професійного комунікатора. комунікативні ознаки культури мови.

Мова і культура перебувають в одній поняттєвій площині і як духовні вартості органічно пов'язані між собою. Слово культура (від лат. Cultura -- догляд, освіта, розвиток) означає сукупність матеріальних і духовних цінностей, які створило людство протягом своєї історії. Мова -- це прояв культури. „Мова утримує в одному духовному полі національної культури усіх представників певного народу і на його території, і за її межами. Вона цементує всі явища культури, є їх концентрованим виявом". Плекаючи мову, дбаючи про її розвиток, оберігаючи її самобутність, ми зберігаємо національну культуру.

Культура мови - галузь мовознавства, що займається утвердженням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях, Використовуючи відомості історії української літературної мови, граматики, лексикології, словотвору, стилістики, культура мови виробляє наукові критерії в оцінюванні мовних явищ, виявляє тенденції розвитку мовної системи, проводить цілеспрямовану мовну політику, сприяє втіленню норм у мовну практику. Культура мови має регулювальну функцію, адже пропагує нормативність, забезпечує стабільність, рівновагу мови, хоча водночас живить її, оновлює. Вона діє між літературною мовою і діалектами, народнорозмовною, між усною і писемною формами.

Культура мови невіддільна від практичної стилістики, яка досліджує і визначає оптимальність вибору тих чи інших мовних одиниць залежно від мети і ситуації мовлення.

Культура мовлення - передбачає дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство і доречність мовлення, а також дотримання правил мовленнєвого етикету.

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

- нормативність (дотримання усіх правил усного і писемного мовлення);
- адекватність (точність висловлювань, ясність і зрозумілість мовлення);
- естетичність (використання експресивно-стилістичних засобів мови, які роблять мовлення багатим і виразним);
- поліфункціональність (забезпечення застосування мови у різних сферах життєдіяльності).

Висока культура мовлення означає досконале володіння літературною мовою у процесі спілкування та мовленнєву майстерність. Основними якісними комунікативними ознаками, їх ще називають критеріями, культури мовлення є

правильність, точність, логічність, змістовність, доречність, багатство, виразність, чистота.

Правильність -- одна з визначальних ознак культури мовлення. Мова має свої закони розвитку, які відображаються у мовних нормах. Вільно володіти мовою означає засвоїти літературні норми, які діють у мовній системі. До них належать правильна вимова звуків і звукових комплексів, правила наголошування слів, лексико-фразеологічна, граматична, стилістична нормативність, написання відповідно до правописних і пунктуаційних норм.

Про деяких людей кажуть, що вони мають чуття мови. "Чуття мови" означає наявність природних, вроджених здібностей до мови, вміння відчувати правильність чи неправильність слова, вислову, граматичної форми. Це чуття можна виховати в собі тільки одним шляхом - вдосконалюючи власне мовлення.

Точність пов'язується з ясністю мислення, а також зі знанням предмета мовлення і значення слова. Уміння оформляти і виражати думки адекватно предметові або явищу дійсності зумовлюється знанням об'єктивної дійсності, постійним прагненням пізнавати реальний світ, а також знанням мови. Мовлення буде точним, якщо вжиті слова повністю відповідатимуть усталеним у цей період розвитку мови їхнім лексичним значенням. Розуміння предметно-понятійної віднесеності слова, його емоційно-експресивного забарвлення, місця в стилістичній палітрі, сполучуваності з іншими словами - усе це в комплексі дає нам знання слова, вміння виокремити його з мовної системи. Точність досягається не лише на лексико-семантичному рівні, вона тісно пов'язана з граматичним (особливо синтаксичним) рівнем. Правильний словолад - це „душа ясности мови" (І. Огієнко). Треба так побудувати речення, щоб воно було зрозумілим без напруження думки. Отже, точність - це уважне ставлення до мови, правильний вибір слова, добре знання відтінків значень слів-синонімів, правильне вживання фразеологізмів, крилатих висловів, чіткість синтаксично-сміслових зв'язків між членами речення.

Точність мовлення залежить від інтелектуального рівня мовця, багатства його активного словникового запасу, ерудиції, володіння логікою думки, законами її мовного вираження. Точність визначається і етикою мовця. Саме повага до співрозмовника не дозволить погано знати предмет розмови.

Логічність. Дотримання цієї ознаки культури мовлення означає логічно правильне мовлення, розумне, послідовне, у якому є внутрішня закономірність, яке відповідає законам логіки і ґрунтується на знаннях об'єктивної реальної дійсності.

Логіка (від грец. - проза, наука про умовивід) - прийоми, методи мислення, з допомогою яких формується істина. Логічність виявляється на рівні мислення, залежить від ступеня володіння прийомами розумової діяльності. Пригадаймо безліч народних прислів'їв, які підтверджують цей органічний зв'язок: Яка головонька, така й розмовонька; Який розум, така й балачка; Хто ясно думає, той ясно говорить. Логічність пов'язана з точністю мовлення на всіх мовних

рівнях, тобто знанням мови. Правильні, конструктивні думки і добре знання мови породжують логічно правильне мовлення.

Логічні помилки виявляють увесь спектр мисленнєво-сміслових порушень. Так звані алогізми виникають внаслідок:

поєднання логічно несумісних слів, напр.: жахливо добрий, страшно гарний; вживання семантично порожніх (зайвих) слів, тавтологія, напр.: місяць травень, моя особиста справа, особисто я, звільнити із займаної посади, о 20 годині вечора, захисний імунітет;

порушення порядку слів у реченні, напр.: Успіх породжує старання; зіставлення незіставних понять, напр.: Структура фірми відрізняється від інших фірм; порушення хронологічної точності, напр.: У XVII ст. у Львівській області; підміна понять, напр.: У всіх кінотеатрах міста демонструють ту саму назву фільму; Ревматичний діагноз не дає можливості мені ходити; розширення чи звуження поняття, напр.: письменники і поети; нечітке розмежування конкретного й абстрактного поняття, напр.: Нам розповіли про видатного письменника і прочитали уривки з його творчості; невідповідність причини і наслідку, напр.: Збільшення кількості порушень залежить від того, наскільки активно ведуть з ними боротьбу.

Багато логічних помилок можуть виникати внаслідок відступу від синтаксичних норм, наприклад, неправильної побудови ряду однорідних членів речення, вибору сполучних засобів у складному реченні, порушень смислового зв'язку між окремим висловлюваннями у тексті та ін.

Змістовність мовлення передбачає глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з різнобічною інформацією з цієї теми, вміння добирати потрібний матеріал та підпорядковувати його обраній темі, а також повноту розкриття теми без пустослів'я чи багатослів'я.

Доречність. Це такий добір мовних засобів, що відповідає змістові, характерові, експресії, меті повідомлення. Доречність мовлення - це врахування ситуації мовлення, комунікативних завдань, складу слухачів (читачів), їхнього стану, настрою, зацікавлень. По-іншому цю вимогу можна назвати комунікативною доцільністю. Передусім це використання належних мовних засобів, досягнення стильової відповідності. Наприклад, стандартні типові вислови-кліше доречні у діловому мовленні, але зовсім не доречні в розмовному. У наукових текстах недоречною буде експресивна, емоційно-образна лексика, адже там панують терміни, мова формул, графіків, схем і т. ін. Доречність - це і вміння вибрати форму спілкування (монолог, діалог, полілог), тон, інтонацію спілкування, намагання бути тактовним. Мовознавець Н. Бабиш пропонує розкривати поняття доречність з усвідомлення значення часто вживаної сполуки "до речі": „Кожний історичний і кожний конкретний сучасний момент, кожен предмет мовлення і кожен співрозмовник вимагають нетотожних мовних засобів для свого вираження. Тому мовлення має бути гнучким, динамічним, функціонально мобільним”⁸. Стильова, контекстуальна, ситуаційна доречність свідчитиме про правильну мовленнєву поведінку.

Багатство. Показник багатства мовлення - великий обсяг активного словника, різноманітність уживаних морфологічних форм, синтаксичних конструкцій. Звичайна людина використовує близько 3 тис. слів, добре освічена -- 6-9 тис. слів, хоча розуміє в десять разів більше. Порівняймо: словник мови Т. Шевченка - понад 20 тис. слів. Багате мовлення -- це естетично привабливе мовлення, що відображає вміння застосувати тропи, образно-емоційну лексику, стійкі вислови, урізноманітнити мову синонімами, знання синтаксичних виражальних засобів. Мати "дар слова" означає вміти так організувати своє мовлення, щоб воно вплинуло на людину не лише змістом, а й своєю формою, чуттєвим моментом, щоб принести задоволення тим, на кого це мовлення спрямоване.

Виразність. Ця невід'ємна частина культури мовлення означає використання невичерпних ресурсів виражальних засобів української мови і лежить в основі мистецтва володіння словом. Виразність мовлення забезпечується виразністю дикції і чіткістю вимови. Великою мірою — це вміння застосовувати виражальні засоби звукового мовлення - логічний наголос, видозміни голосу, паузи, емоційну тональність, що передає настрій, оцінку, викликає потрібне сприйняття. Технічні чинники виразності - дихання, інтонація, темп, жест, міміка. Виразність мовлення — це "душа" мовлення, засіб самовираження.

Чистота. Мова тоді буде чистою, коли буде правильно звучати, коли вживатимуться тільки літературно-нормативні слова і словосполучення, будуть правильні граматичні форми. Що "каламутить" і засмічує українську мову? Зайві слова, слова-паразити, які заповнюють паузи мовлення, коли людині важко чітко висловити думку. Найчастотніші з них: ну, от, значить, там, як це, чуєш, знаєш, так сказати, типу, розумієш та ін. їх можна легко позбутися, уважно стежачи за своїм мовленням.

Недоречним є вживання діалектизмів, надмірне захоплення просторічною лексикою, канцеляризмами, запозиченнями. Вживання цих слів може бути доречним у відповідному стилі чи ситуації, а вжиті без потреби, вони роблять мову незрозумілою і важкою для сприйняття.

Не варто „пускати" у свою мову вислови жаргонні, особливо лайливі, треба поставити їм стійку перепону, основу на глибокому переконанні, що вони мають руйнівний вплив на нашу мораль і духовність. І не тільки цуратися недобрих слів самому, а не дозволяти їх вживати у твоїй присутності, адже втратиш повагу до себе. Грубі слова, що звучать в мові людини, можуть засвідчити лише одне: ти повівся не з тим.

Чистота мовлення -- це відсутність суржику.

Суржик означає штучно змішану, нечисту мову, гібрид української і російської мов, що, безперечно, є загрозою для існування рідної мови, соціальним злом. Назва сучасного терміна метафорична, адже первісне значення слова суржик -- суміш зерна різних злаків і борошно з такої суміші, яке було невисоким за якістю і вживалося у важкі голодні роки. Примітно, що аналогічне мовне явище (суміш білоруської і російської мов) є в Білорусі. Воно

має назву трасянка, так називали неякісний корм для худоби, в який до сіна додають („натрушують“) соломку. Спільне одне - ці змішані субмови є низьковартісними.

Суржик охоплює всі мовні рівні. Особливо потерпає від нього усне українське мовлення, а отже, вимова слів. Мовознавець Л. Масенко зазначає, що 90 % лексики цієї змішаної мови становлять російські слова, які, однак, вимовляють по-українськи. М. Лесюк зауважує, що така цифра більше стосується мовлення східних українців, у Галичині ступінь ураження може становити лише 30-40%. На фонетичному рівні ці "непрохані гості" відрізняються від автентичних українських своїм звучанням (ноль, регістратура, двойка, хожу, сижу замість нуль, реєстратура, двійка, ходжу, сиджу), запозиченим наголосом {одинадцять, чотирнадцять, повий, восьмдесят замість одинадцять, чотирнадцять, новий, вісімдесят), порушують словотворчі закони (ан-глічанка, лікарство, зварщик, осінню, весною замість англійка, ліки, зварювальник, восени, навесні), мають російські граматичні форми (у продажі, два студента, по дорозі замість у продажу, два студенти, дорогою). Надзвичайно багато лексичних калек, напр.: не дивлячись на, фамілія, учбовий, рахую, на рахунок, любий замість незважаючи на, прізвище, навчальний, вважаю, щодо, будь-який. Інколи мовець і не підозрює про своє ураження суржиком, хоч і послуговується ним тривалий час (всьо, здача, тоже, все рівно, куда, сюда, туда замість все, решта, теж, все одно, куди, сюди, туди). Але частіше - це ознака байдужості, адже той, хто промовляє слова вроді, вообщє, тіпа, ладно, ужас, кашмар, привітєк, добре знає, що це неправильно. „То як маємо трактувати наш суржик? - наголошує О. Сербенська. - Не як нашу вину, а як нашу органічну слабкість, хворобу, яку треба лікувати. Нашою виною, моральною хибою є хіба загальне лінівство, крутість та лизунство (І. Франко) і, як неодноразово підкреслював І. Огієнко, небажання пильно й ненастанно вчитися рідної мови, невизнання того, що існує складна наука рідної мови“.

Потрібно усвідомити, що розмовляти суржиком - це ознака мовленнєво-мисленнєвого примітивізму, неосвіченості, провінційності, байдужості до своєї мовної поведінки, а отже, неповаги до української мови, свідчення неможливості професійного зростання.

Усі шляхи підвищення особистої культури мовлення передбачають тільки наполегливу і самовіддану працю. Їх можна визначити як тверді принципи і як звичайні практичні поради:

- свідомо і відповідально ставитися до слова;
- стежити за своїм мовленням, аналізувати його, контролювати слововживання, у разі потреби перевіряти за відповідним словником. Навчитися чути себе, таким чином виробляти чуття правильного мовлення;
- створити настанову на оволодіння нормами української літературної мови, на удосконалення знань. Для цього звертатися до правопису, посібників, довідників, учитися самостійно, стежити за змінами норм;

- читати художню літературу -- джерело збагачення мовлення, записувати цікаві думки майстрів слова, вчити напам'ять афоризми, вірші. Таким чином можна збагатити лексичний запас, пізнати красу і силу слова, його змістові тонкощі, набути досвіду образно-стилістичного слововживання. Так проникають у скарби мови, шліфують стиль, підвищують словесно-естетичний рівень;
- оволодівати жанрами функціональних стилів. Потрібно однаково добре вміти написати вітальну листівку, заяву, доручення, лист для електронної пошти, підготувати науковий реферат чи публічний виступ та ін.;
- активно пізнавати світ, культуру, розвивати здібності до наук -- це підвищує інтелектуальний рівень особистості і віддзеркалюється у мовленні;
- удосконалювати фахове мовлення. Для цього читати фахову літературу (наукові статті, фахові газети і журнали), постійно користуватися спеціальними енциклопедичними і термінологічними словниками, набувати практики публічних виступів із фахової тематики (використовувати нагоду виступити з рефератом чи з доповіддю на студентській науковій конференції);
- прислухатися до живого слова високих авторитетів на сцені, на трибуні, за кафедрою, у храмі та в інших сферах і наслідувати найкращі зразки;
- не піддаватися впливам "модних" тенденцій, аби прикрасити мовлення екзотичним чужомовним словом, "демократизувати" жаргонізмом; уникати мовної агресії;
- намагатися не впадати в крайнощі -- не бути ні сором'язливим маломовним мовчуном, ні велемовним самовпевненим балакуном, а говорити тільки тоді, коли є що сказати.

Праця над своїм мовленням викликає повагу і, без сумніву, дає результати. Шляхів вдосконалення є безліч, а процес триває усе життя.

2. Мовний етикет. стандартні етикетні ситуації та їхнє мовне оформлення.

Життя людини в суспільстві регламентоване системою різних правил, законів. Правила соціальної поведінки людини, які виробилися впродовж усієї культурної еволюції людства і враховують його соціально – історичний досвід, становлять поняття «етикет».

Етикет (франц. Etiquette, від флам. steeken – встромляти) — вироблені суспільством норми поведінки. За ступенем ритуалізації поведінки виділяють три різні види етикету:

Повсякденний.

Оказіональний.

Святковий.

Етикет має багаторівневу будову:

-- вербальний (словесний) рівень (етикетні вислови привітання, прощання, подяки, вибачення тощо);

-- паралінгвістичний рівень (темп мовлення, гучність, інтонація);

- кінетичний рівень (жести, міміка, пози);
- проксемічний рівень (стандартні дистанції спілкування, почесне місце для гостей тощо).

Своєрідним стрижнем етикету є словесний рівень. Він найповніше репрезентує етнічну самобутність. Кожна мова виробила свою систему спеціальних висловів ввічливості - мовленнєвий етикет.

Мовленнєвий етикет - це національно-специфічні правила мовленнєвої поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і висловів, що рекомендуються для висловлення подяки, прощання тощо в різних ситуаціях ввічливого контакту зі співбесідником, зокрема, під час привітання, знайомства, звертання тощо.

За умовами та змістом ситуації спілкування в системі українського мовленнєвого етикету розрізняють 15 видів стійких мовних висловів:

Звертання.

Вітання.

Знайомство.

Запрошення.

Прохання.

Вибачення.

Згода.

Незгода.

Скарга.

Втішання.

Комплімент.

Несхвалення.

Побажання.

Вдячність.

Прощання.

Відбором етикетних мовних формул у кожному виді мовленнєвого етикету створюється та чи інша тональність спілкування, тобто соціальна якість спілкування, яку можна визначити як ступінь дотримання етичних норм у процесі комунікації. В європейському культурному ареалі виділяють п'ять видів тональностей спілкування:

Висока тональність спілкування характерна для зустрічей на найвищому рівні - сфера суто формальних суспільних структур (урочисті збори, засідання, презентації, ювілейні заходи, прес-конференції, брифінги тощо); нейтральна тональність панує у сфері офіційних установ під час спілкування з колегами, співробітниками; звичайна тональність реалізується в сфері побуту (магазин, майстерня, пошта, транспорт тощо); фамільярна -- в сім'ї, дружньому товаристві; вульгарна -- в соціально неконтрольованих ситуаціях і перебуває за межею літературної мови.

Ділове спілкування пов'язане з вибором етикетних мовних формул двох видів тональностей спілкування -- високої та нейтральної.

Важливо добре засвоїти чинники, що впливають на вибір словесної формули в конкретній ситуації спілкування:

вік, стать, соціальний статус адресата;
особисті якості співрозмовників;
комунікативні умови (місце, час, тривалість спілкування);
характер взаємин між співрозмовниками та ін.

В офіційному спілкуванні особливе значення мають ті види мовленнєвого етикету, які представляють категорію ввічливості, а саме: звертання, вітання, прощання, подяка, вибачення, прохання.

Звертання -- найяскравіший і часто вживаний вид мовленнєвого етикету. Суть його полягає в тому, щоб назвати співрозмовника з метою привернути його увагу, звернутись з проханням чи пропозицією.

Система етикетних звертань української мови зазнала в своєму історичному розвитку найбільше змін, що пояснюється особливою залежністю від соціальної організації суспільства. Сьогодні реєстр слів-звертань офіційного вжитку складають пане (пані, панове), добродію (добродійко, добродії), друзі, товариство, колеги, громадо, громадянине (громадянку, громадяни), товаришу (товаришко, товариші), які супроводжують етикетні означення вельмишановний, вельмиповажний, глибокоповажний, високодостойний, шановний, дорогий, напр.: високоповажний пане Президенте, глибокоповажні пані та панове, дорогі друзі, високоповажна святочна громадо, шановні колеги.

Вибір звертання значною мірою залежить від тональності спілкування. Офіційна величальна функція закріпилася сьогодні за звертанням пане (пані, панове). В офіційному, здебільшого усному, спілкуванні послуговуються цим звертанням у поєднанні з прізвищем або назвою особи за фахом чи родом діяльності, напр.: пане Ткачук, пане професоре, пане ректоре.

Звертання добродію (добродійко, добродії) вважають давньою почесною назвою осіб, що роблять добро. Як етикетне звертання фіксує „Історичний словник української мови” Є. Тимченка з XVII ст. Поширене було здебільшого на сході України. Вживалось у сполученні з етикетними означеннями вельмишановний, вельмиповажний та з прізвищем, ім'ям, іменем по батькові, напр.: вельмишановний добродію Олексію Петровичу. У традиційному значенні варто вживати це звертання й сьогодні в різних сферах суспільного життя, зокрема діловій.

Звертання товаришу з'явилося в українській мові наприкінці XIX-початку XX ст. і використовувалося в інтелігентському середовищі в значеннях „1. Людина, зв'язана з ким-небудь дружбою. 2. Людина, ідейно зв'язана з іншими людьми”. У радянський час це слово витіснило всі інші звертання, ідеологізувалося і функціонувало для називання соратника по партії. Дискусія про те, щоб замінити звертання товаришу лейтенанте (полковнику) на традиційне для українського війська звертання пане ще тільки починається. Більш поширеним є звертання Товариство! до групи людей, які пов'язані певною спільністю (інтересами, становищем у суспільстві тощо).

Звертання громадянина (громадянка, громадяни) обмежується правовою, юридичною сферою і підкреслює рівність усіх членів суспільства перед законом як осіб, що користуються громадянськими правами і мають певні обов'язки.

Однією з форм звертання до незнайомих людей, яким наперед виказуємо „кредит довіри“, є слово друзі. Це звертання набуло особливого звучання через часте використання його Президентом Віктором Ющенком під час виборів Президента та Помаранчевої революції в Україні.

У розмові з колегами, звертаючись до керівників установи, організації узвичаєною є форма звертання на ім'я та по батькові, напр.: Вікторе Андрійовичу, Іване Степановичу, Юліє Володимирівно. В Київській Русі ім'я по батькові виконувало функцію прізвища, наприклад, Анна Ярославна. І тільки тоді, коли узвичаїлося прізвище, будова найменувань стала двокомпонентною, наприклад, Ярослав (Володимирович) Мудрий. Отже, легко відмовлятися від власне українських звертань на ім'я та по батькові, очевидно, не варто. Однак треба наголосити на тому, що не по-українськи звучить звертання Олександрівно! Миколайовичу! Така традиція звертання здавна відома російській мові й не слід її переймати!

Заслуговує на увагу і вибір звертання до великої кількості слухачів на різноманітних зібраннях: зборах, засіданнях, конференціях тощо. Форму звертання звичайно визначає вид зібрання. Кожне звертання враховує своєрідність аудиторії, прагнення і можливість доповідача наблизитись до слухачів, напр.: Вельмишановний пане ректоре! Вельмишановний пане голово! Шановні колеги! Дорогі друзі! Вельмишановні пані та панове!

Вітання виконує важливу функцію в комунікативному акті - з нього починається спілкування, а часто ним же і обмежується як етикетним ритуалом. Цим пояснюється спеціалізований характер і певний автоматизм вітальних висловів.

Перше враження про людину складається від того, наскільки щиро і привітно вона вітається. У вмінні вибрати доречну форму вітання виявляється загальна і мовна культура людини. Вибір залежить від того, в якому оточенні перебуває людина, від віку співрозмовника чи співрозмовників, від характеру стосунків між людьми, що вітаються чи прощаються, від того, де й коли це відбувається тощо.

Набір українських народних вітань надзвичайно різноманітний і поліфункціональний, напр.: Доброго ранку! Добрий день! Добрий вечір! Здрастуйте! Привіт! Дай, Боже! Існує цілий ряд сакральних вітань, напр.: Христос воскрес! Христос рождається!

Формул вітання в українській діловій мові порівняно небагато, але завжди можна знайти потрібний вислів, виходячи з конкретної ситуації, щоб висловити пошану до особи, напр.:

Добрий день! -- найпоширеніше вітання, яке фіксують пам'ятки з XVI ст. Прикметник добрий вживається як синонім до слів приємний, сприятливий, а значення цілого вислову „побажання хорошого дня, удачі протягом дня“.

Використовується у високій та нейтральній тональностях. Вітання Доброго дня! Добридень! обмежуються фамільярною тональністю. Залежно від часу дня для привітання з колегами по роботі використовують також вітання Доброго ранку! Добрий вечір!

Прощання - це слова і вислови, які говорять, коли розлучаються. Мовленнєва частина прощання простіша, ніж вітання. Переважно це співвідносні формули, що мають інколи антонімічний характер, напр.: До побачення! Прощай! Будь здоров! або функціонують як самостійні вислови чи як репліки-відповіді на власне прощальні слова, напр.: На все добре! Бувайте здорові! Щасливо!

Вибір етикетних висловів прощання залежить від часу, на який розлучаються особи, тональності спілкування.

Діловий, або службовий, мовленнєвий етикет допускає формули прощання, які лімітовані високою тональністю і є закритими для варіантності, наприклад:

До побачення! - вислів стилістично нейтральний, найбільш вживаний у високій тональності. За походженням його вважають калькою з російської До свиданія!. Разом із висловами На все добре! До нових зустрічей! обслуговує також ситуацію розлуки в межах нейтральної тональності.

Прощайте! — це прощальний вислів, пов'язаний з ритуалом просити пробачення перед розлукою за можливі провини.

Подяка означає висловити вдячність, бути вдячним за щось. У висловах подяки виразніше виявляється функція ввічливості, тому їх використання належить до обов'язкових етикетних настанов. Не раз вислови подяки вживають як знак ввічливої згоди або відмови на будь-яку пропозицію.

Вибір репліки-відповіді на подяку залежить від того, за що дякують. Наприклад, за їстівне кажуть «На здоров'я!»; за річ, одяг – «Носи на здоров'я!» і т. ін. Універсальна, найбільш поширена відповідь на подяку це «Прошу! Будь ласка!».

Вибираючи формули подяки, треба враховувати значущість послуги, ситуацію. За незначну послугу можна сказати «Дякую! Спасибі!». Вважають, що вислів «Дякую!» запозичено в українську мову з німецької через посередництво польської, а вислів «Спасибі!» є східнослов'янським явищем, яке виникло після прийняття християнства. Первинно це двослівна мовна формула вдячності «Съпаси богъ» з вихідним значенням «побажання спасіння богом того, кому дякували». Цікаво, що в західнослов'янському аналогічному побажанні закладена ідея „Хай Бог заплатить тому, кому дякували" (порівняймо в польській мові *Bog zapłaci*).

Посилюють вдячність слова щиро, сердечно, уклінно, дуже, глибоко, вельми, напр.: Дуже вдячний за Вашу турботу! Щиро Вам дякую!

В офіційних ситуаціях слова подяки часто вживаються зі словами дозвольте, прийміть, складаю (складаємо), напр.: Дозвольте висловити вам подяку! Прийміть мою найщирішу вдячність! Складаю щирі подяку!

У нейтральній тональності вживають вислови:

Вибачте! — нейтральний вислів, який, вважають дослідники, запозичений з польської мови, де він означав „роздивлятися, побачити, розпізнати”. Вислів *Вибачаюсь!* за формою не відповідає змістові вибачення — дія скерована на самого мовця. Дієслово вибачатися позначає дію, яка не може бути спрямована на предмет, є неперехідним і функціонує в українській мові в значенні „просити вибачення, усвідомлюючи свою провину” безвідносно до об’єкта дії, відповідно може вживатися в контексті „Не живу, а вибачаюся”.

Пробачте! — поширилось під впливом слова польської мови *przebaczyć* „недобачити, пропустити”, однак розвинуло нове лексичне значення. Вживають в українській мові як вибачення, вияв перепрошення з XVII ст.

Прохання - спонукальна мовленнєва дія у ввічливій формі з метою чогось домогтися від адресата. Мовні засоби прохання можуть використовувати як вислови привернення уваги, напр.: Будьте ласкаві! Будь ласка! Ласкаво прошу!; формулами позитивних реплік-відповідей на прохання є, напр.: Прошу! Будь ласка!

Вживаючи стрижнєве слово ласка, ми виявляємо привітність, доброзичливість.

Серед форм висловлення прохання в ситуаціях ділового спілкування використовують формули:

Будь ласка! — функціонує в українській мові з XVI ст. для вираження прохання, запрошення, вибачення. В ситуації чемного звертання до незнайомих старших за віком осіб вживають вислови Будьте (такі) ласкаві! Якщо Ваша ласка! З Вашої ласки! в межах високої, нейтральної та фамільярної тональностей.

Прошу! — форма, яка, вживаючись з різною інтонацією, може обслуговувати кілька етикетних ситуацій: 1) Прошу! — прохання; 2) Прошу! — дозвіл; 3) Прошу? — спонукання до повторення сказаного при недочуванні. На думку Ю. Шевельова, другий і третій варіанти ілюструють галицький внесок у збагачення лексики української мови та етикетних мовних засобів.

Поширеними у діловій сфері є ситуації, які передбачають оцінку діяльності людини, висловлених думок тощо. Їх мовне забезпечення пов’язане з умінням вибрати та застосувати узвичаєні стандартні формули для вираження компліменту чи згоди.

«Стандартні етикетні ситуації. Парадигма мовних формул»

Під час виконання професійних обов’язків безліч разів повторюються стандартні, стереотипні спілкувальні ситуації, що мають етикетний характер.

Авторитетний фахівець з проблем спілку вального етикету Ярослав Радевич-Винницький чітко визначає ці етикетні ситуації, що репрезентуються парадигмою мовних формул, якими варто послуговуватися і добре їх знати.

Вітання та побажання

Вітання - це "слова або жести, звернені до кого-небудь під час зустрічі на знак прихильного ставлення до когось". Доброго ранку!

Добрий день (добридень, здрастуйте, здорові будьте)! Добрий вечір (добри вечір)! Доброї ночі! Доброго здоров'я!

Вітаю (тебе; Вас)!

Радий (тебе; Вас) вітати!

Мое шанування!

Дозвольте Вас привітати!

Слава Україні! - відповідь: Героям слава!

Хай живе...

З приїздом Вас!

Поздоровляю Вас!

Здоровлю з...

Зі святом Вас!

Вітаю з днем народження!

З настанням Нового року!

З передноворіччям!

З прийдешнім Новим роком!

Вітаю з передноворіччям!

Бажаю (зичу) щасливого Нового року!

Хай щастить у Новому році!

Будьте здорові з Новим роком!

З настанням Нового року

Вузлики на пам'ять! Правила вітання

Першим вітається:

- *молодший зі старшим;*
- *підлеглий з керівником;*
- *чоловік із жінкою;*
- *молода жінка з літнім чоловіком.*

Незалежно від віку, статі, посади:

- *той, хто проходить повз когось або переганяє його;*
- *той, хто підходить до гурту;*
- *той, хто заходить у приміщення.*

Словесні вітання слід супроводжувати невербальними знаками:

- *жінки - плавним нахилом голови;*
- *чоловіки - легким схилянням верхньої частини тулуба і/або голови;*
- *молоді люди - такими ж, але трохи нижчими поклонами.*

Вітаючись, треба:

- *привітно усміхнутися і дивитися людині у вічі;*
- *вийняти цигарку з рота, а руки з кишень;*
- *зняти темні окуляри;*
- *чоловікові підвестись і стояти доти, доки жінка не сяде або не піде.*

Першим руку подає:

- *старший молодшому;*
- *жінка чоловікові;*
- *соціально вищий соціально нижчому;*

- *подають тільки праву руку.*

У руку цілують:

- *тільки заміжніх і старших жінок;*
- *дівчат цілують у щічку;*
- *руку жінки беруть за пальці, підносять і в легкому нахилі голови цілують у тильну сторону пальців або ж у передню частину тильної сторони долоні;*
- *під час поцілунку чоловік має зняти капелюха і рукавиці.*

Отже, вітайтеся завжди привітно, незалежно від того, який у вас настрій.

Звернення до незнайомої людини

Стандартна послідовність фраз у розмові з незнайомою людиною може мати таку послідовність:

1. *Вітання: Доброго ранку (Добрий день! Добрий вечір!).*
2. *Вибачення і прохання: Вибачте, що затримую Вас! Скажіть, будь ласка, ... (Будьте ласкаві, скажіть Чине могли б Ви сказати...).*
3. *Подяка: Щиро (сердечно) дякую Вам за ... (Щиро вдячний за...).*
4. *Вибачення: Пробачте, що затримав Вас (Даруйте, що завдав Вам клопоту).*
5. *Прощання: До побачення! (Бувайте здорові! Усього Вам найкращого! Хай щастить!).*

Привернення уваги до себе

Щоби привернути до себе увагу особи, потрібно:

- *спочатку звернутися до неї зі 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.*

Знайомлення

Знайомлення - "встановлення контакту між людьми із повідомленням ними чи про них комунікативного мінімуму інформації, потрібної для спілкування".

Цей мінімум становить:

- *ім'я чи ім'я і прізвище;*
- *ім'я і по батькові;*
- *всі три компоненти;*

Залежно від ситуації спілкування та статусних ознак партнера можна назвати:

- *фах комуніканта;*
- *посаду;*
- *заклад навчання, місце роботи;*
- *місце проживання;*

■ позапрофесійні інтереси.

Знайомлення без посередника

Будьмо знайомі!

Я хочу (хотів би) з Вами познайомитися!

Мені конче треба з Вами познайомитися!

Ви не проти, щоб ми познайомилися?

Чому б нам не познайомитися?

Дозвольте відрекомендуватися!

Після цих формул ідуть фрази самоназивання: Моє ім'я...; Моє прізвище Мене звати...; Я-....

Знайомлення здебільшого відбувається у формі такого діалогу:

- Будьмо знайомі! Моє ім'я Тарас (Бондаренко).

- Андрій (Васильович; Шелудько). Дуже приємно! (Мені дуже приємно з Вами познайомитися! Радий знайомству з Вами!).

Знайомлення через посередника:

Дозвольте представити (відрекомендувати) Вам...;

Дозвольте познайомити Вас із...;

Познайомтеся, це...;

Познайомтеся, будь ласка, це ...;

Знайомтеся, будь ласка. Це мій...

Особа, якій відрекомендовують, може висловити свої почуття такими фразами:

Дуже приємно!

Я вже чув про Вас;

Мені (надзвичайно) приємно з Вами познайомитися!

Я радий знайомству з Вами!

Мудрі поради

* Жінкам не бажано знайомитися з чоловіками без посередника (крім службових, професійних взаємин).

* Своє ім'я (прізвище, по батькові) треба вимовляти розбірливо, без поспіху, достатньо голосно.

* Знайомляться через посередника стоячи.

* Руку першим подає той, кому відрекомендовують.

* Під час знайомства варто усміхатися, мати щирий вираз обличчя.

Порада, пропозиція

Порада - "пропозиція, вказівка, як діяти за яких-нсьбудь обставин, допомога добрим словом у скруті; рада".

Я дуже раджу Вам...;

Я пропоную Вам...;

Я би радив Вам...;

Дозвольте порадити Вам..

Адресат має на пропозицію відповідно відреагувати, обов'язковими мають бути слова подяки:

Я Вам щиро вдячний (щиро дякую) за пораду! Я нею неодмінно скористаюся.

Я не зможу скористатися з Вашої пропозиції (поради), але я щиро дякую за неї!

Дякую за пораду (пропозицію)! Я мушу добре її обміркувати (по думати над нею)!*

Згода

Згода - "позитивна відповідь, дозвіл на що-небудь, вияв бажання щось робити".

Добре!

Будь ласка!

Прошу!

Згоден!

Погоджуюся!

Мушу погодитися!

Доведеться погодитися!

Авжеж; авжеж, що так!

Гаразд;

Ви маєте рацію.

Відмова

Відмова - "відповідь про небажання або неможливість виконати прохання, наказ і тощо". Певна річ, ви не завжди можете задовольнити прохання, прийняти ту чи іншу пропозицію і тому змушені відмовити. Відмова має бути коректною, доброзичливою й переконливою. А щоб пом'якшити тон відмови, на початку речення треба вживати слова: на жаль, шкода, дуже шкода, на превеликий жаль, щиро жалкую, вибачте, мені дуже прикро, перепрошую.

На жаль, ніяк не можу погодитися;

Шкода, але про це не може бути й мови;

Даруйте, але я тушений Вам (тобі) відмовити;

Дуже шкода, але я не погоджуюсь;

Я б дуже хотів (Мені дуже хотілося б), але...;

Перепрошую, мені треба подумати (мушу порадитися, я маю спо-чатку це обміркувати).

Розрада

Розрада -- "те, що приносить заспокоєння в горі, печалі"²³. Лексико-граматичним засобом вираження розради є дієслово у формі наказового способу однини або множини:

Не переживай (те)!

Не хвилюйся (теся)!

Заспокойся (тесь)!

Не журись (іться)!

Опануйте себе!

Викинь (те) це з голови!

Не звертай (те) на це уваги!

Сподівайся (теся) на краще!

Для висловлення розради можна послуговуватися й іншими граматичними конструкціями: Не варто про це думати! Це все дрібниці! Всяке буває.

Це не твоя (Ваша) провина.

Все буде добре (гарзд).

Ти (Ви) маєш (єте) сподіватися на краще.

Співчуття

Співчуття - "чуйне ставлення до людини в її переживаннях, стражданнях, нещасті, горі.

Прийми (іть) моє глибоке (щире) співчуття;

Дозволь (те) висловити тобі (Вам) моє щире співчуття;

Я розумію твоє (Ваше) горе;

Я поділяю твій (Ваш) смуток

Я горюю разом із тобою (Вами)

Висловлювання співчуття зазвичай супроводжується потиском руки, а жінки (за умови близького знайомства з адресатом) обнімають і цілують його (її).

Схвалення

Схвалення - визнання адресатом чиїхось дій, вчинків, рішень, слів правильними.

Ти (Ви) правильно вчинив (ли) (сказав, виступив);

Дуже правильний (розумний, доречний) вчинок;

Ти (Ви) прийняв (ли) надзвичайно вдале (розумне, продумане) рішення;

Я в захопленні від твого (Вашого) вчинку (виступу).

За нормами доброго тону особа, вчинок якої схвалено, має належно відреагувати. З цією метою можна скористатися такими формулами:

Дякую!

Це тобі (Вам) тільки здається;

Мені приємно, що ти (Ви) оцінив (ли) мій вчинок;

Я не вартий таких слів;

Те ж саме я можу сказати і про тебе (Вас).

Ці фрази супроводжуються не вербальними засобами вираження вдячності; ввічливим кивком голови, приязною усмішкою.

Зауваження, докір

Зауваження - це докір, закид, вказівка на помилки у поведінці, висловлення невдоволення.

Я змушений зробити тобі (Вам) зауваження;

Ти (Ви) не зовсім добре вчинив (ли) (зробив (ли), сказав (ли));

Ти (Ви), напевно, недостатньо це обміркував (ли) (продумав (ли) як слід);

Тобі (Вам) так робити (говорити) не личить;

Це було недобре.

Залежно від предмета розмови і змісту зауваження адресат може висловити:

а) вибачення:

Вибач (те), я помилився;

Я не хотів (не мав наміру) чинити тобі (Вам) прикроці;

*Я це зробив не навмисно;
Мені дуже неприємно! Вибач (те)!*

б)заперечення:

*Даруй (те), ти (Ви) мене неправильно зрозумів (ли);
На мою думку, твоє (Ваше) зауваження не цілком обгрунтоване (цілком безпідставне, необгрунтоване).*

Мудрі поради

Як критикувати, не ображаючи

Якщо ви бажаєте навчитися робити зауваження, критикувати так, щоб не образити людину, то:

- *вказуйте на помилки, робіть зауваження лише віч-на-віч;*
- *уникайте прямої критики;*
- *робіть це по-дружньому;*
- *похваліть те, що ваш співбесідник виконує як слід;*
- *покажіть чи розкажіть, як правильно було б виконати те чи інше завдання, здійснити певний вчинок;*
- *переконайте співбесідника в тому, що він зможе повестися як слід за певних обставин, зуміє впоратися з дорученою справою;*
- *попросіть вибачення за зроблене зауваження, особливо тоді, коли людина старша від вас за віком або незнайома.*

Людина, яка засуджує і висміює помилкові думки й погані вчинки інших людей, повинна мати особливу силу переконання, а для цього, крім гострого ока, необхідно володіти і не менш цінним мистецтвом -ясно викладати думки (М. Ларра).

Висловлення сумніву

Сумнів - невпевненість щодо слушності, правдивості, вірогідності того, що висловив співрозмовник.

Так?

Хіба?

Невже?

Та невже? Правда?

Ти (ви) справді так вважаєш (те)?

Цю інформацію ти (Ви) отримав (ли) з надійного джерела?

І я в це маю повірити?

Висловлення власного погляду

На мій погляд;

На мою думку;

На моє переконання;

Я (глибоко) переконаний, що...;

Я думаю, що...;

Мені здається, що...;

Наскільки я розумію... ;

Я хочу (хотів би) підкреслити, що...;

На завершення (розмови, дискусії) вважаю за доцільне (потрібне) ще раз сказати (повторити)...

Така моя думка.

У текстах наукового стилю особові та присвійні займенники традиційно вживаються у формі множини: на нашу думку; як нами встановлено: на завершення підсумуємо сказане нами; ми дійшли такого висновку.

Комплімент

Комплімент - "це приємні, люб'язні слова, похвала, лестощі"²⁵. Призначення компліменту - зробити приємне співрозмовникові, викликати взаємну симпатію.

Стиль компліменту залежить від статі, соціального становища адресата, від характеру взаємин із ним, від ситуації спілкування.

Найчастіше хвалять людину за вчинки, за характер, за зовнішній вигляд, одяг, зачіску, дітей. Набір етикетних формул в українській мові стереотипний, наприклад:

У тебе (Вас) такий чудовий вигляд!

Ти (Ви) так чудово виглядаєш (єте)!

У тебе (Вас) бездоганний вигляд!

Ти (Ви) така красуня!

У тебе (Вас) такі красиві очі!

Ти (Ви) така чарівна!

Ти (Ви) маєш (єте) тонке почуття гумору (витончений смак, прекрасні манери);

У тебе (Вас) ангельський характер;

Ти (Ви) - унікальна й неперевершено господиня!

Ти (Ви) прекрасний співбесідник!

За правилами етикетної поведінки комплімент потребує словесної відповіді адресата:

Дякую!

О, дякую за комплімент!

Ви так люб'язні!

Мені приємно це чути!

Ви мені лестите!

На жаль, це лише комплімент.

Правила вживання компліментів

1. Не кажіть людині того, що їй неприємне або зовсім не властиве.

2. Комплімент не повинен бути багатозначним.

3. Повинен бути щирим: мовлення адресата має супроводжуватися теплими інтонаціями, не удаваною усмішкою.

4. Варто уникати незрозумілих слів.

5. Комплімент має відповідати ситуації спілкування.

6. Не ввічливо говорити компліменти малознайомим або незнайомим людям.

7. Не варто відразу "віддячувати" компліментом за комплімент, а особливо говорити про партнера те саме, що почули від нього.

8. Відповідь на комплімент має бути співзвучною змістові.

9. Не варто скупитися на добре слово - вчімося говорити компліменти.

Мудрі поради психологів

- Набагато корисніше говорити людям приємні речі, підтримувати і підбадьорювати їх, щиро захоплюватися їхніми досягненнями, аніж принижувати їх гідність;
- Починати і закінчувати ділову бесіду компліментом на адресу співрозмовника (існує багато підтверджень того факту, що більше ви говорите компліментів іншим, то більше добрих слів чуєте у відповідь, вас починають вважати милим, чуйним і навіть привабливим; коли співрозмовник помічає, що ви проявляєте свої почуття щодо нього, він значно швидше відкривається вам);
- Ніколи не обзивати і не ображати співрозмовника, краще сказати: "Мені соромно за Вас", "Не чекав від Вас такого" тощо;
- Спілкуючись з людьми, краще називати їх по імені, це приємно, як і комплімент (Ю. І. Палеха).

Прощання

Прощання - "слова, які вимовляються перед розлукою, розставанням"²⁶.

До побачення

Будь (те) здоров (і)!

Бувай (те)!

Добраніч (На добраніч! Доброї ночі!)

До завтра!

На все добре!

Усього (тобі, Вам) найкращого! Хай (тобі, Вам) щастить! Прощайте!

Щасливі будьте! Будьте щасливі!

Прощальним фразам можуть передувати такі фрази:

Уже пізно;

Мені пора;

Будемо прощатися;

Шкода (жаль), але я мушу йти;

Ми прекрасно провели час;

Дякую (тобі, Вам) за зустріч! Вдячний за все!

Не можу (тебе, Вас) довше затримувати.

Лексична компетенція

Словом **прощай (те)** послуговуються тоді, коли прощаються із тим, хто відходить у вічність. За українським звичаєм, після слова Прощай! говорять: Хай тобі буде земля пером! Вислів Хай буде земля пухом є калькою з російської мови.

Отже, типові етикетні ситуації мають багатий арсенал словесних формул, семантико-стилістичні властивості яких дають можливість мовцеві зробити

правильний вибір, врахувавши структуру комунікативної ситуації, взаємини із співрозмовником, його вік, стать, соціальне становище.

3. Словники у професійному мовленні. типи словників. роль словників у підвищенні культури мови.

У мовознавстві існує спеціальний розділ, що займається теорією і практикою укладання словників, - лексикографія (від грец. *lexis* -слово і *grafo* - пишу).

Словники - це зібрання слів, розташованих у певному порядку (алфавітному, тематичному, гніздовому тощо). Вони є одним із засобів нагромадження результатів пізнавальної діяльності людства, показником культури народу. Словники - скарбниця народу, у них зберігаються знання і досвід багатьох поколінь. Праця над укладанням словників вимагає глибоких знань і великих зусиль. Про це образно сказав український просвітитель початку XVI ст. Феофан Прокопович: „Якщо кого-небудь очікує вирок судді, то не слід тримати його на каторзі, доводити до знемоги його руки добуванням руди: хай він укладає словники. Ця праця містить у собі всі види покарань”.

Словники виконують інформативну та нормативну функції: вони універсальні інформаційні джерела для розуміння того чи того явища та найпевніша консультація щодо мовних норм.

Далекими попередниками словників вважають так звані глоси, тобто пояснення значення окремих слів без відриву від тексту, на полях і в текстах давніх рукописних книг. Традицію пояснювати незрозумілі і малозрозумілі слова за допомогою глос давньоруські книжники успадкували від візантійських та старослов'янських.

Збірники глос - глосарії - були першими і найдавнішими словниковими працями. Найстаріший глосарій кількістю в 174 слова знайдено в Кормчій книзі (1282). До другої половини XVI ст. глосарії-основний вид лексикографічної праці. У Пересопницькому Євангелії (1556-1561) налічується близько 200 глос. Глоси були матеріалом для перших давньоукраїнських словників.

Усі словники залежно від змісту матеріалу і способу його опрацювання поділяють два типи: енциклопедичні і філологічні. Суттєва відмінність між ними саме в характері матеріалу, який описують у словниковій статті: об'єктом опису в

Слово енциклопедія (з грец. - коло загальноосвітніх знань) первинно означало сім вільних мистецтв: граматику, риторику, логіку, геометрію, арифметику, музику та астрономію. Праці енциклопедичного характеру створювали ще до нашої ери у Давній Греції і Давньому Римі, Китаю, а також у країнах арабської писемності. У X ст. н.е. перша енциклопедія, складена за алфавітним принципом, з'явилась у Візантії. У 1751-1780 роках передові мислителі Франції - Дені Дідро, Жан Д'Аламбер, Вольтер, Шарль Монтеск'є, Жан-Жак Руссо та ін. - підготували 35-томне видання „Енциклопедії, або Тлумачного словника наук, мистецтв і ремесел”.

Першою українською енциклопедією стала „Українська Загальна Енциклопедія" у трьох томах, видана у 1930-1935 роках у Львові за редакцією Івана Раковського. Вона мала підзаголовок - „Книга знання". У 1930-х роках в УРСР планувалося видання 20-томної енциклопедії, але через репресії проти української культури і її діячів цього не відбулося. Наступні науково вагомі українські енциклопедичні праці з'являються за межами України. Завдяки об'єднанню найкращих наукових сил української діаспори підготовлено і здійснено видання 10-томної „Енциклопедії українознавства" (1952-1985) за редакцією професора Володимира Кубійовича. У наш час її перевидано зусиллями НТШ у Львові (1993-2000). У далекій Аргентині протягом 1957-1967 років була створена і видана так звана Українська Мала Енциклопедія. Восьмитомну працю підготував один автор - професор Євген Онацький. Ці енциклопедії стали значним інформаційним явищем, адже поширювали у світі правдиві знання про Україну.

Енциклопедичні словники за характером матеріалу поділяють на загальні та спеціальні (або галузеві, тематичні).

До сьогочасних загальних енциклопедичних словників належать:

Українська Радянська Енциклопедія: У 12 т.-2-ге вид.-К, 1977-1984.

Український Радянський Енциклопедичний Словник: У 3 т. - К, 1986-1987.

УСЕ Універсальний словник-енциклопедія / Гол. ред. чл.-кор. НАНУ М. Попович.-К., 1999.

Спеціальні енциклопедичні словники подають системні знання з окремих галузевих ділянок. Це, для прикладу, такі словники:

Енциклопедія історії України: У 4 т. -К, 1969-1972.

Шевченківський словник: У 2 т.-- К., 1983-1985.

Українська географічна енциклопедія: У 3 т.-- К., 1989-1997.

Численні сучасні економічні енциклопедичні словники відображають важливі зміни в економічній системі України за останнє десятиліття і відповідають великій потребі у сучасній систематизованій конкретній економічній інформації. Фахові словники допомагають здобути глибокі економічні знання, знайомлять з новими реаліями економічного буття держави, з надбанням світової економічної науки та практики.

Якщо енциклопедичні словники дають всебічні знання про світ, то філологічні заглиблюють у слово.

Поки що не вироблено однозначного критерію розподілу лінгвістичних словників. Їх класифікують за способом подання матеріалу, за спрямованістю та призначенням. Словники можуть бути одно-, дво- і багатомовними. Однак, яким би не був поділ, для всіх лінгвістичних словників характерні такі ознаки, як: 1) заголовне слово; 2) реєстр; 3) словникова стаття; 4) тлумачення, дефініція і т. ін.; 5) системність подання матеріалу¹³.

У філологічних словниках слово характеризують з найрізноманітніших боків. Тому їх поділяють на тлумачні, перекладні, історичні, орфографічні, орфоепічні, словники наголосів, іншомовних слів, термінологічні, синонімічні,

фразеологічні, діалектні, етимологічні, словники омонімів, антонімів, паронімів, частотні, інверсійні, словники мови письменників, ономастичні та ін.

Тлумачні словники пояснюють, розкривають значення слова та його відтінки, вказують на граматичні й стилістичні властивості, подають типові словосполучення і фразеологічні звороти з цим словом.

Словник української мови: В 11 т. - К., 1970-1980. - Т. 1-11.

Найбільший тлумачний словник в українській лексикографії. Він містить близько 135 тисяч слів. Створив його колектив науковців Інституту мовознавства ім. О. Потебні Академії наук України на основі матеріалу з літературних, фольклорно-етнографічних та інших джерел у широких хронологічних рамках - з кінця XVIII і до кінця XX століття. Словник подає загальноновживану лексику і фразеологію не тільки активного, а й пасивного фонду (діалектизми, архаїзми, розмовну лексику та ін.). Уживання слів і фразеологізмів проілюстровано цитатами з творів художньої літератури, преси, наукових видань. Словник має тлумачно-нормативний характер. Науковці висловлюють думку про те, що цей словник, безперечно, є досягненням лексикографії радянського періоду, проте сьогодні не цілком відповідає потребам часу.

Новий тлумачний словник української мови: У 4 т. / Уклад.: В. Яременко, О. Сліпушко; наук. ред. Л. Андрієвський. - К., 1998. Словник містить 42 тисячі слів, які відібрано із Словника української мови в 11-ти томах. Усунуто ідеологічно маркований ілюстративний матеріал, у деяких словникових статтях розширено синонімічний ряд, хоча дефініції залишено ті ж, що й в одинадцятитомнику.

Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад, і голов. ред. В.Т. Бусел. - К.; Ірпінь, 2001.

Словник містить 170 тисяч слів та словосполучень. У словник додано лексеми, що не були включені до одинадцятитомного словника, а також нові слова, які з'явилися в українській літературній мові в останнє десятиліття.

Словники іншомовних слів є різновидом тлумачних, у них пояснюється значення слів, запозичених з інших мов. У словникових статтях вказується, з якої мови прийшло слово, який мало вигляд у ній. Якщо значень декілька, наведено усі.

Термінологічні словники містять терміни певної галузі науки, техніки, мистецтва. Вони бувають загальними та вузькоспеціальними, крім того, можуть бути тлумачними і перекладними (або водночас і перекладними, і тлумачними).

Орфографічні словники подають перелік слів, а також словоформи у їх нормативному написанні. Залежно від частини мови слово має певний граматичний коментар, додаткові граматичні форми змінюваних слів тощо.

Орфоенічні словники є довідниками з правильної літературної вимови і нормативного наголосу. У словниках цього типу слова або їх частини, вимова яких не збігається з написанням, подаються в транскрипції.

Акцентологічні словники - це словники, у яких подано нормативне наголошування слів.

Перекладні словники бувають двомовні і багатомовні. Це один із найрозвиненіших напрямів словникарства. Російсько-українські словники, що з'являлися протягом 50-80-х років (6-томний, 3-томний, одностомні), були тенденційними, не відображали багатства питомої української лексики. Для поліпшення культури ділового мовлення можуть стати корисними такі перекладні словники:

Сьогодні в Україні є багато перекладних словників з різних мов світу: англійської, французької, німецької, болгарської, польської, чеської, іспанської, італійської, турецької, китайської та ін. Деякі з них мають тематичний характер, особливо часто стосуються власне ділової сфери.

Словники скорочень подають складноскорочені слова та аббревіатури, розшифровують їх, вказують на граматичні ознаки роду та числа, подають відмінкові закінчення при змінних формах.

Приклад такого словника:

Словник скорочень в українській мові /Заред. Л.С. Паламарчука. -К, 1988.

Активна поява великої кількості нових аббревіатур, їх поширеність у пресі ускладнювала сприйняття тексту, правильне розуміння. Тому з'явився ще один словник, у якому вміщено найновіші аббревіатури та скорочення і їх розшифрування:

Зінкевич-Томанек Б., Григор'єв О., Прихода Я. Короткий практичний словник аббревіатур та скорочень української мови. —Краків, 1997.

Етимологічний словник подає інформацію про походження слова, його первісне значення, найдавнішу форму, зазначає, чи слово споконвіку належало мові-основі, чи воно запозичене, яким шляхом відбувалося запозичення, містить наукові припущення щодо того, як слово утворилося і яка ознака покладена в основу назви.

Історичний словник -- це один із різновидів тлумачного словника, в якому подають слова певної історичної епохи, зафіксовані в тогочасних писемних пам'ятках, з'ясовують їх значення, наводять ілюстрації, напр.:

Діалектні словники з'ясовують значення та особливості вимови і вживання слів певного діалекту чи групи діалектів. Приклади таких словників:

Фразеологічні словники містять фразеологічні одиниці мови, пояснюють їхнє значення, особливості вживання, походження, можливі варіанти у живому мовленні. Фразеологічні словники бувають одно-мовні тлумачного характеру (тлумачать значення стійкого вислову) і перекладні (подають фразеологічні одиниці певної мови і фраземи-відповідники з іншої мови), напр.:

Ономастичні словники є цікавим джерелом інформації про власні імена і прізвища, назви населених пунктів, гір, річок, озер тощо. Іноді вони мають науково-популярний характер.

Словники синонімів охоплюють групи слів, об'єднаних спільним значенням.

Словники омонімів реєструють і пояснюють значення слів, одна-кових за звучанням, але різних за значенням.

Словник антонімів подає групи слів, що мають протилежне значення.

Словник паронімів розкриває значення слів, близьких за звучанням, але різних за значенням.

Словники мови письменників містять слова і звороти, які використав той чи інший письменник у своїй творчій спадщині. Це словник тлумачного типу, бо в ньому розкрито всі значення слів, з якими вони функціонують у мові письменника. Також подано частоту використання словоформ і типові ілюстрації з творів.

Морфемні та словотвірні словники. Морфемний словник подає структуру слова, словотвірні -- словотвірні гнізда і словотвірні ряди. Прикладами таких словників можуть бути.

Частотні словники засвідчують частоту вживання слів у певний час. Існує понад 600 опублікованих і комп'ютерних (на дискетах) частотних словників для 40 мов світу.

Інверсійний словник - це словник, в якому слова розташовані за алфавітом кінця слова. Він є корисним для вивчення словотвору і фонетики:

Інверсійний словник української мови /За ред. С.П. Бевзенка. -- К., 1989.

Словники-довідники з культури мови допомагають закріпити лексичні, морфологічні та інші норми української літературної мови, адже подають проблемні випадки слововживання. Деякі з них мають форму посібника, оскільки вміщують широкі коментарі, наукові і науково-популярні статті.

Звичайно, зазначені словники не вичерпують усього багатства української лексикографії, а є лише основними сучасними зразками опрацювання слова. „Щодо повноти словників, - говорив М. Рильський, - то слід зазначити, що повний словник будь-якої мови — це ідеал, до якого можна лише прагнути і якого ніколи не можна досягти, бо кожен день і кожна година приносять людям нові поняття і нові для тих понять слова”.

Самостійна робота №2

Тема: «СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

1. СПІЛКУВАННЯ І КОМУНІКАЦІЯ. ФУНКЦІЇ СПІЛКУВАННЯ

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) спілкування, що відбувається в умовах конкретної діяльності і є її засобом. Воно вбирає в себе особливості цієї діяльності і є її важливою частиною. Професійне спілкування, спираючись на загальні норми, часто має індивідуальний характер і виявляється у способах спілкування, що їх 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. **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».

Функції спілкування

Функції спілкування (від лат. гапсїоп - виконання, здійснення) - 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 рольових, 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.)

2. 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, побутове, 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.

3. ОСНОВНІ ЕТАПИ СПІЛКУВАННЯ

Будь-який акт спілкування складається з кількох етапів:

1. Ретельна підготовка до спілкування.

Цей етап передбачає:

- 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.

На цьому етапі важливо:

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

3. Обговорення питання (проблеми).

На цьому етапі доцільно дотримуватися таких правил.

- 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 допомогою вмотивованих, обґрунтованих логічних доказів.

4. Прийняття рішення.

Щоби прийняти правильне рішення, варто:

- 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.

4. 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 світ

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 с

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%⁴⁰. 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, які схематично можна представити так .

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. В. А. Лабунська розробила схему **мімічних кодів емоційних станів**.

Частина і елементи обличчя	Емоційні стани					
	гнів	презирство	страждання	страх	подив	радість
Положення рота	Рот відкритий	Рот закритий		Рот відкритий		Рот звичайно закритий
Губи	Кутики губ опущені			Кутики губ трохи підняті		
Форма очей	Очі відкриті або звужені	Очі звужені		Очі широко відкриті		Очі примружені або відкриті
Яскравість очей	Очі блищать	Очі тьмяні		Блиск очей не виражений		Очі блищать
Положення брів	Брови зсунуті до перенісся			Брови підняті в верх		
Кутики брів	Зовнішні кутики брів підняті в верх			Брови підняті в верх		
Чоло	Вертикальні складки на чолі і перенісці			Горизонтальні складки на чолі		
Рухомість обличчя і його частин	Обличчя динамічне			Обличчя нерухоме		Обличчя динамічне

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 ситуації спілкування. 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 невіжливо.

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;
- почухування 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.

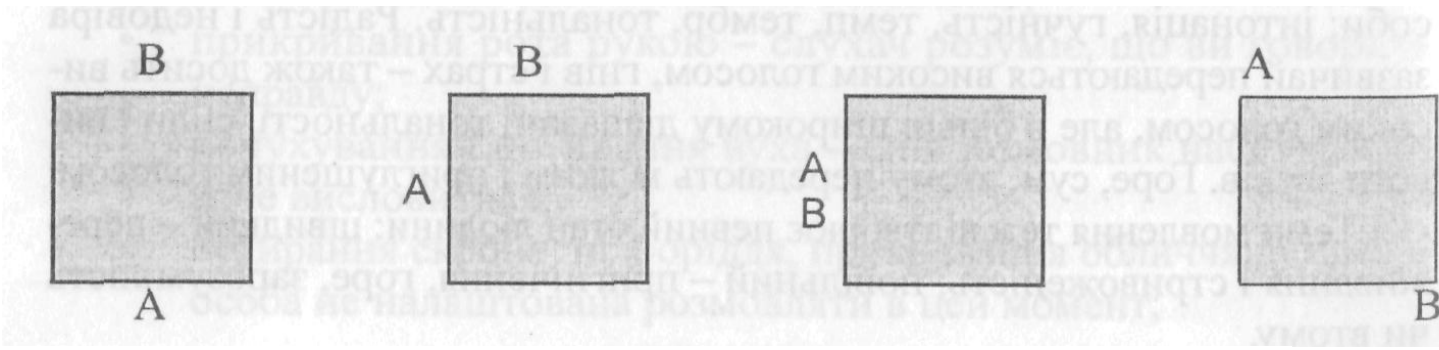
Потиск руки може бути трьох типів: домінантним (рука зверху, долоня розвернута вниз), покірним (рука знизу, долоня розвернута вверху)та рівноправне.

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

Спілкування завжди просторово організоване. Американський антрополог Е. Холл увів термін «проксеміка», 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.

Проксеміка - 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.



На багатолюдних заходах зазвичай ставлять на столах картки з прізвищами запрошених.

Отже, щоб успішно здійснювати професійну діяльність, треба знати і вміти розпізнавати (читати) невербальні засоби спілкування.

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 гендеру в стилі спілкування;
- виявлення особливостей мовлення чоловіків та жінок - мовні гендерні стереотипи;
- вираження гендеру на різних мовних рівнях: морфологічному, лексичному та текстуальному;
- гендер і традиції мовленнєвого етикету.

Як стверджують психологи, 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 зростанню 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 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.

Самостійна робота №3

Тема: «Риторика і мистецтво презентації»

1. Поняття про публічний виступ, його різновиди

Публічне монологічне мовлення є предметом дослідження **риторики** - теорії ораторського мистецтва, науки красномовства, яку професор Києво-Могилянської академії Ф. Прокопович вважав «царицею душ», «княгинією мистецтв», вказуючи на такі її функції, як соціально-організаційну (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 вважалося ефективним засобом переконання людей. Ще 335 р. до н.е. було створено першу теорію ораторського мистецтва, що зберегла своє значення й донині. Йдеться про «Риторику» Аристотеля, в якій він визначає її як мистецтво

переконливого виливу, 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, її 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.

Публічний виступ - це особливий жанр різновиду мовленнєвої діяльності, своєрідний за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками.

У ньому найповніше реалізується система мисленнєво-мовленнєвих дій – уміле використання форм людського мислення (логічно-образного) та мовних засобів вираження. Діяльність людини, професія якої пов'язана з виголошенням промов, доповідей, читанням лекцій, вимагає набуття певної вправності у виборі відповідного жанру, формулюванні теми, відбору фактичного матеріалу та послідовності його викладу, а також високої культури мовлення та спілкування в цілому.

Залежно від змісту, призначення, способу проголошення й обставин спілкування виділяють такі жанри публічного виступу: **доповідь, промова, виступ, лекція, 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 життєдіяльності 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 - це усний виступ із метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів, логічною стрункістю тексту, емоційною насиченістю та вольовими імпульсами мовця.

Розрізняють розважальні, інформаційні, агітаційні, вітаньні промови.

Давньоримська ораторська схема: що, для чого, у який спосіб- може і нині бути визначальною для промовця. Отже, ураховуючи вид промови, оратор повинен змінювати й характер виступу, і засоби, якими оперуватиме під час її виголошування.

Із промовою виступають на мітингах, масових зібраннях на честь певної події, ювілею тощо.

Мітингова промова зазвичай виголошується на злободенну тему й стосується суспільно значущої проблеми, яка хвилює широкий загал. Цей короткий, емоційний виступ розрахований на безпосереднє сприймання слухачів. Завдання оператора- виявити нові, нестандартні аспекти теми, спонукавши присутніх по-новому сприйняти уже відомі факти і реальні.

Успішність мітингової промови залежить від індивідуального стилю оратора, його вміння доречно використовуватись арсенал вербальних і невербальних засобів спілкування та майстерності імпровізувати залежно від реакції аудиторії. Палка, закликаюча, актуальна, майстерно виголошена мітингова промова, як свідчить історія- дієвий чинник впливу на свідомість слухачів.

Агітаційний промові притаманні практично всі складові промови мітингової. Торкаючись актуальних суспільно-політичних проблем, активно впливаючи на свідомість, промовець спонукає слухача до певної діяльності, до нагальної необхідності зайняти певну громадянську позицію, змінити погляди чи сформувати нові. В агітаційній промові, як правило, роз'яснюють чи з'ясовують певні питання, пропагують певні думки, переконання, ідеї, теорії тощо, активно агітуючи за їхню реалізацію чи втілення в життя.

Ділова промова характеризується лаконізмом, критичністю, спрямування, полемічністю та аргументованістю викладених в ній фактів. На відміну від мітингової та агітаційної ділова промова орієнтована на логічно виражене, а не емоційно схвильоване сприйняття слухача. Частіше цей виступ не має самостійного значення, він зрозумілий і сприймається лише в контексті проблеми, що обговорюється на конкретному зібранні.

Ювілейна промова присвячується певній даті, пов'язаній з ушануванням окремої людини, групи осіб, урочистостям на честь подій з життя та діяльності організації, установи, закладу тощо. Якщо це підсумок діяльності до ювілейної промови можна включати в хронологічному порядку найважливіші етапи діяльності та досягнення ювіляра, побажання подальшого плідного розвитку та всіляких гараздів.

Лекція є однією з форм пропаганди, передачі, роз'яснення суто наукових, науково-навчальних, науково-популярних та ін. знань шляхом усного викладу навчального матеріалу, наукової теми, що має систематичний характер.

Навчально - програмові лекції становлять систематичний виклад певної наукової дисципліни. Обов'язковою складовою частиною цих лекцій має бути

огляд і коментар наукової літератури, акцентування уваги на ще не розв'язаних питаннях і проблемах.

Настановча - вступна лекція має на меті ввести слухача в коло питань певної дисципліни, познакомити з її предметом, зацікавити слухачів подальшим вивченням запропонованого матеріалу.

Оглядові лекції, як правило, читають після вивчення всього курсу. Вони мають на меті систематизувати знання слухачів із певного предмета, наштовхнути на подальше самостійне опрацювання якоїсь проблеми, активізувати думку.

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).

Виступ, як правило, не готується завчасно, а є спонтанною реакцією на щойно почуте від промовця, доповідача. У лаконічному виступі промовець може порушити одне-два питання, чи дати на них конкретну відповідь, не відходячи від тематики порядку денного.

Виступ на зборах, нараді, семінарі передбачає:

- виклад суті певного питання;
- акцентування на основному;
- висловлення свого ставлення й оцінки;
- підкреслення значущості, важливості й актуальності (чи навпаки);
- підкріплення своїх доказів прикладами (посиланнями на джерела).

Адресувати своє звернення промовець повинен не лише доповідачеві чи президії, а й до всіх присутніх, побудувавши його таким чином, щоб одержана ними інформація була зрозумілою й лягла в основу їх власних роздумів і висновків.

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.

2. Підготовка до публічного виступу. Аргументування, мовні засоби переконання.

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 відбивати причину виступу. Першочергове завдання доповідача на цьому етапі -- повернути й утримати увагу аудиторії. Для того, аби не дозволити думкам слухачів розпорошитися, 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 однострумків, 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.

Основна частина. В основній частині викладається суть проблеми, наводяться докази, пояснення, міркування відповідно до попередньо визначеної структури виступу. Слід пояснювати кожен аспект проблеми, добираючи переконливі цифри, факти, цитати (проте кількість подібних прикладів не має бути надто великою — 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 найсильніші 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 зазвичай 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. При цьому не можна нехтувати дотриманням загальноприйнятих літературних норм у користуванні орфоепічними, морфологічними та стилістичними засобами мови, адже важливою умовою успіху є бездоганна грамотність. Мовлення має бути не тільки правильним, а й лексично багатим, синтаксично різноманітним.

Безперечно, успіхові будь-якого публічного виступу сприяє виразне мовлення. До технічних чинників 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.

Ораторіві-початківцю варто:

- Записати текст дослівно і вивчити його.

Вибрати приміщення, у якому ніхто не заважав би, і стоячи, неначе звертаючись до слухачів, спробувати виголосити виступ.

- Ще раз повторити його, керуючись лише ключовими словами і висловами, виокремлюючи головні тези.
- Коли виступ засвоєний у цілому, відпрацьовують частини, які найбільше викликають сумнів, проводячи репетиції цих частин перед дзеркалом. Варто звернути увагу: чи вільно передаєте думки? чи рівно тримаєтесь? чи вільні і легкі ваші рухи? Прислухайтеся до голосу (чи послуговуєтеся паузами, чи виділяєте посиленням голосу головні слова, чи вдається уникати одноманітності).

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

АРГУМЕНТУВАННЯ

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. Порухення 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 аргументувизначення, 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. Наприклад, *ми маємо твердження, що якщо дві прямі перпендикулярні до тієї ж самої площини, то вони паралельні. Припустимо протилежне: перпендикулярні прямі непаралельні. У такому разі вони перетинаються, тобто утворюють трикутник, у якому два кути біля основи*

складають 180° , а цього бути не може, бо тільки сума трьох кутів може становити 180° . Отже, перпендикулярні прямі є паралельними.

Спростування — це логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом встановлення хибності або необґрунтованості висунутої тези. Тезою спростування називають судження, за допомоги якого заперечується теза. Існують три засоби спростування: критика аргументів, спростування тези (пряме і непряме), виявлення неспроможності демонстрації.

Критика аргументів, які висунуті опонентом в обґрунтуванні його тези, зреалізовується доведенням їхньої хибності або неспроможності. Але хибність аргументів ще не означає хибності самої тези.

Спростування тези досягається відкиданням фактів, встановленням хибності (або суперечності) наслідків, що випливають з тези, спростуванням тези через доведення антитези.

Виявлення *неспроможності демонстрації* полягає в тому, що встановлюються помилки у формі самого доведення.

Правила доказового міркування, що стосуються тези: 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.

Порушення правил умовиводу: по-перше, це помилки в дедуктивних висновках (з припущення, що коли число закінчується на 0, то воно ділиться на 5, не впливає, що коли число ділиться на 5, то воно обов'язково закінчується цифрою «0»); по-друге, це помилки в індуктивних висновках через підміну реальних відношень (висловлювання «після того» не означає, що це здійснюється «з причини того»); по-третє, паралогізми, софізми і парадокси.

Паралогізм - це ненавмисна логічна помилка в міркуванні, яка виникає внаслідок порушення законів і правил логіки та зазвичай призводить до хибних висновків. *Софізм*-- навмисно хибно зроблений умовивід, який має видимість істинного. *Парадокс*-- це міркування, в якому доводиться як істинність, так і хибність певного судження.

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. *proponens* — той, хто щось стверджує, доводить) - учасник дискусії, доповідач, дисертант, дипломник, що висунув і відстоює певну тезу, ідею або концепцію.

Опонент (від лат. *opponens* - той, що протиставляє, заперечує) - особа (учасник дискусії, співдоповідач або рецензент), яка заперечує або спростовує думки пропонента, чи оцінює її.

Існують різні ступені незгоди опонента з пропонентом: незгода у формі сумніву (в пасивній формі висловлюється певний сумнів щодо тези пропонента); деструктивна незгода (руйнується теза пропонента); конструктивна незгода (не тільки руйнується теза пропонента, а й висувається 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 контрастивного 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 допомоги 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. Культура сприйняття публічного виступу (уміння слухати, ставити запитання).

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.

Алгоритм самоаналізу виступу

1. Як аудиторія зустріла мене? (Доброзичливо, байдуже, стримано, з недовірою, з неприязню).

2. Як розпочав (ла) виступ? Чи викликав виступ зацікавленість, похвалу, байдужість, несприйняття?

3. Як можна схарактеризувати настрій аудиторії упродовж виступу? Він змінювався на мою користь чи ні? У якій частині виступу це було помітно? Як це проявлялось? Можливі причини цих змін.

4. Якщо аудиторія реагувала негативно, то чим це було зумовлено?

5. Як я реагував (ла) на невдачу/успіх?

6. Як я сам (а) оцінюю:

- вибір теми, її розкриття, свою позицію;
- план і композицію виступу, логіку побудови, вступ, висновки;
- якщо тему, факти, логіку я оцінюю позитивно, то чим пояснити невдачі, незадоволення, послаблення контакту?

7. Як я сам (а) оцінюю своє усне мовлення; дихання (не вистачало глибини дихання, утруднення дихання через носову порожнину, чи були вимушені паузи для вдиху; що можна сказати про темп, плавність мовлення: чи вільним було мовлення? чи не було зайвого напруження?).

8. Як аудиторія реагувала на мої аргументи, приклади, жарти, запитання?

9. Як я тримався (лася): просто і вільно чи скуто?

- чи не зловживав (ла) жестами?

10. Що повчальне з цього виступу я врахую під час підготовки до наступного виступу?

Успіх виступу (оволодіння розумом, почуттями й емоціями слухачів) забезпечують його глибоке і всебічне продумування, добір необхідних слів, жестів, інтонацій, аргументів і наочних засобів. Така комплексна підготовка сприяє завоюванню уваги аудиторії, переконанню її у власній слушності, залученню слухачів до активної участі у спілкуванні.

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 словах партнера 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 ставиться проблема, викладається нова інформація.

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 ситуації⁴⁵.

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.

Можна це робити 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.

4. Презентація як різновид публічного мовлення.

Уміння представляти проекти (презентації), звітувати, переконувати, якісно інформувати аудиторію є досить важливою складовою професіограми майбутнього фахівця.

Презентація - спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого переконати або спонукати її до певних дій. **Презентацію здійснюють через три канали: вербальний** - те, що я говорю; **вокальний** - те, як я говорю; **невербальний** -- вираз очей, жести, рухи. Вплив на аудиторію суттєво посилюється завдяки володінню вокальним і невербальним засобами.

Презентація може бути успішною і неуспішною. *Успішна* - 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 із аудиторією;

- неуважність до деталей;
- відсутність відчуття часу;
- неефективне використання наочних засобів;
- перевантаження інформацією.

Важливим для успіху презентації є її планування.

План презентації

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

Сучасному фахівцеві 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-білій 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 анімаційного 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-семінари;
- презентації для самоосвіти;
- презентації-порадники.

У навчальних можуть використовуватися всі інші види презентацій.

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.

Для роботи на цій стадії доповідачеві необхідно уміти аналізувати ситуацію та поведінку аудиторії, пояснювати матеріал і аргументувати викладену думку.

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

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

Відомо, що промовця слухають більш уважно на початку й наприкінці презентації, це називають «законом краю». Продумуючи експозицію та висновок, важливо виявити почуття міри, бо занадто яскравий, образний початок зобов'язує витримати цю тональність під час усієї презентації.

Способи завершення презентації: неочікуване завершення, резюме, жарт, оптимістичний або спонукальний заклик, заклик до дії, комплімент на прощання, висловлення вдячності.

Презентація не закінчується тоді, коли все викладено, а коли сказали про її завершення.

Самостійна робота №4

Тема: «Культура усного фахового спілкування»

1. Особливості усного спілкування

Усне мовлення – це така форма реалізації мови, яка виражається за допомогою звуків, являє собою процес говоріння і є первинною формою існування мови. Воно є засобом широких ділових контактів – у трудовому колективі, на зборах, нарадах, конференціях, а також під час бесід, переговорів з діловими партнерами, телефонних розмов. Ця широта суспільних функцій стає основою для розвитку та вдосконалення усної літературної мови. Недостатній рівень культури усного ділового мовлення може стати причиною значних економічних втрат. Відомий економіст Г. Карпухін стверджує, що держава на міжнародних переговорах мала значні, мільйонні втрати через неточно або неправильно складені заявки, неточності, в патентній формулі, мовне безкультур'я ділових людей.

Сьогодні вносять пропозиції про те, щоб до характеристики ділових якостей людини додавати ще й мовну характеристику: вміє чи не вміє чітко та лаконічно висловлювати свої думки. Одного неточного, невдало сказаного слова або хоча б погано вимовленого слова іноді досить, щоб зіпсувати усе враження. Відомий вислів, який приписують Сократові: “Заговори, щоб я тебе побачив”, – свідчить про те, що високий рівень культури усного, зокрема професійного, мовлення є яскравим свідченням високої загальної культури людини. Боротьба за чистоту усного мовлення, вправність і культуру вислову, за збагачення усного мовлення, за вільне оперування різноманітними словесно-виражальними засобами, боротьба за чіткість, виразність та емоційність ділової мови – основне завдання, яке ставить сьогодні вища школа перед студентом – майбутнім фахівцем у галузі економіки, банківської справи чи будь-якого іншого фаху. Неодмінною умовою успіху є дотримання загальних вимог, які визначають рівень культури усного ділового мовлення:

- Ясність, недвозначність у формулюванні думки.
- Логічність, смислова точність, небагатослівність мовлення.
- Відповідність між мовними засобами та обставинами мовлення.

- Співмірність мовних засобів та стилю викладу.
- Різноманітність мовних засобів (багатство лексики в активному словниковому запасі мовця).
- Самобутність, нешаблонність в оцінках, порівняннях, зіставленнях, у побудові висловлювань.
- Виразність дикції, відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Цілком очевидно, що ці вимоги мають базуватися на:

- бездоганному знанні норм літературної мови, передусім тих, що реалізуються в усній формі;
- чутті мови як здатності людини відчувати належність слова до певного стилю,
- доречність чи недоречність його вживання у певній ситуації.

Вони пов'язані з: ерудицією і світоглядом людини; культурою мислення; ступенем оволодіння технікою мовлення; психологічною та комунікативною культурою мовця.

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 ситуативно 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 паравербальних засобів (жести, міміка, рухи тіла, погляд, відстань тощо), що реалізуються візуально;
- зорове й слухове сприйняття учасників діалогу;
- важливість інтонації, тембру, тональності. Інтонація сприяє формуванню діалогічного контексту.

Монолог - форма мовлення адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом. Отже, реакція слухача не матеріалізується в знаковій формі мови.

Усі форми усного монологічного мовлення можна 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:

- однобічний характер висловлювання, не розрахований на негайну реакцію слухача;
- підготовленість і плановість (лекція, доповідь тощо);
- певна тривалість у часі;
- індивідуальна композиційна побудова значних за розміром уривків;
- 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 непередбачуваності;
- 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 корегувати свої дії;
- висловлювати свої думки точно, логічно, переконливо;
- створювати атмосферу довіри, щоби привернути до себе співрозмовника.

Для того, щоб бесіда була ефективною, не можна:

- перебивати співрозмовника;
- різко прискорювати темп бесіди;
- негативно оцінювати особистість співрозмовника;
- підкреслювати відмінність між особою та співрозмовником;
- зменшувати дистанцію.

Залежно від змісту ділові бесіди 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.⁴⁷

Існують різні види бесід. Залежно від мети спілкування та змісту бесіди переділяються на:

- ритуальні;
- глибинно-особистісні;
- ділові.

Залежно від кількості учасників виокремлюють такі бесіди:

- індивідуальні;
- групові.

Індивідуальна бесіда - це розмова двох осіб, які прагнуть (обоє або один) до досягнення певної мети. Вона сприяє встановленню між співрозмовниками дружніх стосунків, взаєморозуміння, а також стимулює партнерів до взаємовигідної співпраці.

Ділова бесіда - це спілкування між особами з метою встановлення ділових стосунків, вирішення ділових проблем або вироблення правильного підходу до них. Зазвичай предметом обговорення під час ділових бесід є конкретна справа.

Ділова бесіда є цілеспрямованим спілкуванням з передбачуваним або попередньо запланованим результатом. Прикладами таких бесід є: обговорення нових проектів, бесіда з партнером по бізнесу, співбесіда з роботодавцем.

Фахівці з проблем ділового спілкування визначають ті чинники, що надають перевагу бесіді як формі взаємного спілкування:

- можливість диференційованого підходу до предмета обговорення з урахуванням поглядів, думок інших з метою прийняття оптимального рішення;
- швидкість реагування на висловлювання співбесідника з урахуванням його зауважень і пропозицій;
- підвищення компетентності співрозмовників за рахунок обміну думками;
- усвідомлення єдності позицій у вирішенні проблеми;
- відчуття власної значущості під час вирішення проблеми, отримання результату.

Зазвичай бесіда складається з таких етапів:

1. Визначення місця й часу зустрічі (на нейтральній, своїй, чужій території).
2. Початок бесіди. Він відіграє особливу роль у створенні сприятливої атмосфери спілкування. Отже, на початку бесіди передусім слід заручитися прихильністю 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, щоби створити психологічно сприятливу атмосферу довіри, доброзичливості.

Десять кроків, що дозволять провести бесіду успішно

1. Ретельна підготовка.

Перед початком бесіди складіть її план, проаналізуйте ситуацію.

2. Пам'ятайте, до чого Ви прагнете.

Чітко сформулюйте мету бесіди, 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. Зосереджуйтесь на реальних потребах, а не на амбіціях. Поважайте думки співрозмовника, як свої власні. Дотримуючись цього правила, Ви матимете більше шансів обминати 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 щирості, істинності, взаєморозуміння, поваги.

9. Працуйте 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.

9 найбільш підступних запитань:

1. Розкажіть про себе.

За допомоги 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 воно жодним побитом не впливають на роботу".

3. Чому ви звільнилися з попереднього місця роботи? Чачу 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 су пердосягненнями, 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 установка стабільна, влаштовує посада, 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. Наприклад:

- ви плануєте на ринку реалізувати українські книги. Щоб досягти успіху, як ви будете це робити?
- вам треба умовити інвестора вкласти гроші у запропонований проект. Як ви це будете робити?

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;
- не сідайте, поки вам не запропонують це зробити;
- якщо вас кому-небудь відрекомендують, обов'язково 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 дізнаєтеся 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 екстремовними 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 важливій 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 підсумовуйте бесіду, перелічіть іще раз домовленості, що їх ви досягай.

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 зросте, 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, підхід до питання, обговорення повідомленої інформації);
- 3) закінчення розмови.

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 її 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); Будь ласка, поличте до телефону... Зазвичай відповідають так: Добрий день. Зачекайте, будь ласка, хвилиночку, я зараз передам їй слухавку; ...Прошу зачекати; ...Будь ласка, зачекайте. ...На жаль (шкода, вибачте), Іван Петрович вийшов, повернеться о 14 годині. Можливо, ви хотіли б йому щось передати. Є його заступник, можливо, він зміг би допомогти вам. Коли до телефону підійде потрібна вам людина, неодмінно слід знову привітатись і назвати себе.

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 попроситися.

Не варто телефонувати в особистих справах зі службового телефону, а в службових справах недоречно телефонувати додому тій особі, котра має їх виконати (розв'язати). 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.

6.Етичні питання використання мобільних телефонів

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.

Самостійна робота №5

Тема: «Форми колективного обговорення професійних проблем»

1. Мистецтво перемовин

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, псуються 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 розв'язання 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 переділити 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.

Грунтуючись 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 єднає якийсь інтерес (збори акціонерів, партійні збори, збори громадян для висунення кандидата в депутати та ін.).

За складом учасників збори поділяються 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 вміє 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 вагомі 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. Нарада 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. Нараду проводить голова, який повинен мати не тільки організаторський хист, а й уміти стежити за перебігом дискусії, обмірковувати й добирати слушні запитання, систематизовувати різні погляди, вчасно робити висновки.

Класифікація ділових нарад

1. За метою й завданням:

- Навчальна (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;
- Дискусійні нарада - демократичний спосіб розв'язання проблем, що виносять на нараду. Такі наради організовують у разі потреби координації дій співробітників або підрозділів, їх може проводити як керівник, так і обраний учасниками голова. Кількість учасників обмежена, але не більше 15 осіб. 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 :
 - 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 вказаної проблеми, основою кожного виступу є конструктивна пропозиція. 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 на основі думки більшості, коли потрібні компроміс і погодження 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.

- «нарада без наради» проводиться у три етапи:

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

2. Добираються необхідна інформація і вихідні матеріали для розв'язання проблеми, а також складається 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 письмово викласти її на тому ж бланку. Один з учасників обговорення, призначений керівником, збирає заповнені бланки, знайомиться з їх змістом, спілкується з кожним учасником, уточнюючи пропозиції та приймає остаточне рішення щодо вирішення проблеми. У розв'язанні складних питань бере участь керівник.

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

Організація ділової наради

1. Підготовка наради:

1.1. Планування.

1.2. Підготовка доповіді і проекту рішення.

1.3. Підготовка документів і приміщення.

1.4. Підготовка учасників

2. Проведення наради:

2.1. Відкриття наради

2.2. Виголошення доповіді

2.3. Відповіді на запитання

2.4. Обговорення доповіді

3. Підбиття підсумків наради:

3.1. Прийняття рішення

3.2. Підписання протоколу

3.3. Контроль виконання прийнятих рішень.

До наради

|

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.

Нараду 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

вужькопрофесійних 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 ознайомите 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 та ін.).

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 схарактеризувати проблеми, поставлені перед її учасниками (актуальність, важливість, труднощі, що виникають при їх вирішенні), підкреслити їх практичне значення.

До того ж слід враховувати такі рекомендації голові 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.

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.

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 принципові положення, які входять до нього, чітко зазначити, хто, коли і що робитиме, за якими критеріями оцінюватиметься результат, хто і як буде контролювати виконання рішення. До складання проекту рішення варто залучати найактивніших учасників наради, зокрема тих, чий 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 формують 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 дискусію з приводу «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 сформулювали 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, думки 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 сформулювати її 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 (10-15 хв.).
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 заданої 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 **Мозковий штурм** – це метод колективного розв’язання проблеми, який забезпечується особливими прийомами. Мозковий штурм покликаний знайти якомога більше ідей, за допомогою яких можна вирішити певну проблему.

Правилом мозкового штурму є відмова від будь-якої критики і оцінки ідей.

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.

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 каргону (розмір 5 x9 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 таким, щоб добре читався, інформація подається стисло, але зрозуміло; картка повинна мати стандартний розмір.

Візитні картки мають давнє походження: документальне підтвердження їх появи виявлено в Німеччині під 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), використовується 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.

4. Сімейна візитна картка - прізвище, ім'я, по батькові кожного з членів подружжя, номер телефону.

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.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2

Наукова комунікація як складові фахової діяльності

Самостійна робота №6

«Довідково-інформаційні, обліково-фінансові та розпорядчі документи»

1. Укладання довідково-інформаційних документів

Протокол — це один з найпоширеніших документів колегіальних органів. У ньому фіксують хід і результати проведення зборів, конференцій, засідань, нарад. У протоколах відбиваються всі виступи з питань, що розглядаються, і рішення, ухвалені в результаті обговорення.

Протокол веде секретар або інша спеціально призначена особа. Протоколи загальних зборів (нарад) підписують голова й секретар, а протоколи засідань комісій — усі члени президії.

За обсягом фіксованих даних протоколи поділяють на:

стислі, в яких записано лише ухвалу або поширену резолюцію, а також зазначено номер, дату, назву організації, кількість присутніх, порядок денний. Під рубрикою «Слухали» — назва питання, хто висловився;

повні, в яких записуються виступи доповідачів та інших учасників зборів, нарад, засідань. У докладний протокол заносять також запитання доповідачеві та конспективний запис виступів під час обговорення;

стенографічні, де всі виступи, репліки, запитання й відповіді записуються дослівно.

Протокол має такі реквізити:

1. Назва виду документа, яку пишуть посередині рядка.
2. Порядковий номер протоколу.
3. Назва зборів, конференції, засідання, наради із зазначенням їх характеру (загальні збори, виробнича нарада, розширена нарада).
4. Назва установи, підприємства чи організації, де відбулися збори, конференція.
5. Дату проведення зборів, засідання, наради, яку пишуть нижче від назви організації з лівого боку. У цьому ж рядку з правого боку пишуть місце проведення (назву міста).
6. Кількісний склад учасників, який пишуть з нового рядка. При великій кількості присутніх на засіданні їх список складають окремо й додають, а в протоколі зазначають лише загальну кількість. Якщо кількість учасників сягає

10-12 осіб, то вказують усіх присутніх.

7. Посади, прізвища, ініціали керівників зборів, конференції, наради (голови, секретаря, членів президії).

8. Порядок денний, тобто питання, що їх розглядають на зборах, нараді або конференції. Питання у порядку денному формулюють у називному відмінку.

9. Текст.

10. Перелік додатків до протоколу із зазначенням кількості сторінок.

11. Підписи керівників зборів, засідання, конференції (голови й секретаря).

Основний текст протоколу поділяється на розділи, які відповідають пунктам порядку денного. Кожний розділ містить: «СЛУХАЛИ», «ВИСТУПИЛИ», «УХВАЛИЛИ».

Слово «СЛУХАЛИ» друкується великими літерами, після нього ставиться двокрапка. У наступному рядку з абзацу вказують ініціали та прізвище доповідача (у називному відмінку), тему доповіді. Далі викладається основний зміст доповіді або вказується, що текст додається.

Так само оформляється розділ «ВИСТУПИЛИ».

У розділі «УХВАЛИЛИ» повністю записується прийняте рішення, яке може складатися з одного чи кількох пунктів або з констатуючої частини й резолюції.

Якщо на зборах проводяться вибори таємним голосуванням, результати оформляються окремими протоколами лічильної комісії: в одному зазначається склад комісії, а в другому — результати голосування.

Результати голосування з кожної кандидатури записуються так:

1. За Васишина І. Г. — 50 голосів, проти — 0, утримався — 1.

Протоколи групуються у хронологічному порядку і за номерами, документи, що стосуються одного протоколу, — за порядком денним.

Текст протоколу має бути точним, лаконічним, складеним на основі виступів, повинен усебічно характеризувати обговорюване питання з додержанням змісту й форми викладу, позиції учасників сторін.

Крім повного протоколу, є ще коротка форма — **витяг з протоколу**. У витягу вказують прізвища та ініціали тих, хто виступив (без викладу виступів), а також зміст прийнятих рішень. Витяг із протоколу підписують голова й секретар засідання. У протоколі роблять помітку про зроблений витяг, а також зазначають, кому його вручено чи надіслано.

Рішення колегіальних органів доводяться до виконавців і організацій, що належать до сфери управління установи, через надсилання їм рішень.

Рішення колегій установ впроваджуються в життя наказами керівника установи.

Зразок протоколу:

ПРОТОКОЛ № 3

загальних зборів учнів профтехучилища № 17

12.11.2003

Голова зборів: Совенко В. А.

Секретар: Каніщенко Т. Б.

Присутні: директор училища Кучер Л. Д., викладачі:

Куценко А. А., Грицюта Ф. С., Севастюк Б. М., Кличко Л. С., учні.

Порядок денний:

1. Підготовка учнів до виробничої практики.

2. Робота з озеленення й опорядження навколишньої території.

1. СЛУХАЛИ:

Куценко А. А. Інформація керівника виробничої практики.

ВИСТУПИЛИ:

Севастюк Б. М. вніс пропозицію поділити студентів на підгрупи, чітко визначити кожному завдання й години роботи на ділянці.

Грицюта Ф. С. відзначив, що до початку практики треба підготувати комп'ютерні програми.

УХВАЛИЛИ:

1. Усім учням взяти участь у виробничій практиці.

2. Доручити керівникові практики скласти графік робіт.

3. Поділити учнів на групи й визначити час роботи на ділянці.

2. СЛУХАЛИ...

Голова зборів (підпис)

В. А. Сovenко

Секретар (підпис)

Т.Б. Каніщенко

Зразок витягу з протоколу:

ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 5
засідання кафедри української мови

18.01.2002

Присутні: завкафедри проф. Луценко А. А., доц. Коломієць Ф. С., доц. Марченко Ю. Ю., доц. Токарева А. М., ст. викл. Ткаченко Л. В., асист. Шумейко Л. Б., асист. Лепеха І. І., аспірант Крикун С. В.

СЛУХАЛИ:

Крикун С. В. — затвердження теми кандидатської дисертації.

УХВАЛИЛИ:

1. Затвердити тему кандидатської дисертації аспірантки Крикун Світлани Василівни у такому формулюванні «Темпоративна синтаксема у структурі простого речення».

2. Призначити науковим керівником проф. Луценка Анатолія Антоновича.

А. А. Луценко І. І. Лепеха

Оригінал підписали:

Завідувач кафедри ПІБ

Секретар ПІБ

Витяг уклав

Посада

підпис

розшифрування

Довідка — це документ, який містить опис та підтвердження юридичних та біографічних фактів і подій, пов'язаних з діяльністю окремих осіб, обставинами діяльності установ, організацій.

Довідки діляться на дві групи:

- **особисті** - підтверджують біографічні чи юридичні факти конкретної особи;

- **службові** - містять інформацію про факти й події службового характеру.

Довідки також можуть бути:

- **зовнішніми** — укладаються для подання в інші установи; підписуються, крім укладача, також керівником установи, засвідчуються печаткою;

- **внутрішніми** – укладаються для подання керівництву установи або на розгляд колегіальних органів; підписуються лише виконавцем і не засвідчуються печаткою.

Найчисленнішими (особливо серед особистих) є довідки, що засвідчують якийсь юридичний факт (підтвердження факту роботи чи навчання, дані про займану посаду, розмір заробітної плати, місце проживання, тощо). Однотипні довідки часто виготовляються на трафаретних бланках.

Реквізити довідки:

1. Адресат (назва міністерства, відомства, установи).
2. Назва документа.
3. Дата.
4. Місце укладання документа.
5. Заголовок до тексту.
6. Текст.
7. Посада, підпис, ініціали й прізвище особи, яка підписала довідку.
8. Печатка.

Приклад

Міністерство освіти і науки України
Донецький державний університет
ДОВІДКА № 67

28.12.2002 р.

м. Донецьк

Семенов Сергій Ігорович є студентом III курсу філологічного факультету відділення «Українська мова та література».

Довідка видана для подання в Київський РВК м. Донецька.

Декан філологічного

факультету

(підпис)

О.Л.Григор'єв

(печатка)

Секретар

(підпис)

К.В.Онопрієнко

2. Обліково-фінансова документація

Акт — це офіційний документ, який підтверджує факти, події, вчинки, пов'язані з діяльністю установ, підприємств, організацій та окремих осіб. Його складають у разі приймання-здавання справ, після переобліку, під час проведення випробувань нової техніки, при нещасних випадках, коли здають об'єкти.

Акти — це документація постійних експертних комісій, спеціально уповноважених осіб або представників організацій. Вони оформляються комісією, що її створює керівник установи, організації чи підприємства.

Текст акта мусить мати дві частини: вступну і констатуючу.

У **вступній частині** вказують підстави для складання акта, перелічують осіб, що склали акт, а також тих, хто був присутній під час його складання.

Після слова «Підстава» вказується документ чи усне розпорядження службової особи.

Після слова «Складений» перелічують осіб, які складали акт або були присутні при його складанні, з обов'язковим зазначенням їхніх посад, прізвищ та

ініціалів. Якщо акт готувався комісією, то першим друкується прізвище голови, прізвища інших членів комісії розташовуються в алфавітному порядку. Якщо були присутні, то перелічуються їхні прізвища, ініціали та посади.

У констатуючій частині викладають мету й завдання акта, характер проведеної роботи, перелічують встановлені факти, а також висновки.

У кінці акта (перед підписами) повідомляється кількість примірників акта й вказується місце їх зберігання.

Акт підписують усі особи, які брали участь у його складанні.

Отже, до формуляра акта входять такі реквізити:

1. Автор документа (назва відомства і організації).
2. Дата, номер і місце складання.
3. Гриф затвердження.
4. Заголовок.
5. Підстава (наказ керівника організації).
6. Склад комісії, присутні.
7. Текст.
8. Відомості про кількість примірників акта, їх місце знаходження.
9. Перелік додатків до акта.
10. Підписи членів комісії і присутніх.

Акти прийому-передання, обстеження чи ревізії набувають юридичної сили лише після затвердження вищою інстанцією або відповідальним керівником установи чи організації.

Зразок акта:

Професійно-технічне
училище № 38
АКТ
03.09.2002 №12
м. Київ

Передача матеріальних цінностей однією матеріально відповідальною особою іншій.

Підстава: наказ по училищу № 10 від 30 серпня 2003 р.

Складений комісією:

Голова комісії учитель-методист Матвійчук К. Л.

Члени комісії: викладачі Михно Т. М., Ненько С. Л., Сорока М. П.

Комісія 3 вересня 2003 року перевірила наявність матеріальних цінностей у майстерні й вирішила передати Михно Т. М. такі матеріальні цінності:

1. Деревообробний верстат — 1 шт.
2. Електродріль — 4 шт.
3. Комп'ютерний монітор «Самсунг» — 1 шт.

Складений у трьох примірниках:

1-й примірник — бухгалтерії;

2-й примірник — майстерні;

3-й примірник — Михно Т. М.

Голова комісії

К. Л. Матвійчук

Члени комісії (підписи)

Т. М. Михно

С. Л. Ненько

М. П. Сорока

Розписка — це документ, який підтверджує передачу й одержання грошей, матеріальних цінностей, документів тощо від установи чи приватної особи.

Розписки можуть бути приватними й службовими та повинні містити такі реквізити:

1. Назва документа.
2. Текст.
3. Дата.
4. Підпис.
5. Засвідчення (за необхідності).

Текст **приватної розписки** має містити такі відомості:

Прізвище, ім'я, по батькові (повністю) того, хто дає розписку й підтверджує отримання (за необхідності вказується назва документа, що підтверджує особу отримувача, та його вихідні дані).

Прізвище, ім'я, по батькові (повністю) того, кому дається розписка (за необхідності вказується назва документа, що підтверджує його особу, та його вихідні дані).

Конкретні дані (найменування, кількість, стан, термін тощо) матеріальних цінностей, що передаються. Кількість, вартість вказуються цифрами й словами. Засвідчення підпису особи, яка дає розписку, за необхідності засвідчується посадовою особою установи, де вона працює, за місцем проживання чи нотаріальною конторою.

У тексті **службової розписки** вказуються посади осіб, повні назви установ, які вони представляють, на підставі якого розпорядчого документа передано й отримано матеріальні чи грошові цінності.

При необхідності в розписці вказуються прізвища свідків передачі цінностей з їх підписами.

Розписка

Я, Медведєва Тамара Олексіївна, отримала від Юзв'яка Івана Зиновійовича гроші в сумі 250 (двісті п'ятдесят) гривень. Зобов'язуюсь повернути всю суму одноразово до 1 грудня 2009 р.

Домашня адреса: м.Полтава, вул. Лісна, 31, кв. 8.

Паспорт серія МА № 630085, виданий Карлівським РУ МУ МВД України в Полтавській області 24 листопада 1998 р.

23 квітня 2009 р.

(підпис)

Т.О.Медведєва

Популярність: 37%

Доручення — це документ, за яким приватна чи посадова особа, організація передає права (повноваження) іншій особі чи організації здійснювати від її імені зафіксовані в дорученні дії.

Доручення можуть бути **особистими** (приватними) і офіційними (службовими). Приватні доручення можуть бути написаними від руки. Для офіційних доручень виготовляються, як правило, відповідні бланки. Бланки доручень можуть мати захист від фальсифікації (водяні знаки тощо), такі бланки підлягають суворій звітності.

Доручення обов'язково мають бути засвідченими нотаріально або ж підписом посадової особи та печаткою установи. Доручення, що не виходять за межі установи (найчастіше це особисті доручення, пов'язані з одержанням

заробітної плати, стипендії тощо), можуть засвідчуватися підписом керівника структурного підрозділу та печаткою цього підрозділу.

Залежно від обсягу та змісту повноважень доручення можуть бути:

- **разові** — це, як правило, одноразове отримання грошових чи матеріальних цінностей;
- **спеціальні** — передається право здійснювати в межах певного часу однотипні дії (певні господарські чи банківські операції, представництво в судових органах тощо);
- **генеральні** — на виконання розширених повноважень (управління й володіння рухомим і нерухомим майном, банківські операції, представницькі функції в судових органах тощо).

Доручення складається з таких реквізитів:

1. Назва документа.
2. Текст.
3. Дата.
4. Підпис довірителя.
5. Засвідчення підпису довірителя (дата засвідчення, посада, підпис, ініціали й прізвище особи, яка засвідчила доручення, печатка). Засвідчення здійснюється за місцем роботи чи проживання довірителя або в нотаріальній конторі.

Текст особистого доручення містить, як правило, такі дані:

1. Прізвище, ім'я, по батькові довірителя (повністю).
2. Прізвище, ім'я, по батькові особи, якій видається доручення, дані документа, що посвідчує особу.
3. Дії, обов'язки, права довіреної особи, її повноваження.
4. Термін дії доручення.

Текст генерального (спеціального) доручення складається з таких частин:

1. Місце, число, місяць, рік укладання документа (літерами й без скорочень).
2. Прізвище, ім'я, по батькові довірителя (повністю). Якщо довірителем виступає установа, то вказується посада, прізвище, ім'я, по батькові, назва установи, закладу довірителя або назва установи-довірителя.
3. Домашня адреса довірителя (адреса установи).
4. Прізвище, ім'я, по батькові (повністю), дані документа, що посвідчує особу, якій видається доручення.
5. Дії, обов'язки, права довіреної особи, її повноваження.
6. Термін дії доручення (словами).

Крім засвідчення (дата засвідчення вказується ліворуч літерами) за необхідності вказується:

1. Запис про стягнення державного мита чи гербового збору.
2. Номер, під яким зареєстровано генеральне доручення.

ДОРУЧЕННЯ

Я, Гостищев Віктор Феліксович, слюсар-інструментальник цеху № 6, дійсно доручаю Шевчукові Юрію Дмитровичу отримати в касі Харківського заводу транспортного обладнання належну мені заробітну плату за березень 2009 р. за його паспортом, серії МК № 634535, виданим Червонозаводським РУ МУ МВС України в м.Харкові 23 червня 1998 р.

04.03.2009

(підпис)

В.Ф.Гостищев

Підпис Гостищева В.Ф. засвідчую.

Начальник відділу кадрів (підпис)

Л.Д.Панова

(печатка)

06.03.2009 р.

3. Розпорядчі документи

Наказ — це розпорядчий документ, що видається керівником установи. Накази з особового складу регламентують прийняття на роботу, звільнення, переміщення працівників, відрядження, відпустки, різні заохочення. У заголовку такого наказу зазначають: **«Щодо особового складу»**.

Реквізити наказу такі:

1. Назва підприємства або установи, що видає наказ, або назва посади керівника.

2. Назва виду документа.

3. Назва місця видання наказу.

4. Номер.

5. Дата підписання.

6. Короткий зміст наказу (заголовок).

7. Текст наказу.

8. Підстава для складання.

9. Підпис керівника підприємства (установи).

Наказ повинен також мати позначення про безпосереднього виконавця (прізвище та ініціали, посада, номер телефону), а також візи посадових осіб, з якими погоджено проект наказу.

Кожний пункт наказу починається з дієслова в наказовій формі (ПРИЗНАЧИТИ, ПЕРЕВЕСТИ, ЗВІЛЬНИТИ, ОГОЛОСИТИ), яке пишеться великими літерами. Наприкінці кожного пункту зазначається підстава для його складання.

Накази щодо особового складу, за винятком окремих випадків, мають лише розпорядчу частину, починати яку рекомендують з прізвища, імені та по батькові працівника. Потім зазначається посада (вчений ступінь, звання, спеціальність, розряд), найменування структурного підрозділу, дія, що оголошується наказом.

Після тексту розпорядчої частини зазначається підстава підготовки наказу (розпорядження).

Проект наказу (розпорядження), у разі потреби, погоджується з відповідними посадовими особами, коло яких встановлює керівник підприємства, установи, організації.

Завізований проект наказу (розпорядження) подається на підпис керівникові. Після підписання наказ (розпорядження) реєструється у книзі реєстрації наказів, що має таку форму:

1. номер наказу;
2. дата реєстрації;
3. короткий зміст;
4. ким підписано (прізвище, ініціали);

5. кому направлено (оголошено під розписку).

У груповому наказі (розпорядженні), який передбачає декілька питань, рекомендується розміщувати їх у такій послідовності:

1. прийняття на роботу (призначення на посаду);
2. переведення на іншу постійну роботу (на даному підприємстві, в установі, організації);
3. звільнення з роботи;
4. надання відпусток;
5. заохочення;
6. стягнення.

У кожній групі питань прізвища працівників розміщують в алфавітному порядку.

Зразок наказу:

_____ (найменування підприємства, установи, організації)

НАКАЗ

22.11.2003р.

м. Козятин

№ 46-к

1. ПРИЗНАЧИТИ:

1.1. ЗАЙЦЕВУ Ірину Борисівну на посаду провідного економіста відділу економічного аналізу з 25 листопада 2003 р. з посадовим окладом _____ грн на місяць.

Підстава: заява Зайцевої І. Б.

1.2. КОВАЛЕНКА Михайла Петровича на посаду заступника головного бухгалтера за переведенням з Козятинського відділку Південно-Західної залізниці з посадовим окладом _____ грн на місяць.

Підстава: заява Коваленка М. П., лист підприємства від 10.11.2003р. №02/44.

2. ПЕРЕВЕСТИ:

2.1. ГРИГОРЕНКО Ганну Михайлівну, бухгалтера II категорії відділу економічного аналізу, на посаду економіста I категорії цього самого відділу, за її згодою, з посадовим окладом _____

грн на місяць.

Підстава: заява Григоренко Г. М., згода керівників структурних підрозділів.

3. ЗВІЛЬНИТИ:

3.1. ГОРДІЄНКА Микиту Антоновича, провідного спеціаліста фінансового відділу, за переведенням до тресту «Чернігівпромбуд», п. 5 ст. 36 КЗпП України.

Підстава: заява Гордієнка М. А., лист тресту «Чернігів-промбуд» від 15.11.2003 р. № 02/261.

3.2. МОРЗЕ Катерину Василівну, бухгалтера II категорії, завласним бажанням, ст. 38 КЗпП України.

Підстава: заява Морзе К. В.

4. НАДАТИ:

4.1. МОВЧАНУ Олексію Федоровичу, заступнику начальника механічного цеху, щорічну відпустку на 24 робочі дні з 28 листопада по 24 грудня 2003 р. за період роботи з 5 березня 2001 р. по 4 березня 2002 р. Підстава: графік відпусток.

Керівник: _____ (ініціал(и), прізвище)

Підпис

Візи:

РОЗПОРЯДЖЕННЯ — правовий акт управління державного органу. Видається одноособово керівником, головним чином колегіального державного

органу, для вирішення оперативних питань і є обов'язковим для громадян та організацій, котрим він адресований.

Розпорядження видають Кабінет Міністрів України, місцеві ради, представники Президента України на місцях, а також керівники колегіальних органів державного управління, адміністрація підприємства та закладу в межах наданих законом прав для вирішення оперативних питань.

Як правило, цей документ має обмежений термін дії і стосується вузького кола організацій, посадових осіб і громадян.

Реквізити розпоряджень в основному повторюють реквізити ухвал:

- 1) Герб України;
- 2) назва органу управління, що видає розпорядження;
- 3) назва виду документа (розпорядження);
- 4) заголовок;
- 5) дата або дата й номер;
- 6) місце видання;
- 7) текст;
- 8) підпис відповідальної особи.

Розпорядження і наказ мають багато спільного. У правовому розумінні ці розпорядчі документи рівнозначні. Тому іноді розпорядження видають нарівні з наказом. У цьому разі в тексті слово "НАКАЗУЮ" замінюють словами: "ЗОБОВ'ЯЗУЮ, ПРОПОНУЮ, ДОРУЧАЮ, ВИМАГАЮ". Ці два правових акти відрізняються ще й тим, що накази пишуть із загальних, всеохоплюючих питань, а розпорядження — з конкретних.

ЗРАЗОК

Україна
Державний комітет з медичної
та мікробіологічної промисловості
"ДЕРЖКОММЕДБІОПРОМ"

м. Київ

РОЗПОРЯДЖЕННЯ

12.07.96

Про роботу з проектами
документів для законодавчої
та виконавчої влади

При підготовці проектів **документів**, якими вносяться зміни до діючих законодавчих або нормативних актів (проекти постанов Кабінету Міністрів України, положень, наказів і т. п.), встановити такий порядок роботи:

1. Управління справами готує наказ (розпорядження) по Комітету, в якому визначаються персональний склад групи спеціалістів, голова групи і його заступник у роботі над проектом **документа**.

2. Голова робочої групи та його заступник несуть персональну відповідальність за вчасну підготовку і узгодження проекту **документа** з органами законодавчої та виконавчої влади.

3. Управління справами спільно з управліннями Комітету, які готують **документ**, здійснює контроль за вчасною підготовкою проекту **документа**, його представленням адресату і рішенням щодо нього.

4. Працівники Комітету, причетні до підготовки необхідного **документа**, постійно стежать за вчасним представленням проекту **документа** владним структурам, сприяють прискореному його розгляду і, за необхідності, удосконалюють.

5. Контроль за виконанням розпорядження лишаю за собою.

Перший заступник

(підпис)

Голови Комітету

В.Т. Чумак

Самостійна робота 7

Тема «Службові листи як головний засіб встановлення офіційних та службових контактів

між підприємствами, організаціями, фірмами та закладами»

1. КЛАСИФІКАЦІЯ ЛИСТІВ

Лист - це поширений вид документації, один із способів обміну інформацією.

Службові листи належать до головних засобів встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами та закладами. Мета їх - пояснити, переконати, поінформувати і спонукати адресата до певної дії.

За функціональними ознаками службові листи переділяють на такі, що потребують відповіді, й такі, що її не потребують.

До листів, що *потребують відповіді*, належать:

- листи-прохання;
- листи-звернення;
- листи-пропозиції;
- листи-запити;
- листи-вимоги.

До листів, що *не потребують відповіді*, належать:

- листи-попередження;
- листи-нагадування;
- листи-підтвердження;
- листи-відмови;
- супровідні листи;
- гарантійні листи;
- листи-повідомлення;
- рекомендаційний лист.

За кількістю адресатів розрізняють звичайні, циркулярні й колективні листи. *Звичайний лист* надсилають на адресу однієї інстанції, *циркулярний лист* - низці установ, *колективний лист* - на одну адресу, але пишуть його від імені керівників кількох установ.

2. РЕКВІЗИТИ ЛИСТА ТА ЇХ ОФОРМЛЮВАННЯ

Службові листи пишуть чи друкують на бланку або чистому аркуші паперу. Основні реквізити листа за державним стандартом такі:

1. Державний Герб. Має бути розташований у центрі верхнього берега або над серединою рядка з назвою організації.

2. Емблема організації, установи чи підприємства (не відтворюють, якщо на бланку розміщено зображення Державного Герба України).
3. Зображення державних нагород. Розташовуються у верхньому лівому кутку на рівні реквізитів 07, 08.
4. Код організації установи чи підприємства. Зазначається за ЄД-РПОУ після реквізиту «Довідкові відомості про організацію» (09).
5. Повна назва установи, організації чи підприємства - автора листа. Відтворюється угорі ліворуч за допомоги штампа або друкарським способом.
6. Назва структурного підрозділу. Дозволяється друкувати машинописним способом у верхньому лівому кутку.
7. Індекс підприємства зв'язку, поштова й телеграфна адреси, номер телетайпа, номери телефону, факсу. Розташовують у верхньому лівому кутку, оформляють відповідно до поштових правил. Для здійснення розрахунково-грошових операцій на бланках листів указують номер розрахункового рахунка у відділенні банку.

Наприклад:

Розрахунковий рахунок № 3467059

у Шевченківському УСБм. Києва, МФО 845678

8. Дату (день, місяць, рік) записують здебільшого словесноцифровим способом (24 серпня 2009 р.). На бланках дату листа ставлять ліворуч угорі на спеціально відведеному для цього місці. Якщо лист написаний не на бланку, то дату вказують під текстом зліва.
9. Адресат. Листи адресують організації, установі чи підприємству, службовій або приватній особі. Назву установи і структурного підрозділу подають у називному відмінку, а найменування посади й прізвище - у давальному.

Наприклад:

Видавництво «Освіта»

Коваленкові С. М

Якщо листа адресовано керівникові установи, назва якої входить у найменування посади, то прізвище й посаду подають у давальному відмінку, а назву установи — у родовому.

Наприклад:

Директорові ТОВ «Медіа Про»

Токарчуку К. П.

В адресі можна вказувати лише назву посади, без прізвища та ініціалів особи, яка цю посаду обіймає. Це припустимо тільки за умови, якщо ця посада - єдина в установі, організації чи на підприємстві.

Наприклад:

Генеральному директорові Спільного

українсько-російського підприємства «Каскад»

*Директорові Науково-методичного центру
професійно-технічної освіти*

Якщо особа, якій надсилають листа, має вчене звання або науковий ступінь, то ці відомості подають перед прізвищем. Ступені й звання можна записувати у скороченій формі. Наприклад:

*Начальникові Департаменту розвитку дошкільної
загальної середньої та позашкільної освіти
проф. Романенку В. П.*

До реквізиту «адресат» може входити поштова адреса. Слідпам'ятати: якщо лист адресовано установі, поштову адресу вказують після назви установи, структурного підрозділу й прізвища службової особи. Наприклад:

*Київський міжрегіональний інститут
удосконалення вчителів імені Б. Грінченка
Відділ кадрів
Васильченкові Ф.К
вул.П. Тичини, 17, м. Київ, 04132*

Реквізити адресата друкують праворуч у верхній частині сторінки.

Кожний елемент - назву установи, підрозділу, посаду, прізвище та ініціали особи, поштову адресу - подають з нового рядка і з великої літери. На конверті повторюють адресу отримувача листа, починаючи з «Кому», а потім вказують «Куди».10. Будь-який службовий лист повинен мати заголовок до тексту, що містить стислий виклад його основного змісту. Він має точно передавати зміст листа і відповідати на питання «про що?», наприклад:

Про постачання автомобілів.

Якщо в листі порушено кілька взаємопов'язаних питань, то заголовок може бути узагальненим, наприклад: *Про взаємодопомогу і співпрацю.*

Наявність заголовка значно полегшує роботу з листом на всіх етапах його проходження - від реєстрації в установі-адресанті до направлення його до справи після виконання в установі-адресаті.

Запам'ятайте!

Заголовок до тексту службового листа оформлюють від межі лівого берега без відступу; максимальна довжина рядка - 28 друкованих знаків. Крапка в кінці заголовка не ставиться.

11. Текст листа складається з двох частин: опису фактів або подій, що послужили підставою для написання листа; висновків і пропозицій.

12. Позначення про наявність додатка роблять ліворуч під текстом із нового рядка. Є два способи оформлення цього реквізиту:

1) якщо лист містить додатки, про які згадувалося в тексті, або ті, що пояснюють його зміст, то відмітку оформляють так:

Додаток: на 2 арк. у 1 прим.

2) якщо лист містить додатки, не зазначені в тексті, то їх слід перелічити із вказівкою на кількість сторінок у кожному з них і кількість примірників:

Додатки:

1. Проект реконструкції школи: на 2 арк. в 1 прим.

2. Акт прийняття нових будівельних матеріалів: на 3 арк. у 1 прим.

Якщо ж лист містить велику кількість додатків, то окремо складають їх список, а в листі після тексту зазначають:

Додаток: відповідно до списку на 7 арк.

13. Підписує службовий лист переважно керівник установи (організації, підприємства), його заступник чи керівник структурного підрозділу. Якщо лист написано на бланку установи, то зазначають лише посаду, ініціал(и) та прізвище особи, яка підписує лист (назву установи не повторюють).

Наприклад:

Директор школи (підпис) П. Г. Остапенко

Голова оргкомітету (підпис) Г. Р. Рижук

Якщо лист написано не на бланку, то вказують повну назву установи, посаду, ініціал(и) та прізвище особи, котра підписує лист.

Наприклад:

Голова акціонерного

банку «Мрія» (підпис) С. В. Фесвіко

3. ЕТИКЕТ ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ

Фахівці з проблем культури ділового мовлення пропонують під час написання листа дотримуватися таких правил:

I. Починати листа необхідно із звертання, яке є загальноприйнятою формою ввічливості. Проблема вибору звертання є доволі делікатною.

Найпоширенішими є такі звертання:

Шановний (ім 'я та по батькові)!

Шановний пане/пані... (ім 'я, ім 'я й прізвище)!

Шановні панове!

Шановні колеги!

Вельмишановний добродію!

*Примітка. Слово пан в українській мові вживається щонайменше сім стопіть і в етикетному сенсі не має ніякої семантично) дотичності до слова пан у розумінні належності до привілейованих класів. Позаяк воно засвідчує пошану до адресата, в офіційних документах форма пан уживається з ім'ям, прізвищем, назвою посади, звання. **Ім'я та по батькові зі словом панне поєднується.** Тобто говорити чи писати пан Михайло Петрович, пані Ольга Степанівна або звертатися пане Михаїле Івановичу, пані Катерино Василівно є порушенням норм літературної мови й не відповідає українським традиціям.*

У листуванні прийнято зазначати звання адресата чи вказувати його професію:

Високоповажаний _____ міністре!

Вельмишановний (високоповажний) профессоре!

Шановний директоре!

Високоповажний пане прокуроре!

Шановний суддя!

До Президента держави слід звертатися так:

Ваша Високодостойносте Пане Президенте!
Вельмишановний Пане Президенте!
Високоповажний Пане Президенте!
Пане Президенте!

Необхідно запам'ятати й чітко дотримуватися **форм звертання** до служителів церкви:

Всечесніший Отче Михаїле!
Всесвітліший Отче!
Високопреподобний Отче!
Ваше Блаженство!
Блаженніший і дорогий Митрополите!

В українській мові звертання вживають у формі кличного відмінка. Заміна його формою називного відмінка на зразок «*Шановна Оксана Дмитрівна!*», «*Шановний директор!*» є ненормативною.

Зазвичай звертання до службової особи завершують знаком оклику і перше слово тексту листа пишуть з великої літери і з абзацу.

Відсутність звертання може бути витлумачено як зневагу до адресата і порушення етикету ділового листування.

II. Дуже важливо ретельно обмірковувати початкову фразу листа, від якої може багато залежати, адже саме вона має переконати адресата у правомірності написання листа. Якщо цей лист - відповідь на запрошення, запит, подяка, то вже у першому реченні буде доречним ввічливо висловити вдячність.

Висловлюємо свою найщирішу вдячність за...
Щиро дякуємо Вам за лист з порадами та рекомендаціями щодо...
Насамперед (передусім) дозвольте подякувати Вам за...
Прийміть нашу щирю (найщирішу) подяку за...
Цей лист - вияв нашої вдячності за...
Ми щиро вдячні Вам за те, що Ви...

У листах-підтвердженнях варто скористатися такими початковими фразами:

Із вдячністю підтверджуємо отримання листа-відповіді...
Офіційно підтверджуємо свою згоду на...
На підтвердження нашої попередньої домовленості повідомляємо...

Поширеними вступними фразами в ділових листах є посилання на зустріч, попередній лист, телефонну розмову, подію:

У відповідь на Ваш лист від (дата)...
Відповідно до контракту №... що був підписаний між: нашими установами...
Відповідаючи на Ваш запит від (дата)...
Відповідно до Кримінально-процесуального кодексу України, розділу... статті №...

Узявши до уваги Ваш запит від (дата), пропонуємо Вам... Згідно з нашою домовленістю від (дата) повідомляємо...

До інвесторів, керівників установ (організацій, підприємств), клієнтів, партнерів нерідко доводиться звертатися з проханнями. Початковими фразами таких листів можуть бути такі:

Будь ласка, повідомте нас про...

Будемо вдячні, якщо Ви підтвердите свою участь у...

Звертаємося до Вас із проханням про невелику пожертву у фонд...

Просимо Вас терміново оплатити рахунок...

Просимо Вас уважно вивчити наші пропозиції й дати остаточну відповідь...

У діловому світі з різних причин (ви на кілька днів затрималися з відповіддю, не змогли вчасно виконати доручення, не з'явилися чи запізнилися на зустріч, переплутали документацію) іноді виникають ситуації, коли потрібно вибачитися, перепросити за неприємності, яких ви завдали адресату. У такому разі листа слід розпочинати так:

Просимо вибачення за прикре непорозуміння, що сталося...

Щиро просимо вибачити за затримку з відповіддю...

*Просимо вибачити нам за неможливість вчасно виконати **Ваше** замовлення...*

Хочемо попросити вибачення за завдані Вам зайві турботи...

Перепрошуємо за зайві хвилювання з приводу...

Хочемо щиро перепросити Вас за прикру помилку, що сталася...

У листах-нагадуваннях, що належать до психологічно складних, потрібно ввічливо, тактовно і ненав'язливо вказати на те, що, наприклад, термін оплати рахунка чи виконання замовлення минув. Такі листи варто розпочати так:

Вважаємо за свій обов'язок нагадати Вам про...

Нам дуже незручно, що змушені нагадати Вам про...

Вибачте, що знову турбуємо Вас, але ми не отримати відповіді на лист від (дата).

Змушені нагадати Вам, що й досі не отримали від Вас оплаченогорахунка.

Вибачте, але ми змушені нагадати Вам про необхідність оплатити рахунок за... Гадаємо, що це лише непорозуміння.

Інколи делікатність, тактовність не дають бажаних наслідків, тоді слід виявити категоричність і рішучість. Це можна зробити так:

Незважаючи на неодноразові нагадування та вжиті запобіжні заходи, Ваш борг не погашено, натомість він продовжує зростати. Вважаємо за потрібне попередити Вас про свій намір розірвати контракт. Оскільки Ви, незважаючи на наше настійне прохання погасити заборгованість, і досі не надіслали оплаченого чека, ми змушені припинити виконання всіх Ваших замовлень.

До категорії складних належать листи-відмови. Якщо ви не маєте можливості відповісти позитивно, то сказати «ні» слід аргументовано, коректно, доброзичливо, адже людина покладала на вас надії. За умови дотримання цих порад адресат зрозуміє, що у вас не було іншого виходу. Сформулюйте відмову так:

Ми, докладно вивчивши запропонований Вами проект, з прикрістю повідомляємо, що не маємо змоги...

На жаль, ми не можемо прийняти Вашої пропозиції...

Дуже шкода, але ми не маємо згоди задовольнити Ваше прохання з багатьох причин...

Щиро шкодуємо, проте ситуація, що склалася, не дає нам можливості...

Вибачте, але ми не можемо надати (погодитись, направити)...

У листах-повідомленнях доречною буде одна з таких вступних фраз:

Повідомляємо Вас...

Хочемо повідомити про те, що...

З приємністю повідомляємо Вас, що...

На жаль, змушені повідомити Вас, що...

Цим листом повідомляємо, що...

III. Вибір завершальних речень є також дуже важливим і залежить насамперед від змісту листа. Так, можна повторити подяку, висловлену на початку, чи просто подякувати за допомогу, приділену увагу, оскільки слово «дякую» - найуживаніше слово кожного вихованого і порядного комерсанта, підприємця, банкіра, кожноїділової людини:

Дозвольте ще раз подякувати Вам...

Висловлюємо ще раз вдячність...

Дякуємо за допомогу...

Ще раз дякуємо Вам за все, що Ви зробили для...

Дозвольте ще раз подякувати Вам за...

Ще раз дякую за виявлену мені честь...

Доречним і корисним наприкінці листа є запевнення адресата в тому, про що йшлося в тексті:

Запевняємо, що Ви цілковито можете розраховувати на нашу підтримку.

Ми зателефонуємо Вам, щоб домовитися про взаємно зручний час для зустрічі.

Будемо раді співпрацювати з Вами.

Запевняємо, що наша співпраця буде плідною.

Запевняємо, якщо протягом місяця Ви погасите заборгованість, усі замовлення буде виконано і ми й надалі співпрацюватимемо на попередніх умовах

Будемо раді допомогти Вам

Наприкінці листа можна висловити сподівання

Сподіваємося, що наша пропозиція зацікавить Вас

Сподіваємося, що Ви правильно зрозумієте нас

Сподіваємося, наша відмова не образить Вас, і в майбутньому ми ще матимемо нагоду взаємовигідно співпрацювати

Сподіваємося, що Ви розглянете наші пропозиції найближчим часом і повідомите нас про своє рішення

Маємо надію, що це піде на користь справі

Сподіваємося на швидку відповідь і бажаємо успіхів

Плекаємо надію ще раз зустрітися з Вами,

Висловлюємо надію, що це лише успішний початок нашої співпраці і в майбутньому Ви ще не раз допоможете нам у справах

Щиро сподіваємося на Вашу подальшу фінансову підтримку

Маємо надію, що наші нововведення зацікавлять Вас і розраховуємо на встановлення взаємовигідного партнерства

Наприкінці листа можна також попросити вибачення за турботи чи ще раз повторити його за затримку з відповіддю або запізнення

Ще раз просимо вибачення за завдані турботи (клопоти, прикроці, незручності)

Щиро просимо вибачення за

Ще раз перепрошуємо за цю прикру помилку

Дозвольте ще раз попросити вибачення за

IV Не слід забувати про прощальну фразу Найчастіше в листах уживаються такі форми

З повагою

З повагою і найкращими побажаннями

З подячністю і повагою

З належною до Вас пошаною

Залишаємося з пошаною

Зі щирою повагою (пошаною)

Після прощальної формули ввічливості розділовий знак не ставиться, з нового рядка оформлюється реквізит «Підпис».

Постскриптом (приписка) наприкінці листа можливий лише за умови, що після його написання сталася подія, про яку ви неодмінно маєте повідомити адресатові. Після постскрипту знову потрібно поставити підпис.

V Якщо ви бажаєте досягти успіху, обов'язково слід подбати про те, щоб лист був бездоганним у всіх аспектах, адже навіть незначне недотримання правил призведе до спотворення його змісту, зміни тону. Листи слід друкувати на гарно виконаних бланках, які є «візитною карткою» вашої установи. Подібні деталі сприятимуть створенню доброго враження про вас і вашу діяльність. Тому для виготовлення фірмових бланків варто використовувати лише високоякісний папір. Конверт за своїм дизайном має відповідати бланкові, за розміром його необхідно дібрати так, щоб не виникло потреби складати лист більше ніж двічі

VI Ділові ЛИСТИ не повинні бути надто довгими. Викладати свої міркування слід чітко, лаконічно, за сутністю, тоді вся запропонована інформація буде доречною. Дотримання правил етикету листування є свідченням вашої поваги до адресата, ввічливості, вихованості і сприяє налагодженню добрих стосунків між колегами, партнерами.

4. ОФОРМЛЮВАННЯ ЛИСТА

Службові листи друкують на комп'ютері, друкарській машинці або пишуть на спеціальному бланку листа лише з одного боку. Певна річ, на бланку друкують тільки першу сторінку листа, а наступні - на чистих аркушах. Для зручності з обох боків сторінки залишають береги:

лівий - не менш як 30 мм; правий - 10 мм; верхній і нижній - 20 мм.

Нумерація сторінок. У листах, оформлених на двох та більше аркушах паперу, нумерацію сторінок починають із другої. Номери сторінок

проставляють посередині верхнього берега арабськими цифрами на відстані не менш як 10 мм від верхнього краю. Біля цифр не ставлять ніяких позначень.

Текст листа друкується через півтора чи два інтервали. У тексті не повинно бути виправлень чи підчищень.

Не слід надсилати листа, написаного через копіювальний папір, це свідчить про неповагу до адресата.

Узвичаєно відповідати на листи якомога швидше. Фахівці з культури ділового листування конкретизують термін написання відповіді адресатові залежно від змісту листа.

Правила ввічливості вимагають відповісти на одержаний лист протягом 7-10 днів.

Отримавши лист-запит, що потребує докладного розгляду, слід упродовж трьох днів повідомити, що лист одержано, й дати остаточну відповідь протягом 30 днів.

Лист-вітання можна надсилати упродовж 8 днів з моменту отримання повідомлення про певну влучність.

Лист-співчуття надсилається протягом 10 днів після сумної події.

Не слід відповідати на листа нашвидкуруч, зопалу, одразу після одержання прикрих, вражаючих відомостей. Неодмінно заспокойтеся, подумки чітко сформулюйте, що саме ви маєте написати, й лише потім викладайте думки на папері.

*Зразок повністю опрацьованого листа,
що був оформлений на бланку*
ДЕРЖВИДОБУТОКМІНВОД УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ
ІНСТИТУТ МІНЕРАЛЬНИХ ВОД
(УНДІМВ)

Державний комітет України
з нагляду за охороною
водних ресурсів

вул. Курортна, 28. Київ, 04075,
тел./факс: (044) 331-22-82.
тел. 331-10-11

вул. Антонця, 12
Київ, 01938

Розрахунковий рахунок № 000296211
Пуцанському відділенні банку «Гранд»
м. Києва. МФО 398170
Е-плаїІ: ипсіітсі@сіууи.кіеу.иа

Захарову С. В.
До виконання
(підпис) В. М. Харбінський

2003-08-05

31.07.2009 №2787/03-15

На № від

Про направлення на відгук
першої редакції стандарту

Державний комітет України з питань видобування мінеральних вод за замовленням Державного комітету України з питань технічного регулювання і споживчої політики доручив Українському науково-дослідному інституту мінеральних вод розробити проект Національного стандарту України,

До переліку організацій, які мають надати відгук на проект стандарту, внесено Державний комітет України з нагляду за охороною водних ресурсів.

Направляємо на відгук першу редакцію проекту стандарту. Просимо надіслати відповідь до 01 вересня 2003 року.

Додаток: Перша редакція проекту стандарту на 30 арк. у 1 прим.

З повагою

Директор інституту

(підпис)

О.Г. Панченко

Глей Тамара Сергіївна
331-10-12

До справи № 01-11

Відгук відправлено 29.08.2009 № 155/01-11

(підпис) С. В. Захаров

29.08.2009

УНДІМБ

Вх. № 121/01-11

2009-08-05

5.Різні типи листів

Лист-повідомлення — це такий службовий лист, у якому доводять до чийогось відома, повідомляють комусь певну інформацію. Листи такого змісту надсилають тоді, коли треба поінформувати про зміну адреси чи назви установи (фірми, організації), відкриття філії, початок виробництва тощо. Такі листи адресують здебільшого конкретній організації, установі, фірмі.

Наприклад:

Шановні панове!

Хочемо повідомити Вам, що виробництво замовлених Вами товарів розпочалось і ми будемо готові відвантажити їх... (термін).

Просимо повідомити про спосіб транспортування, якому Ви віддаєте перевагу.

З повагою...

Лист-запит — це різновид комерційного листа, що містить прохання надати докладну інформацію про певні товари, послуги або уточнити вже наявну, попередню інформацію про певну установу, банк тощо. Лист-запит складають на підставі ознайомлення з каталогами, проспектами, буклетами, прейскурантами, рекламними оголошеннями та інформацією, отриманою на виставках, ярмарках.

У листі-запиті обов'язково вказуємо:

- підставу для запиту;
- назву товару (його марку, якість, модель тощо);
- умови й термін постачання;
- умови оплати.

Зразок листа-запиту:

Шановні панове!

Ми уважно ознайомилися з Вашим каталогом, де представлено нові підручники та словники для профтехосвіти. Деякі із запропонованих книг зацікавили нас як такі, що можуть ефективно використовуватися в нашому навчальному процесі.

Будемо Вам щиро вдячні, якщо Ви надішлете нам докладні анотації всіх

підручників і словників. Просимо також: надіслати поточний прейскурант, зазначивши умови постачання.

Заздалегідь вдячні Вам.

З повагою...

Лист-підтвердження — це різновид службового листа, в якому засвідчуємо той чи інший факт: підтверджуємо одержання листів, переказів, цінних паперів. **Наприклад:**

Вельмишановний пане... !

На підтвердження нашої попередньої домовленості надсилаємо Вам письмове запрошення взяти участь у науковій конференції, що відбудеться ... (дата і місце). Вашу доповідь на тему «Мистецтво ділового листування» внесено до програми конференції.

Оргкомітет конференції забезпечує проживання в готелі на період...

Реєстрація учасників конференції проводитиметься... (дата і час) у приміщенні... (назва, адреса). З повагою...

Лист-прохання — це службовий лист, в якому у ввічливій формі звертаються до партнерів, клієнтів, інвесторів із певним проханням. Листи-прохання є одним із найпоширеніших видів ділової кореспонденції. Від уміння переконливо висловити своє прохання великою мірою залежить і його виконання. **Наприклад:**

Шановні... !

Нещодавно ми збудували деревообробний комбінат, та, на жаль, у нас бракує коштів на придбання обладнання для виготовлення меблевих виробів.

Ми були б щиро вдячні, якби Ви надали нам довготерміновий кредит на суму 200 000 (двісті тисяч) гривень. Додаємо до листа необхідні документи:

договір на придбання обладнання;

техніко-економічне обґрунтування повернення кредиту.

Оскільки ця проблема потребує негайного розв'язання, переконливо просимо Вас відповісти якомога швидше.

З повагою...

Лист-нагадування — це службовий лист, у якому йдеться про наближення чи закінчення терміну виконання певних завдань, зобов'язань, проведення заходів.

Нагадування неодмінно має бути доброзичливим, ненав'язливим: у жодному разі не слід звинувачувати адресата, оскільки причиною затримки оплати чи несплати, наприклад, може бути дуже скрутна фінансова ситуація, в якій він опинився.

Зміст листа-нагадування насамперед залежить від того, вперше, вдруге чи втретє ви нагадуєте партнерові про виконання його зобов'язань, недотримання терміну оплати рахунків тощо. Якщо клієнт не реагує на ваші нагадування, то, звичайно ж, ви змушені будете повідомити йому про свій намір звернутися до суду й розірвати контракт. Однак навіть у цьому разі стиль листа має бути чемним, стриманим. **Наприклад:**

Шановний пане... !

Користуючись нагодою, дозвольте нагадати Вам, що термін оплати рахунків за Ваше замовлення №... від... (дата) минув.

Будемо Вам щиро вдячні, якщо до... (дата) Ви надішлете переказ Вашої заборгованості на суму...

Перепрошуємо за те, що змушені потурбувати Вас із цього приводу.

Залишаємося з повагою...

Лист-претензія — це службовий лист, у якому висловлюється невдоволення з приводу порушення умов укладеної угоди, наприклад порушення погоджених (визначених) термінів постачання товару, невідповідності останнього запропонованим зразкам, незадовільного дизайну чи упакування тощо.

Виявивши порушення, ви маєте право висловити партнерові претензію і вимагати їх ліквідації, скажімо, заміни неякісного товару; ви також можете наполягати на відшкодуванні завданих збитків, сплаті штрафу і, певна річ, на чітко му дотриманні в майбутньому умов договору (угоди, контракту).

Зазвичай спершу надсилають лист-нагадування, в якому аргументовано, послідовно, виважено висловлюють невдоволення, а потім претензію.

Наприклад:

Шановні панове!

Ми дуже занепокоєні несподіваною затримкою з постачанням замовленого паперу для виготовлення поліграфічної продукції, адже знаємо, що зазвичай Ви відповідально ставитеся до виконання своїх обов'язків.

Відповідно до нашої угоди про закупівлю від... (дата) папір має бути відвантажений не пізніше... (дата). На жаль, ми й досі не отримали його. Гадаємо, що це лише недогляд, і сподіваємося упродовж: наступного тижня отримати папір.

Чекаємо на відповідь.

З повагою...

Якщо партнер не відреагує на такого листа, вам слід виявити категоричність. Наприклад:

Шановні панове!

У листі від... (дата) ми повідомили Вам остаточний термін постачання замовленого садово-городнього інвентарю. Дуже прикро, але Ви й досі не відвантажили його, порушивши умови угоди. У зв'язку з цим ми змушені анулювати своє замовлення.

З повагою...

Лист-відповідь на претензію — це службовий лист, у якому пояснюємо причини певних порушень або переконливо доводимо безпідставність претензії чи скарги.

Отже, зміст таких листів залежатиме від того, чи ви погоджуєтеся з претензією та висунутими звинуваченнями, чи вважаєте їх безпідставними.

Якщо надіслана претензія є обґрунтованою, то вам слід пояснити ту неприємну ситуацію, що склалася у ході виконання угоди, контракту чи договору, вибачитися перед вашим партнером і попросити його з розумінням

поставитися до ваших труднощів. Зробити це можна так:

Шановні добродіі!

Просимо вибачення за зайві клопоти, яких ми Вам завдали. Ви повідомили, що отримали від нас товари пошкодженими (замовлення №... від... (дата)).

Ми звернулися до нашого представника пана... (прізвище та ім'я) з проханням відвідати Вас і оглянути товари. Як тільки отримаємо від нього письмовий звіт, повідомимо Вас про своє рішення.

Ще раз даруйте, будь ласка, і просимо Вас зачекати кілька днів.

З щирою до Вас пошаною...

Самостійна робота №8

Тема: «Українська термінологія в професійному спілкуванні»

1. Термін та його ознаки. Термінологія як система

Літературна мова, крім загальноживованої частини, має численні підмови, які задовільняють потреби спілкування людей в найрізноманітніших сферах. Однією з таких підмов є наукова мова (інші назви - мова науки й техніки, фахова мова), найголовнішу частину якої становить термінологія.

Наукова термінологія - вище породження людської думки, національної за своїми витоками і формою, міжнародної за поширенням. Професійне спілкування в будь(якій) галузі неможливе без термінології.

Вивчення проблем термінології надзвичайно актуальне з кількох причин.

По-перше, термінологія є головним джерелом поповнення лексичного складу високорозвинених сучасних мов. Саме термінологія як частина природної людської мови є найуніверсальнішим засобом зберігання, передавання, оброблення інформації. Обсяги ж інформації зростають шаленими темпами: за даними науковців, зараз її обсяги подвоюються через кожні п'ять(сім) років, що спричиняє так званий "термінологічний вибух" - появу великої кількості нових термінів.

По-друге, наукове знання інтернаціональне за своєю природою. У сучасному світі відбуваються потужні інтеграційні процеси, які не оминають наукової сфери і висувають проблему міжнародної стандартизації термінів як основи для порозуміння між фахівцями різних країн.

По-третє, українська термінологія, яка повинна розвиватися разом із термінологіями інших національних мов, має низку специфічних проблем, зумовлених історично, гостру потребу у створенні національних термінологічних стандартів, термінологічних словників тощо.

Термін (від латин. *terminus* (межа, кінець) - це слово або словосполучення, яке позначає поняття певної галузі знання чи діяльності людини. Так, термінами є такі назви, як пінобетон, видатки, мінералізація гумусу, брутто - прибуток, вододжерело, господарський механізм.

Термінологія – 1)розділ мовознавства, що вивчає терміни (у цьому значенні все частіше використовують слово термінознавство); 2) сукупність термінів певної мови або певної галузі. Наприклад, можемо говорити про

англійську, польську, російську, українську та ін. термінологію, а також про термінологію математичну, економічну, юридичну, хімічну, технічну тощо.

Галузеві термінології -- тобто сукупності термінів конкретних галузей-називають терміносистемами, або термінологічними системами. На чому ґрунтується системність термінології?

Системність термінології зумовлена двома типами зв'язків, які надають множинам термінів системного характеру:

- логічними зв'язками (якщо між поняттями певної науки існують системні логічні зв'язки (а вони є в кожній науці, то терміни, які називають ці поняття, мають теж бути системно пов'язаними); поняття, мають теж бути системно пов'язаними);
- мовними зв'язками (хоча терміни позначають наукові поняття, вони залишаються одиницями природної людської мови, а відповідно їм властиві всі ті зв'язки, які характерні для загальноживаних слів - синонімічні, антонімічні, словотвірні, полісемічні, граматичні, родо-видові і т.д.). Академік Реформатський про ці особливості терміна сказав образно: "Термін служить двом панам - науці і мові".

Таким чином, термінологія - це не хаотична множина слів, а організована на логічному й мовному рівні система спеціальних назв.

При всій відмінності й багатогранності сучасних галузей наукового знання і властивих їм понять існує ряд спільних ознак, які визначають суть терміна як особливої мовної одиниці. Отже, основні ознаки терміна:

- Системність. Кожний термін входить до певної терміносистеми, у якій має термінологічне значення. За межами своєї терміносистеми термін може мати зовсім інше значення, пор: ножиці цін "розбіжність рівнів і динаміка цін у сфері міжнародної торгівлі на окремі групи товарів" і значення загальноживаного слова ножиці.
- Точність. Термін повинен якнайповніше й найточніше передавати суть поняття, яке він позначає: поверхневий іригаційний стік, короткотерміновий кредит, чекодавець. Неточний термін може бути джерелом непорозумінь між фахівцями, тому іноді говорять, що науковці спершу домовляються про терміни, а вже потім приступають до дискусії. Оскільки нові поняття сучасної науки досить складні, то для точного називання їх часто використовують багатослівні терміни, наприклад: міжнародна фінансово(господарська операція, інфільтраційне живлення приканального купола підґрунтових вод поливними водами, Міжнародне товариство міжбанківських фінансових телекомунікацій.
- Тенденція до однозначності в межах своєї терміносистеми. Якщо більшість слів загальноживаної мови багатозначні, то більшість термінів - однозначні, що зумовлено їхнім призначенням. Проте повністю усунути багатозначність (найчастіше двозначність) з терміносистем не вдається.
- Наявність дефініції. Кожний науковий термін має дефініцію (означення), яка чітко окреслює, обмежує його значення. Так, дефініцією терміна

аудиторський висновок є вислів “документ, що містить результати аудиторської перевірки”.

Деякі термінознавці називають і такі ознаки (або вимоги) до терміна:

- нейтральність, відсутність емоційно(експресивного забарвлення);
- відсутність синонімів (справді, розвинена синонімія ускладнює наукове спілкування: кольматаж – кольматування - кольматація, жирант - індосант, профіцит - прибуток - зиск - вигода);
- інтернаціональний характер (знаючи терміни(інтернаціоналізми, легко спілкуватися з іноземними фахівцями, читати іншомовну літературу, проте їхні значення непрозорі і це ускладнює, зокрема, навчальний процес: рамбурсація, ампліація, сапропель, польдер, драйвер, лаж);
- стислість (дуже зручно користуватися короткими термінами, але не завжди вдається утворити короткий термін, який би при цьому був ще й точним, наприклад: акредитив з платежем на виплат);
- здатність утворювати похідні, наприклад: зношення (зношування - зношеність - зношуваний; зрошення – зрошування - зрошувальний – зрошувач. Проте усе це (вимоги до ідеального терміна, на практиці ж далеко не завжди вдається утворити термін, який би відповідав усім вищеназваним вимогам.

2. Способи творення термінів

Наукові терміни української мови утворюються такими основними способами:

Вторинна номінація (використання наявного в мові слова для називання наукового поняття: гідрометричний равлик, споживчий кошик, гальмівний барабан, вплив капіталу, миша комп'ютера, вексельний портфель, брівка траншеї, поливне крило. Це найдавніший спосіб термінотворення.

Словотвірний - утворення термінів за допомогою префіксів (надвиробництво, перезволоженість), суфіксів (підгортальник, оборотність), складанням слів і основ (вакуум-помпа, матеріаломісткість, сумішоутворювач), скороченням слів (СЕП (система електронних платежів), МК (магістральний канал). Цей спосіб термінотворення (один із найпродуктивніших на всіх етапах становлення термінології, включаючи сучасний.

Синтаксичний - використання словосполучень для називання наукових понять: планування виробництва, капіталодефіцитні країни. Терміни-словосполучення становлять понад 70% сучасних термінів. Синтаксичний спосіб - найпродуктивніший спосіб творення термінів у наш час.

Запозичення - називання наукового поняття іншомовним словом: контролінг, ліверидж, седиментація, картридж, бюргшафт.

Причини запозичання термінів різноманітні:

- запозичання терміна разом з новим поняттям: бонус “додаткова винагорода”, “додаткова цінова знижка”, “комісійна винагорода”;
- паралельне використання власного і запозиченого терміна в різних сферах (наприклад, науковій і навчальній): іригація - зрошення; рамбурсувати (повертати борг; процент – відсоток; суфозія – вимивання; імпорт - ввіз;

- пошук досконалішого терміна, внаслідок чого паралельно існують запозичені і власні терміни: пролонгація (продовження терміну чинності угоди);

- відсутність досконалого власного терміна, який би відповідав вимогам до терміна: ліквідат - юридична особа-боржник, до якої висунуто фінансові вимоги у зв'язку з її ліквідацією.

Неоднозначним є і ставлення до запозичених термінів. Деякі термінознавці - так звані пуристи - заперечують потребу запозичати терміни з інших мов, натомість пропонуючи творити терміни з ресурсів власної мови (такі спроби були в німецькій, чеській, російській мовах, у 20-х роках 20 століття (і в українській). Проте насправді це не завжди вдається. Інші науковці розглядають запозичення як об'єктивну реальність мовного життя, але вважають, що іншомовних слів у термінології не повинно бути більше 15%, оскільки наявність більшої кількості запозичень призводить до втрати термінологією національного обличчя.

Проте слід негативно оцінювати вживання запозичених слів за наявності власних термінів (винагорода -диспач; водозбір – аквілегія; звуження - інфлювання (національної валюти)) та паралельне вживання запозичень із тим самим значенням з кількох мов (акцептант (лат.) - тросант (нім.); жиро (італ.) - індосамет (нім.); ревалоризація (фр.) – ревальвація (лат.)).

3. Загальнонаукова, міжгалузева і вузькогалузева термінологія.

Професіоналізми і номенклатурні назви

Якщо проаналізувати термінологію, яка вживається фахівцями певної галузі в наукових текстах, усному професійному мовленні, вводиться в словники, то виявимо, що частина термінів використовується лише в цій галузі, а частина (і в інших. Це свідчить про те, що терміни неоднакові за ступенем спеціалізації їхнього значення.

Залежно від ступеня спеціалізації значення терміни можна поділити на три основні групи:

загальнонаукові терміни, тобто терміни, які вживаються практично в усіх галузевих термінологіях, наприклад: система, тенденція, закон, концепція, теорія, аналіз, синтез і т. д. Слід зазначити, що такі терміни в межах певної термінології можуть конкретизувати своє значення, пор.: валютна система, осушувальна система, теорія економічного ризику.

До цієї категорії відносять і загальнотехнічну термінологію;

міжгалузеві терміни - це терміни, які використовуються в кількох споріднених або й віддалених галузях. Так, економічна наука має термінологію, спільну з іншими соціальними, природничими науками, наприклад: амортизація, екологічні витрати, санація, технополіс, приватна власність.

Вузькогалузеві терміни - це терміни, характерні лише для певної галузі, наприклад: лізинг, банківська гарантія, зрошувальна вода, дрена, чип.

Безперечно, професійне спілкування неможливе без використання термінів.

Проте в мовленні фахівців, крім термінів, широко побутують і інші спеціальні одиниці - професіоналізми та номенклатурні назви.

Професіоналізми - це слова або вислови, притаманні мові людей певної професійної групи. Суттєва різниця між термінами і професіоналізмами полягає в тому, що терміни - це офіційні наукові назви поняття, а професіоналізми виникають як розмовні, неофіційні замітники термінів (платіжка - платіжне доручення; вишка - вища математика, пара - дві академічні години) або коли та чи інша професія, рід занять не має розвиненої термінології (наприклад, рибальство, гончарство і т. д.). Професіоналізми на відміну від термінів, як правило, емоційно забарвлені, є переосмисленими словами загального вжитку. Вони можуть бути незрозумілі людям, які не належать до певної професії, пор.: підвал у мові поліграфістів, бобик, бублик у мові водіїв тощо.

Професіоналізми можуть використовуватися в неофіційному професійному спілкуванні, проте вони є ненормативними в професійних документах, текстах, в офіційному усному мовленні.

Номенклатура - від лат. *nomenclatura* (перелік, список імен) - сукупність назв конкретних об'єктів певної галузі науки, техніки, мистецтва тощо. Їх потрібно відрізнити від термінів, що позначають абстраговані наукові поняття. Номенклатуру становлять іменники та словосполучення, які передають як систему назв об'єктів певної науки, так і сукупність назв одиничних об'єктів (наприклад, у географічній номенклатурі (Чорне море, Шацькі озера, річка Десна), видові назви (у ботанічній лексиці назви дерев: дуб, смерека, ялина). Існує номенклатура медична, мовознавча, хімічна, економічна (пор. термін валюта і номенклатурні назви долар, євро, крона, песо і т. д.), технічна (пор. термін борознороб-щілиноріз і номенклатурні назви ДЩН-1, ДЩН-2, ДЩН-3).

4.Кодифікація і стандартизація термінів. Алгоритм укладання термінологічного стандарту

Термінологія може виконувати свої основні функції (позначати наукові поняття і задовільняти потреби спілкування фахівців (у тому випадку, якщо вона буде загальноприйнята, унормована, відповідатиме вимогам до термінів.

Кодифікація термінів - це систематизація термінів у словниках, довідниках, що орієнтують мовців на правильне їх використання.

Сьогодні в Україні видається велика кількість словників з різних галузей знань. Це в основному словники таких типів: перекладні, енциклопедично-довідкові, тлумачно-перекладні.

Перекладні словники - найпоширеніший тип сучасних термінологічних словників. При цьому більшість із них (російсько-українські видання, що зумовлено як об'єктивними потребами професійного спілкування, так і синдромом залежності, виробленим у попередні століття: намаганням довести, що українська мова здатна називати всі наукові поняття не гірше за іншу (в різні історичні періоди (російську, німецьку або польську). Українсько-російських словників зараз виходить набагато менше.

Серед двомовних термінологічних словників поряд з російсько-українськими найчастотнішими є англійсько-українські, латинсько-українські тощо. Термінологічні словники можуть бути тримовними, значно рідше - чотири, - семимовними.

Енциклопедично-довідкові словники подають пояснення наукових понять, а не просто фіксують терміни. Словникова стаття в лексикографічних працях такого типу складається з двох частин : назви поняття і його означення (дефініції). Наприклад:

Імпорт: ввезення з-за кордону на комерційних засадах товарів, послуг, цінних паперів, капіталів, технологій (у формі чужоземних кредитів та інвестицій) для реалізації на внутрішньому ринку країни. Будучи результатом міжнародного розподілу праці, І. сприяє економії робочого часу, повнішому задоволенню потреб національної економіки та населення.

(А.Г.Загородній, Г.Л.Вознюк. Словник-довідник з підприємництва та економіки будівництва. (Львів, 1994).

Тлумачно-перекладні словники - це праці змішаного типу, які перекладають термін іноземною мовою (або кількома мовами) і подають його тлумачення.

Стандартизація термінології -- це вироблення термінів-еталонів, термінів-зразків, унормування термінології в межах однієї країни (якщо це національний стандарт) або в межах групи країн (якщо це міжнародний стандарт). Стандартизована термінологія є обов'язковою для вживання в офіційних наукових, ділових, виробничих текстах.

Основи стандартизації термінів було закладено в Німеччині в кінці XIX - на початку XX ст., коли в багатьох терміносистемах виникла потреба впорядкувати нагромаджену термінологію, виявити межі галузевих термінологій, уточнити значення кожного терміна. Теоретичні основи стандартизації термінів розробив німецький учений В.Вюстер.

У Радянському Союзі було створено потужну наукову термінологічну школу під керівництвом Д.Лотте, яка займалася, зокрема, проблемами нормування термінології. Цей процес перебував під пильним контролем держави: над виробленням стандартів працювали Комітет науково-технічної термінології (КНТТ), Комітет стандартизації мір і вимірних приладів та Всесоюзний науково-дослідний інститут інформації, класифікації та кодування. Прийняті державні стандарти (ГОСТи) мали силу закону.

Радянська система нормативної документації вилучила українську мову зі сфери науково-технічної діяльності. Понад 20 тис. державних стандартів (ГОСТ), 47 тисяч галузевих стандартів (ОСТ), 80 тис. технічних умов (ТУ) були російськомовні. Навіть 600 республіканських стандартів УРСР, що їх затвердив і видав Держплан УРСР, також були російськомовні.

В українській історії першим нормувальним термінологічним центром можна вважати Наукове товариство імені Т. Шевченка (кінець XIX (початок XX століття). Саме навколо товариства гуртувалися провідні термінологи того часу, до його ухвал прислухалися автори наукових праць і підручників. Згодом

незаперечним авторитетом в українській термінології став Інститут української наукової мови (20(ті (початок 30(х років). Але обидві ці структури не видавали державних стандартів у теперішньому розумінні цього поняття.

Сьогодні в Україні стандартизація термінології стала державною справою. Від розв'язання мовних питань, зокрема термінологічних, як відомо, залежать темпи державотворчих процесів. Освіта, наука, а особливо виробництво потребують єдиної, зручної, логічної української термінології.

Звичайно, такої суворої централізації, як у колишньому СРСР, не спростерігаємо, але необхідність державного підходу до творення єдиної термінології для усієї країни очевидна.

З огляду на ці умови в Держстандарті України розроблено Концепцію державних систем стандартизації, метрології та сертифікації, яку схвалив уряд. У липні 1992 року спільним наказом Міносвіти та Держстандарту України створено Технічний комітет стандартизації науково-технічної термінології.

Для стандартизації термінів у багатьох країнах світу створено відповідні інституції: у США (Американська асоціація стандартів, у Німеччині (Німецький нормалізаційний комітет, у Франції (Французька асоціація нормалізації тощо. Поряд із загальнонаціональними асоціаціями діють також фірмові стандартизаційні групи та спеціалізовані науково-технічні товариства окремих галузей науки і виробництва.

Національні термінологічні комітети в Європі та Америці (переважно позадержавні структури. Терміни стають нормативними після ухвал термінологічних нарад і конференцій.

На цей час в Україні розроблено понад 600 державних стандартів. Через кожні п'ять років їх переглядають і уточнюють.

Як же створюють термінологічний стандарт?

Термінологічний стандарт укладають за таким алгоритмом:

1) систематизація понять певної галузі науки чи техніки; поділ їх на категорії (предмети, процеси, якості, величини тощо); розмежування родових та видових понять;

2) відбирання усіх термінів галузі, узятій для стандартизації (терміни вибирають зі словників різних років видання, статей, підручників, періодики, рукописів та ін. джерел);

3) поділ термінів на групи: а) вузькогалузеві терміни; б) міжгалузеві; в) загальнонаукові (загальнотехнічні); стандартизації повинні підлягати лише вузькогалузеві терміни);

4) вибирання із групи термінів-синонімів нормативного терміна (інші терміни подають також, але з позначкою “нерекомендований”);

5) підбирання еквівалентів англійською, німецькою, французькою, російською мовами з відповідних міжнародних стандартів;

6) формулювання українською мовою означення (дефініції) поняття;

7) рецензування стандарту фахівцем та мовознавцем.

У готовому вигляді **стаття стандарту** має таку будову:

1) назва поняття українською мовою;

- 2) скорочена форма терміна;
- 3) недозволений (нерекомендований) синонім;
- 4) родові поняття;
- 5) видові поняття;
- 6) еквіваленти англійською, німецькою, російською, французькою мовами;
- 7) дефініція (означення);
- 8) формула або схема.

Самостійна робота №9 **«Основи науково-технічного перекладу»**

1. Суть і види перекладу

Розвиток науки і техніки в наш час неможливий без обміну спеціальною інформацією, що з'являється в різних країнах у наукових періодичних виданнях, спеціальних бюлетенях, патентній літературі 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, неперекладних матеріалів не існує – є складні для перекладу тексти. Труднощі під час перекладання пов'язані, по-перше, з недостатнім знанням мови оригіналу, по-друге, з недостатнім знанням суті предмета, по-третє, з недостатнім знанням мови, якою перекладають, або з відсутністю в цій мові готових відповідників для висловлення того, що вже було висловлено засобами мови оригіналу.

Види перекладу:

1. *За формою* переклад поділяють на **усний** і **письмовий**.

Усний переклад використовують для обміну інформацією під час особистого контакту фахівців у процесі 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 користуватися довідковою літературою.

Усний переклад може бути послідовним або синхронним.

Послідовний переклад відомий з давніх часів, це усний переклад повідомлення з однієї мови іншою після його прослуховування. Важливо, щоб переклад відбувався в паузах після логічно закінчених частин, щоб був зрозумілий контекст, у якому вживається те чи інше слово.

Синхронний переклад робить перекладач-професіонал практично 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, напр.:

Ваш проект самый интересный. – *Ваш проект самий 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, при цьому відповідає всім нормам літературної мови, напр.:

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:

а) *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;

б) *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, Микола Зеров, Борис Тен, Максим Рильський, Микола Лукаш, Григорій Кочур та багато інших. В Україні існує премія за кращий переклад імені Максима Рильського;

в) *науково-технічний (технічний)*.

2. Особливості технічного перекладу

Технічний переклад – це переклад, використовуваний для обміну науково-технічною інформацією між людьми, які спілкуються різними мовами. Загалом науково-технічну інформацію можна розподілити на такі основні потоки:

1) патентна література, що є основною формою обміну, адже все нове в галузі науки й техніки оформляють у вигляді патенту і його виробничих форм;

2) науково-технічна періодика (галузеві бюлетені, що містять реферати, анотації, назви; галузеві науково-технічні журнали, що містять дискусійні, проблемні, звітні статті спеціального характеру; бібліографічні покажчики з назвами винаходів і предметів промислової продукції, що також містять анотації і тематичні огляди робіт з певної галузі);

3) неперіодичні видання (книги, інструкції, рекламні матеріали тощо).

Порівняно з іншими видами перекладу технічний переклад має певні особливості:

- тексти насичені термінами, отже, для якісного перекладу потрібна термінологічна підготовка перекладача);
- тексти містять спеціальну інформацію (часто – якісно нову і майже нікому невідому), тому перекладач повинен мати спеціальну базову

підготовку або бути обізнаним у певній галузі виробництва (вивчати фахову літературу, стежити за новою інформацією, консультуватися з досвідченими фахівцями);

- науково-технічна інформація, як правило, оформляється в письмовому вигляді.

Види технічного перекладу: 1) *усний* (послідовний та синхронний); 2) *письмовий* (повний, реферативний, анотаційний).

Повний технічний переклад – основний вид технічного перекладу, який складається з таких етапів:

- а) читання всього тексту з метою усвідомлення змісту;
- б) поділ тексту на закінчені за змістом частини, переклад їх;
- в) стилістичне редагування повного тексту (слід обробити 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);
- г) переклад заголовка, який має передавати суть змісту оригіналу і враховувати всі його особливості (саме за заголовком фахівці найчастіше відбирають потрібні матеріали).

Реферативний переклад – 1) письмовий переклад заздалегідь відібраних частин оригіналу, що складають зв'язний текст; 2) виклад основних положень змісту оригіналу, що супроводжується висновками й оцінкою. Реферативний переклад у 5-10 і більше разів коротший за оригінал.

Робота над першим різновидом реферативного перекладу складається з таких етапів:

- а) ознайомлення з оригіналом; при потребі – вивчення спеціальної літератури;
- б) виділення в тексті основного і другорядного (відступи, повтори, багатослівність, екскурси в суміжні галузі тощо);
- в) перерахування основної частини, усунення можливих диспропорцій, нелогічності;
- г) переклад основної частини, зв'язний і логічний виклад змісту оригіналу.

Робота над другим різновидом реферативного перекладу відбувається за такою схемою:

- а) докладне вивчення оригіналу;
- б) стислий виклад змісту оригіналу за власним планом;
- в) формулювання висновків, можливе висловлення оцінки.

Анотаційний переклад – це стисла характеристика оригіналу, що являє собою перелік 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.

3. Автоматизований (комп'ютерний) переклад

Переклад - вид інформаційної діяльності, потреба в якому щорічно збільшується на 15%, тому актуальним сьогодні є пошук раціональних шляхів вирішення проблеми швидкого та значного за обсягом перекладу. Цю проблему може розв'язати автоматизований (інші назви - комп'ютерний, або машинний) переклад.

Ідея автоматизованого перекладу виникла ще в 1924 р., а 1933 року радянському інженерові П.Смирнову-Троянському було видано патент на машину для перекладання, яка працювала за принципом зіставлення механічним способом відповідників з різних мов. 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 SYSTRAN, LOGOS, ALPS, METAL, GETA, EUROTRA тощо, до яких входить понад 15 версій для різних пар мов.

У процесі перекладання комп'ютер працює на різних мовних рівнях: розпізнає графічні образи, робить морфологічний аналіз і переклад слів і словосполучень, аналізує синтаксис тексту (словосполучення і речення), проводить семантичні (сміслові) перетворення, що забезпечує змістову відповідність введеного й отриманого речення або тексту. Без розуміння „поведінки” слова в тексті, без аналізу контексту (оточення) певного слова та аналізу речення не може бути ніякого перекладу. 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, мовних реалій (*гордіїв вузол*), слів у непрямому значенні та багатозначних, паронімів (пор. рос. і укр. луна), омонімів (*английский смог* може бути перекладено, напр., як *англійський зміг*), граматичних форм (*человек мог* – *людина міг*).

4. Особливості редагування наукового тексту

Редагування (від лат. Redactus—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 як особливої форми думки, а саме:

- Чітке формулювання тези й аргументів;
- Формулювання тези під час доказів залишається незміним;
- 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 помилок. Правки в тексті роблять синім або чорним чорнилом. 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. Роздрідженням оформляють окремі слова й короткі фрази. Коли слово подають роздріжено, 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.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Зубков М.Г. Мова ділових паперів: Комплексний довідник / Худож. – оформлювач В.А.Носань. – Харків: Фоліо; Майдан, 1999. – 288с.
2. Зубков М. Сучасне українське ділове мовлення. – Х.: Торсінг, 2001. – 384 с.
3. Мацько Л.І., Кравець Л.В. Культура української фахової мови: Навч. Посіб. – К.: ВЦ «Академія», 2007. – 360 с.
4. Паламар Л.М. Мова ділових паперів: практ. посіб. / Л.М.Паламар, Г.М.Кацавець – К.Либідь, 1997. – 296 с.
5. Паламар Л.М. Українське ділове мовлення: Навч. посібник. / Л.М.Паламар, Г.М.Кацавець– К.Либідь, 1998. – 296 с.
6. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. І доп. – К.: Знання, 2006. – 291 с.

7. Семеног О.М. Культура наукової української мови: навч. Посіб. / О.М.Семеног. – 2-ге вид., стереотип. – К.: ВЦ «Академія», 2012. – 216 с.
8. Універсальний довідник-практикум з ділових паперів/С.П.Бибик, І.Л.Михно, Л.О.Пустові, Г.М.Сюта. – 2-е вид., доп. І випр.. – К.: Довіра: УНВЦ «Рідна мова», 1999. – 507 с. – (Б-ка держ. Службовця. Держ. мова і діловодство)
9. Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посібник: – К.: Літера ЛТД, 2002 – 480 с.
10. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник.—К.: Алерта, 2010. – 696 с.

Допоміжна література

1. Антисуржик: Вчимося ввічливо поводитися і правильно говорити/ За заг. ред. О.Сербенської. - Львів, 1994.
2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. - К., 1994.
3. Богдан С.К. Мовний етикет українців. - К., 1998.
4. Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне "я".-К., 2001.
5. Караванський С. Секрети української мови. — К., 1994.
6. Культура мови на щодень /За ред. Єрмоленко С.Я. - К., 1997. - Вип. №1.
- 7.Культура української мовлення / За ред. В.Русанівського. - К., 1990.
- 8.Непийвода Н.Ф. Сам собі редактор: Порадник з української мови. - К., 1996.
9. Ю.Пономарів О. Культура слова. -- К., 1999.
- 10.Селігей П. Науковий жаргон: основні ознаки та причини його появи. -К., 2003.

СЛОВНИКИ

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови. - К., 2001.
2. Головащук СІ. Російсько-український словник сталих словосполучень. — К.,2001.
3. Гринчишин Д., Капелюшний А., Сербенська О., Терлак З. Словник-довідник з культури мови. - Львів, 1996.
4. Економічна енциклопедія: У 3 т. - К., 2000.
5. Караванський С. Російсько-український словник складної лексики. - К., 1998.
6. Короткий словник з економіки та менеджменту. Українсько-російсько-англо-німецький. — К., 1996.
7. Кочерган М. Словник російсько-українських міжмовних омонімів. - К., 1997.
8. Новий орфографічний словник української мови. — К., 1997.
9. Новий російсько-український словник. - К., 1998.
- 10.Новий російсько-український словник-довідник юридичної, банківської, фінансової, бухгалтерської та економічної сфери. — К., 1998.
11. Новий тлумачний словник української мови: В 4 т. / Укл. Яременко В.В., Сліпущко О.М. - К., 1999.
12. Орфографічний словник української мови /Укл. ГоловащукС.І., Пещак М.М. та ін. - К., 1999.
13. Російсько-український словник наукової термінології: Суспільні науки. —К., 1994.

Інформаційні ресурси

1. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ <http://nip.tsatu.edu.ua>
2. Наукова бібліотека ТДАТУ <http://www.nip.tsatu.edu.ua>