

О.М.Максимець

**«УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»**

О.М.Максимець

**«УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»**

**Навчальний посібник**

Мелітополь, 2020

УДК 811.161.2'24(076.5)

М 17

Затверджено вченою радою Таврійського державного агротехнологічного  
університету імені Дмитра Моторного

**Рецензенти:**

кандидат філологічних наук, доцент **З.О.Митяй**,  
кандидат філологічних наук, доцент **О.В.Коваль**

ISBN

Навчальний посібник створено відповідно до сучасних концепцій викладання української мови за професійним спрямуванням і зорієнтовано на формування у студентів мовнокомунікативних компетенцій.

Репрезентований матеріал передбачає ознайомлення з мовним законодавством України, вивчення норм української літературної мови (орфографічних, пунктуаційних, лексичних, морфологічних, синтаксичних, стилістичних) у професійному спілкуванні, правил складання професійних документів, з'ясування особливостей усного професійного мовлення, особливостей використання лексики в професійному спілкуванні, засвоєння відомостей про терміни, професіоналізми, номенклатурні назви, опанування основ науково-технічного перекладу.

Для студентів закладів вищої освіти та всіх, хто прагне використовувати мовний ресурс у всіх ділових ситуаціях, дбає про підвищення своєї мовної культури.

ISBN

© О. М. Максимец 2020

## ЗМІСТ

Передмова.....	5
Державна мова – мова професійного спілкування спілкування.....	6
Основи культури української мови.....	26
Етикет ділової людини .....	37
Спілкування як інструмент професійної діяльності.....	66
Риторика і мистецтво презентації.....	79
Культура усного фахового спілкування.....	96
Форми колективного обговорення професійних проблем.....	106
Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. ....	124
Документація з кадрово-контрактних питань.....	148
Довідково-інформаційні, обліково-фінансові та розпорядчі документи.....	158
Службові листи як головний засіб встановлення офіційних та службових контактів між підприємствами, організаціями, фірмами та закладами.....	176
Українська термінологія в професійному спілкуванні.....	190
Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні.....	198
Основи науково-технічного перекладу .....	209

## ПЕРЕДМОВА

Статус державності потрібен нашій мові, щоб після згубних браконьєрських літ повернути їй і природну роль, і силу, і престиж, повністю забезпечити їй право на життя у всіх сферах, на всіх рівнях.

О.Гончар

В умовах розбудови України, утвердження її на міжнародній арені, закріплення української мови як державної, розширення процесів демократизації нашого суспільства постала настійна потреба впровадження української мови в усі сфери життєдіяльності держави, забезпечення використання її у професійній діяльності кожного.

Завдання вищої школи – готувати фахівців нової генерації: кваліфікованих, грамотних, мовно компетентних, які б досконало, ґрунтовно володіли українською літературною мовою у повсякденно-професійній, офіційно-документальній сфері, зокрема набули навичок комунікативно виправданого використання засобів мови, оволоділи мовою конкретної спеціальності, фаху. Акцент переноситься з традиційної настанови – засвоєння відомостей про літературні норми усіх рівнів мовної ієрархії – на формування навичок професійної комунікації, студіювання особливостей фахової мови, на розвиток культури мови, мислення і поведінки особистості.

Отже, майбутнім фахівцям мова потрібна не як сукупність правил, а як система світобачення, засіб культурного співжиття в суспільстві, самоформування і самовираження особистості. Науково доведено, що стрижневими компонентами професійно-комунікативної діяльності є мовленнєва компетенція і компетентність.

Реалізація цього завдання у вищих навчальних закладах України здійснюється шляхом вивчення курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)». Зміст дисципліни покликаний не лише узагальнити й систематизувати знання з української мови, набуті студентами у школі, а й сформувати мовну особистість, обізнану з культурою усного і писемного мовлення, яка вміє в повному обсязі використовувати набуті знання, уміння і навички для оптимальної мовної поведінки в професійній сфері. Зрозуміло, що у цій програмі насамперед подано спільні для всіх сфер професійного спілкування рекомендації, тобто визначена загальна спрямованість курсу та обов'язковий обсяг знань, якими повинні оволодіти студенти. на основі програми викладач самостійно визначає теоретичний та практичний матеріал, враховуючи майбутній фах студента.

# 1. ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

*Мова – це не просто спосіб спілкування, а щось більш значуще.  
Мова – це всі глибинні пласти духовного життя народу,  
його історична пам'ять, найцінніше надбання віків,  
мова – це ще й музика, мелодика, фарби, буття, сучасна,  
художня, інтелектуальна і мисленнева діяльність народу*  
Олесь Гончар

## Предмет і завдання курсу, його наукові основи.

Метою курсу є підвищення рівня загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності студентів, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового, розмовного стилів української мови, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні.

Мета навчальної дисципліни: формування комунікативної компетентності студентів; набуття комунікативного досвіду, що сприяє розвитку креативних здібностей студентів та спонукає до самореалізації фахівців, активізує пізнавальні інтереси, реалізує евристичні здібності як визначальні для формування професійної майстерності та конкурентноздатності сучасного фахівця; вироблення навичок оптимальної мовної поведінки у професійній сфері: вплив на співрозмовника за допомоги вмілого використання різноманітних мовних засобів, оволодіння культурою монологу, діалогу та полілогу; сприйняття й відтворення фахових текстів, засвоєння лексики і термінології свого фаху, вибір комунікативно виправданих мовних засобів, послуговування різними типами словників.

Завдання навчальної дисципліни: сформувати чітке і правильне розуміння ролі державної мови у професійній діяльності; забезпечити досконале володіння нормами сучасної української літературної мови та дотримання вимог культури усного й писемного мовлення; виробити навички самоконтролю за дотриманням мовних норм у спілкуванні; розвивати творче мислення студентів; виховати повагу до української літературної мови, до мовних традицій. сформувати навички оперування фаховою термінологією, редагування, коригування та перекладу наукових текстів.

До закінчення курсу студенти повинні: ґрунтовно засвоїти норми сучасної української літературної мови й практично оволодіти ними; правильно використовувати різні мовні засоби відповідно до комунікативних намірів; влучно висловлювати думки для успішного вирішення проблем і завдань у професійній діяльності; сприймати, відтворювати, редагувати тексти офіційно-ділового й наукового стилів; скорочувати та створювати наукові тексти професійного спрямування, складати план, конспект, реферат тощо, робити необхідні нотатки, виписки відповідно до поставленої мети; складати різні типи документів, правильно добираючи мовні засоби, що репрезентують їх специфіку; послуговуватися лексикографічними джерелами (словниками) та

іншою допоміжною довідковою літературою, необхідною для самостійного вдосконалення мовної культури.

### *Мова як суспільне явище. Основні функції мови*

Мова – одне з найбільших надбань усього народу і кожної людини зокрема. Ми з дитинства засвоюємо найпростіші формули спілкування і впродовж життя, пізнаючи світ, поповнюємо свій словник найрізноманітнішими мовновиражальними засобами. В сучасному глобалізованому світі бурхливого розвитку науки й техніки мова залишається одним із важливих джерел інформації, це ключ до професійних знань. Саме у мові віддзеркалюється інтелект людини, її освіченість, мислення, світосприйняття, мораль.

Мова та література в системі культурних цінностей українського суспільства є найсуттєвішими складовими. Нормальний розвиток мови – це одна з передумов здорового розвитку нації, утвердження естетичних і моральних ідеалів. Література й мова – духовні підвалини нації, без яких вона не може розвиватися в інших сферах суспільного життя.

Мова – явище суспільне, що виникає, розвивається, живе й функціонує в суспільстві. Зв'язок мови і суспільства обопільний, оскільки мова – найважливіше знаряддя соціалізації людини. З одного боку, мова створюється і розвивається суспільством, з другого – без мови не було б суспільства. Суспільство обслуговують, крім мови, й інші явища – наука, техніка, ідеологія, культура, релігія тощо, однак мова виокремлюється з усіх інших суспільних явищ, бо вона обслуговує всі без винятку сфери життя та діяльності людини.

Мова є універсальним засобом спілкування, мислетворення, інтелектуального та естетичного освоєння світу, нагромадження і збереження людського досвіду, а також умова подальшого поступу всього людства.

Мова лежить в основі духовного єднання людей у певну спільноту. Як зазначав І.Огієнко: „В мові наша стара й нова культура, ознака нашого національного визнання... І поки живе мова – житиме й народ, як національність”. У мові виявляється генотип нації, досвід її буття, закладено код нації, її ментальність. Мова – найважливіша ознака нації та засіб репрезентації її у світі, вона є необхідною умовою як існування самого народу, так і його культури. Мову І.Франко назвав “коштовним скарбом народу”, Олесь Гончар – “генофондом культури”, а М.Рильський – основою духовного життя.

Мова – це система звукових, письмових знаків або символів, що служать засобом людського спілкування, мислительної діяльності, способом вираження самосвідомості особистості.

Мова є головною формою національної культури й насамперед першоосновою літератури. Словесна творчість народу – це його характер, його пам'ять, історія й духовна могутність. Стан літератури в суспільстві відбиває стан мовного самовиявлення народу в найширшому розумінні цього слова. Література підвищує інтелектуальний рівень особистості, збагачує словниковий

запас мовця, розвиває творчу уяву, мислення, що вкрай необхідне людині як у навчальній, так і в подальшій професійній діяльності.

На всій території нашої держави українська літературна мова функціонує в усній та писемній формах.

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

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

Обидві форми свідчать про їх єдність, що зумовлене характером мовного матеріалу, адже будь-яке слово можна реалізувати усно, вимовити, а можна й записати. Обидві форми мають свою специфіку в дотриманні норм літературної мови, використанні стилістичних засобів.

Обидві форми дуже важливі для розвитку мови. Усна мова, яку постійно збагачують, є джерелом розвитку писемної. У писемній мові закріплено традиційні мовні засоби зразкового висловлювання. Від уміння вільно висловлюватися усно й писемно залежить успіх спілкування мовців у найрізноманітніших комунікативних ситуаціях.

Роль і місце української мови визначається особливостями мови як могутнього націє- й державотворчого фактора, вагомим чинником формування особистості громадянина України. Мовознавці визнають українську мову однією з найрозвиненіших мов світу. Серед 40 найпоширеніших мов світу вона посідає 26-е місце. У світі українську мову знають та шанують, захоплюються її мелодійністю, фонетичною розкішшю, лексичним і фразеологічним багатством, величезними словотвірними можливостями, синтаксичною гнучкістю. На конкурсі мов, який проходив у Парижі 1934 року, вона посіла 3-є місце після французької та перської мов.

За даними лінгвістів, українська мова має 41 мільйон носіїв – в Україні, США, Канаді, країнах Євросоюзу, Латинській Америці, Австралії та Російській Федерації. На європейському континенті українська мова за кількістю носіїв посідає 8-е місце після іспанської, англійської, португальської, російської, німецької, французької, польської.

Отже, мова – це дзеркало національної ментальності, важливий чинник консолідації народу, об'єднання громадян у державі для забезпечення їх економічного, політичного, правового та культурного життя.

Жодне суспільство, на якому б рівні розвитку воно не перебувало, не може існувати без мови. Обслуговуючи потреби суспільства, мова виконує цілу низку функцій, життєво важливих для суспільства взагалі, окремих груп і для кожного носія мови зокрема.

Функції мови, як суспільного явища, відбивають особливості історії народу – носія національної мови, характер мовної ситуації в суспільстві.

Функції мови – це призначення, роль, завдання, що їх виконує мова в суспільному вжитку.

Основні функції мови:

Комунікативна функція. Мова – найважливіший засіб спілкування і порозуміння між людьми. Це одна з найголовніших соціально-практичних функцій мови. Їй так чи інакше підпорядковані всі інші функції. Вона є важливою для кожної людини, для існування суспільства й для життя самої мови: мова, якою не спілкуються, стає мертвою; народ, який утрачає свою мову, зникає.

Мова – засіб обміну інформацією в усіх суспільно важливих сферах комунікації: політиці, науці, у галузі економіки, виробництва і діловій сфері, в освіті, культурі та ін.

Мова – це універсальний засіб спілкування. Невербальна (несловесна) комунікація є похідною від мовної комунікації, бо всі можливі знаки і сигнали нам щось „промовляють”.

Мислетворча функція. Мова – засіб людського мислення: творення, оформлення і вираження думки. Мислення є конкретне й абстрактне. Тому мислити означає оперувати поняттями у мовній формі, у мовному вираженні. Мислення – це внутрішнє мовлення. Мислить людина тією мовою, яку знає найкраще, – рідною. Отже, сам процес мислення має суто національну специфіку, яка зумовлена національним характером мови. В народі кажуть: „Хто ясно думає, той чітко висловлюється”.

Номінативна функція. Мова є засобом називання всіх предметів, ознак, дій, кількості, всього навколишнього світу, реальних та ірреальних сутностей. Цей процес науковці називають лінгвалізацією, або омовленням світу. Завдяки цій функції, мову можна розглядати як окрему своєрідну картину світу, що відображає національне світобачення і світовідчуття. Разом з іншими факторами етнотворення мова формує національний менталітет, національну культуру і духовність нації. Мовці намагаються в усіх сферах спілкування творити назви своєю мовою. Хоча немає в світі мов, які б не запозичували назв з інших мов. Але якщо запозичень занадто багато, виникає загроза втратити самобутність своєї мови. А тому доля кожної мови, навіть найменшої й найекзотичнішої, має бути об’єктом постійної турботи не тільки носіїв цієї мови, але і людства в цілому та кожної порядної людини зокрема.

Пізнавальна функція. Мова – засіб пізнання світу й накопичення людського досвіду. На відміну від інших істот, людина користується не лише індивідуальним досвідом і знаннями, а усім набутком своїх попередників та сучасників, тобто суспільним досвідом, але за умови досконалого знання мови, й бажано не однієї. Пізнаючи будь-яку мову, людина пізнає різнобарвний світ крізь призму саме цієї мови. А оскільки кожна мова є неповторною картиною світу – зникнення якоїсь із них збіднює уявлення людини про багатогранність світу, звужує її досвід.

Культурологічна функція. Культура кожного народу дістала відображення і фіксацію найперше в його мові. Для глибинного пізнання нації необхідне знання її мови, яка виконує функції своєрідного каналу зв’язку культур між народами. Пропагуючи свою мову в світі, ми пропагуємо власну культуру, її надбання, збагачуючи світову культуру. Культурологічна функція реалізується

і на особистісному рівні. Людина, пізнаючи мову свого народу, прилучається до джерел духовної нації, з часом стає її носієм і навіть творцем. Це право й обов'язок кожного та водночас усіх – надійний показник реального, а не лише декларованого патріотизму. Через мову передається й естафета духовних цінностей від покоління до покоління. Що повнокровніше функціонує в суспільстві мова, то надійніший зв'язок та багатша духовність наступних поколінь.

Естетична функція. Мова – засіб творення позитивних емоцій, краси. Існування мови у фольклорі, красному письменстві, театрі, пісні тощо дає підстави твердити, що вона є першоджерелом культури, оскільки водночас є і знаряддям, і матеріалом створення культурних цінностей. У живому мовленні мова виконує в основному комунікативну функцію. У художньому творі головне призначення мови – образотворення. Адже за допомогою мовних образів художнього твору відбувається „спілкування” митця з читачем. Ключем до образної структури твору, його ідейно-естетичного потенціалу є мова тексту. Що краще знаємо мову, то повніше розкриваються перед нами глибини твору. Виховання відчуття краси мови – основа будь-якого естетичного виховання, що найвиразніше проявляється при сприйнятті ораторського та художнього, зокрема поетичного, мовлення.

Експресивна функція. Мова є універсальним засобом вираження внутрішнього світу людини. Вона дає можливість перетворити внутрішнє, суб'єктивне у зовнішнє, об'єктивне, доступне для сприйняття. Мову використовують не лише для простого повідомлення, а й для вияву своїх переживань, почуттів, емоцій. Уся система мовних засобів, що висловлюють світ емоцій, віддзеркалює неповторність світобачення і світовідчуття української нації, особливості морально-етичних принципів та релігійних настанов.

Ідентифікаційна функція. Мова є засобом ототожнення в межах певної спільноти. Вона єднає між собою представників певної нації у часі й просторі. Завдяки мові, ми, сучасники, відчуваємо свою спільність і зі своїми попередниками, і з нащадками, і з тими, хто перебуває поряд, і з тими, хто в інших краях. Кожна людина має своєрідний індивідуальний мовний „портрет”, мовний „паспорт”, у якому відображено всі її національно-естетичні, соціальні, культурні, духовні, вікові та інші параметри. Цю функцію можна назвати об'єднуючою, адже є багато людей неукраїнського походження, які стали українцями за духом, бо сприйняли з українською мовою культуру, весь світ українства.

Це перелік лише основних функцій мови, але він далеко не повний. Крім названих, ще можна вказати на етичну (мова – засіб дотримання норм поведінки, моральних правил); фатичну (контактновстановлювальну) – звертання на себе уваги, підготовка співрозмовника до сприйняття інформації, волюнтативну (мова є вираженням волі щодо співрозмовника; прохання, запрошення, порада, спонування тощо); виховну (слово прищеплює моральні

принципи, виховує національно свідомого громадянина); державотворчу (мова є виявом саморозвитку держави) тощо.

Оскільки мова – явище системне, всі її функції виступають не ізольовано, а проявляються в тісній взаємодії. Повнота виконання функцій означає ефективність мовоіснування.

### **Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови**

Мова – найважливіший засіб спілкування людей, тобто засіб вираження і передавання думок, почуттів, волевиявлень.

Мова – суспільне явище, що виникає, розвивається, живе і функціонує в суспільстві.

Форма існування мови – мовлення, тобто різноманітне використання мови в усіх сферах громадського та особистого життя.

Державною мовою в Україні може бути лише літературна українська мова як мова корінного народу.

Національна мова – це мова, що є засобом усного й писемного спілкування нації. Національною мовою української нації є українська мова. Формування української національної мови відбувалося на основі мови народності в період інтенсивного становлення української нації (друга половина 18 – початок 19 ст.) як стійкої спільності людей, що мають спільну територію, економічні та політичні зв'язки, літературну мову, культуру.

Поняття «національна мова» охоплює всі мовні засоби спілкування людей – літературну мову та діалекти.

Діалект (від грец. *dialektos* – розмова, говір, наріччя) – це різновид національної мови, вживання якого обмежене територією чи соціальною групою людей. Відповідно розрізняють територіальні та соціальні діалекти.

Територіальний діалект – засіб спілкування людей, які об'єднанні спільною територією, елементами матеріальної і духовної культури, історико-культурними традиціями, самосвідомістю.

Наріччя – сукупність структурно близьких діалектів.

Сукупність усіх наріч – діалектна мова.

Наріччя діалектної мови:

- *північне* (східнополіський, середньополіський, західнополіський діалекти);
- *південно-східне* (середньонаддніпрянський, слобожанський, степовий діалекти);
- *південно-західне* (лемківський, надсянський, закарпатський, покутсько-буковинський, гуцульський, бойківський, наддністрянський, волинський, подільський діалекти).

Територіальні діалекти лягли в основу національної мови.

Соціальний діалект – відгалуження загальнонародної мови, вживане в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення, тобто має виразну корпоративно-групову форму його породження та існування. Мова суспільства залежить від розвитку продуктивних сил. Тому

соціально-діалектні відмінності в межах національної мови зберігаються, на відміну від територіально-діалектних, які поступово нівелюються.

*Літературна мова* – унормована, загальноприйнята форма народної мови, яка відіграє провідну роль у складі національної мови.

За функціональним призначенням – це мова державного законодавства, засіб спілкування людей у виробничо-матеріальній і культурній сферах, мова освіти, науки, мистецтва, засобів масової інформації.

Поділ мови на літературну та народну означає тільки те, що ми маємо так би мовити, мову «сиру» і оброблену майстрами.

Окремі фонетичні риси укр. мови виявляються у Галицько-Волинському літописі (13 ст.), хоча першою пам'яткою, яка відбивала усі фонетичні та морфологічні особливості УЛМ, вважають Пересопницьке Євангеліє (1556-1561).

Історично в Україні існувало два типи літературної мови: *словяноруська* (взаємодія церковнослов'янської та давньоруської книжної мови) та *староукраїнська* (проста, руська, діалект руський), що розвинулась на основі книжної давньоруської мови і живого українського народного мовлення. Першу використовували в конфесійній літературі, а другу – у ділових паперах, літописах, полемічній і навіть релігійній літературі. Ця мова була державною не лише в Україні, а й Литві та Молдавському князівстві. За словами І. Огієнка, «Мова вкраїнська зробилася тоді державною мовою, нею вчили по школах, нею вчили по церквах, нею суд вели і нашою мовою балакали тоді і вища старшина, і в королівським палаці».

Зразком староукраїнської мови є художні твори українського філософа, поета 2 половини 18 століття Г.Сковороди. Мову творів Сковороди мовознавець Ю.Шевельов назвав «мовний Еверест».

*Всякому городу нрав и права;  
Всяка имеет свой ум голова;  
Всякому сердцу своя есть любовь,  
Всякому горлу свой есть вкус каков.*

Українській літературній мові випадало залишатися на цій вершині або спуститися вниз, наблизитися до народних джерел. Народ у той час говорив інакше, про що свідчили українські народні пісні 17ст. («Їхав козак за Дунай», «Ой, не ходи, Грицю» та ін.), народні думи. Саме мову простих полтавчан відтворив Котляревський, пишучи «Енеїду» (1798), яка поклала початок новій СУЛМ.

*Еней був парубок моторний  
І хлопець хоч куди козак,  
Удавсь на всеє зле проворний,  
Завзятіший од всіх бурлак.*

І. Котляревського вважають зачинателем нової УЛМ, традиції якої продовжили Г. Квітка-Основ'яненко, Є. Гребінка, П. Гулак-Артемівський. Основоположником сучасної УЛМ є Т. Шевченко. Саме він став реформатором УЛМ, творцем нової української літератури. Заслуга Т. Шевченка перед українською культурою полягає насамперед у тому, що він надав літературній мові внутрішньоестетичної впорядкованості, збагативши народну мову органічним введенням у неї елементів з інших джерел і тим самим віддаливши мову літератури від побутової мови. Коли в українців з'явився Т. Шевченко, питання про те, бути українській мові, українській культурі, перестало існувати. Він став виразником дум і прагнень укр. народу, заявивши про це на весь голос:

*Возвеличу малих рабів отих німих.  
Я на сторожі коло них поставлю слово!*

На 20-40 роки 19 ст. припадають спроби граматичного вивчення української мови. Вагому роль відіграла 1-ша граматика української мови О. Павловського «Грамматика малороссийского наречия» (1818).

Єдності УЛМ домогтися було дуже важко. На початку 20 ст. Наддніпрянщина користувалася мовою Т. Шевченка, Галичина й Буковина – галицьким варіантом, Закарпаття – «русинською» мовою. Який з цих варіантів був в офіційному вжитку? Якоюсь мірою всі три.

У 1921 році при АН створений Інститут української мови, посилено роботу над впорядкуванням українського правопису, підготовкою термінологічних словників. Образно про сторінки історії української мови писала Л. Костенко:

*Я скоро буду виходити на вулиці Києва  
з траурною пов'язкою на рукаві –  
умирає мати поезії мого народу!  
Усе називається Україною –  
універмаг, ресторан, фабрика.  
Хліб український,  
телебачення теж українське.  
На горілчаній етикетці  
експортний гетьман з булавою.  
І тільки мова чужа у власному домі.  
У шовінізму кігті підсвідомі.*

Масовими стали випадки відмови від вивчення української мови в середніх школах. Наслідком існування СРСР стала повна русифікація населення великих міст східних та південних областей України, зменшення українських шкіл у Харкові, Києві, Черкасах, Сімферополі та ін.

Тому 1989 року виникла потреба у зв'язку зі змінами в політичному житті країни надати українській мові державного захисту. Прийнятий 28 жовтня 1989

року Закон «Про мови в УРСР» закріпив державний статус української мови, гарантував всебічний її розвиток і функціонування в усіх сферах суспільного життя.

#### Основні тенденції розвитку УЛМ.

На сучасному етапі спостерігаються такі основні тенденції розвитку української літературної мови:

1. Поповнення української мови великою кількістю номінативних словосполучень, що відображають реалії економічного, політичного, культурного життя сучасної України, напр.: ринкові відносини, правова держава, соціальний захист ...

2. Переміщення певної частини спеціальної лексики до розряду широковживаної: емісія, ліцензія, менеджер, законопроект, плюралізм, ротація, толерантний ...

3. Простежуються явища, які нівелюють національні риси української мови – «засмічення» іншомовними словами, і це при тому, що існують українські назви: ноу-хау (знаю як), дивіденд (прибуток), брифінг (зустріч), шоп (магазин).

4. Намагання вилучити зі словника ті іншомовні слова, які стали органічними її елементами, і замінити їх штучно створеними. особливо в галузі термінології та професійної лексики: вертоліт – гвинтокрил; фотографія – світлина; слайд – прозірка ...

5. Зближення діалектів з УЛМ.

6. Зростання зацікавленості у вивченні мови громадян інших країн з метою навчатися, працювати чи навіть отримати українське громадянство.

#### Найістотніші ознаки літературної мови.

Літературна мова характеризується такими ознаками:

■ унормованість – чіткі, обов'язкові правила вимови звуків, наголошування, вживання слів, творення та використання граматичних форм, синтаксичних конструкцій.

■ стандартність – збереження внутрішньої єдності та цілісності, незважаючи на різноманітність мовних засобів, функціонально-стилістичних варіантів.

■ наддіалектність – СУЛМ сформувалася на основі середньонаддніпряньських говірок, але в процесі свого розвитку вийшла за межі одного діалектного масиву, збагатилася мовними одиницями з інших діалектів і розширила сферу вживання на всю територію України.

■ поліфункціональність – здатність виконувати різні функції. Літературна мова може передавати найрізноманітнішу інформацію в різних сферах суспільного життя, тому що володіє великим багатством мовновиражальних засобів.

■ стилістична диференціація – ознака високорозвиненої літературної мови, відбиває багатство матеріальної і духовної культури народу. Функціонуючи у різних сферах суспільного життя, мова набуває типових

ознак. Їх носії мови усвідомлюють як певні мовні одиниці за функціональним призначенням у відповідні структури – функціональні стилі.

■ наявність усної та писемної форм вираження. Форми відрізняються одна від одної способом передавання мовлення: усна форма пов'язана з вимовою звуків і їх акустичним сприйняттям; писемна – з графічним відображенням мовлення і читання.

Варто знати деякі шляхи наближення писемного мовлення до усного.

#### Способи наближення писемного мовлення до усного

1. Замінити довгі речення короткими.

2. Обов'язково використовувати звертання до слухачів.

3. Вживати вставні слова, які допомагають впорядковувати послідовність викладу думок (по-перше, по-друге, наступне), висловити власну оцінку повідомлюваного (на нашу думку, як бачимо, можна сказати), зберігати смислові, причинно-наслідкові зв'язки (отже, таким чином, можна зробити висновок, загалом).

4. Ставити прямі та непрямі запитання (вони сприяють активізації уваги слухачів), наприклад: Які форми існування літературної мови знаємо? І одночасно давати відповіді на них: Існує дві форми реалізації літературної мови – усна та писемна.

5. Обов'язково робити паузи між частинами тексту, щоб дати слухачам можливість осмислити почуте. Темп мовлення варто обрати середній. Взятую тональність (робоча чи урочиста, піднесена чи буденна) треба зберігати протягом усього виступу.

6. Не вживати над міру слів іншомовного походження та вузькоспеціальних слів-термінів або коротко пояснити зміст використаних.

7. Намагатися замінити віддієслівні іменники дієсловами, які роблять усне мовлення динамічним, порівняємо: Це може бути свідченням завершення формування першої стадії. – Це свідчить про завершення формування першої стадії.

8. Дієприкметникові та дієприслівникові звороти краще замінити окремими реченнями, порівняємо: Починаючи вивчати проблему, спочатку опрацюйте необхідну літературу. – Коли починаєте вивчати проблему, спочатку опрацюйте потрібну літературу.

9. Зайвий раз не ускладнювати речення, порівняємо: Цей факт можна оцінити як нагадування. – Цей факт є нагадуванням.

10. Якомога менше вживати цифрових даних. Якщо це неможливо, то будувати речення так, щоб числівники були у формі називного відмінка, порівняємо: Дефіцит вимірюється 6 мільйонами 924 тисячами 549 гривнями. – Дефіцит становить 6 мільйонів 924 тисячі 549 гривень.

#### Мовні норми

Українська літературна мова як вища форма загальнонародної національної мови характеризується наявністю сталих норм, які є обов'язковими для всіх її носіїв.

Унормованість – основна ознака літературної мови.

Норма літературної мови – це сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, закріплених в процесі суспільної комунікації.

Результатом визнання літературних норм є їх кодифікація у словниках і граматиках, що фіксують усталені мовні явища.

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

У сучасній українській літературній мові розрізняють такі **типи норм**:

1. Орфоепічні (норми правильної вимови), наприклад:

- тверда вимова шиплячих: *чай, чому, Польща* (а не *чъай, чьому, Польща*);
- дзвінкі приголосні в кінці слова або складу не оглушуються: *гриб, репортаж, любов, раз, лід* (а не *грип, репорташ, любоф, рас, літ*);
- голосний *о* ніколи не наближається до *а* : *молоко, потреби, дорога* (а не *малако, патреби, дарога*);
- літера *щ* передає звуки *шч*: *вищий, що* (а не *висший, шо*);
- буквосполучення *дж, дз* передають злиті звуки: *сиджу, кукурудза* (а не *сижу, кукуруза*);
- літера *г* передає звук *г*: *обґрунтування, гатунок* (а не *обгрунтування, гатунок*).

2. Акцентуаційні (норми правильного наголошування), наприклад: *ненависть, середина, новий, близький, чотирнадцять, текстовий, мабуть, завжди, літопис, байдуже, випадок, ідемо, підуть, разом, приятель, показ*.

3. Морфологічні (норми правильного вживання відмінкових закінчень, родів, чисел, ступенів порівняння і под.), наприклад:

- вживання закінчень кличного відмінка: *пане професоре, Андрію Петровичу, Ольго Василівно, добродію Панчук*;
- вживання паралельних закінчень іменників у давальному відмінку: *декану і деканові, директору і директорові, сину і синові*; при цьому, називаючи осіб, слід віддавати перевагу закінченням *-ові, -еві*, наприклад: *панові Ткаченку, ректорові, але заводу, підприємству, відділу* тощо. У випадку, коли кілька іменників–назв осіб підряд стоять у давальному відмінку, закінчення потрібно чергувати: *генеральному директорові Науково–дослідного інституту нафти і газу панові Титаренку Сергію Олександровичу*;
- вживання іменників чоловічого роду на позначення жінок за професією або родом занять: *професор Городенська, лікар Тарасова, заслужений учитель України Степова, декан Світлана Шевченко, викладач Олена Петрук* (слова *лікарка, викладачка, завідувачка* і под. використовуються лише в розмовно-побутовому стилі, але *аспірантка, артистка, журналістка, авторка* – і в професійному мовленні);

- чоловічі прізвища на *-ко, -ук* відмінюються: *Олегові Ткачуку* (але *Олені Ткачук*), *Василя Марченка* (але *Мар'яни Марченко*), *Максимові Брикайлу* (але *Тетяні Брикайло*);
- форми ступенів порівняння прикметників та прислівників: *дорожчий, найдорожчий* (а не *більш дорожчий, самий дорогий*); *швидше, найшвидше, якнайшвидше, щонайшвидше* (а не *саме швидше, більш швидше, більш швидкіше* і т.д.);
- визначення роду іменників: так, слова *шампунь, аерозоль, біль, степ, нежить, тюль, ступінь, Сибір, поні, ярмарок* – чоловічого роду; слова *бандероль, барель, ваніль, авеню, альма-матер* – жіночого; *євро, Тбілісі, табло* – середнього;
- використання іменників, прикметників тощо замість активних дієприкметників: *завідувач кафедри* (а не *завідуючий*), *виконувач обов'язків* (а не *виконуючий*), *чинний правопис* (а не *діючий*), *відпочивальники* (замість *відпочиваючі*) і т.д.

4. Лексичні (норми правильного слововживання), наприклад:

Правильно:

*зіставляти*  
*численний*  
*нечисленний*  
*збігатися*  
*наступний, такий*  
*навчальний*  
*протягом, упродовж тижня*  
*добре ставлення*  
*вживати заходи*  
*брати участь*  
*брати до уваги*  
*захід*  
*висновок*  
*укладати угоду, підписувати договір*  
*складати іспит*  
*навичка*  
*оголошення*  
*з'ясувати*  
*відгук*

Неправильно:

*співставляти*  
*багаточисельний*  
*малочисельний*  
*співпадати*  
*слідуючий*  
*учбовий*  
*на протязі тижня*  
*добре відношення*  
*приймати міри*  
*приймати участь*  
*приймати до уваги*  
*міроприємство*  
*заключення*  
*заключати договір*  
*здавати іспит*  
*навик*  
*об'ява*  
*вияснити*  
*відзив*

5. Синтаксичні (норми правильної побудови речень і словосполучень, уживання прийменників), наприклад:

Правильно:

*згідно з наказом*  
*відповідно до інструкції*  
*проректор з наукової роботи*

Неправильно:

*згідно наказу*  
*у відповідності з інструкцією*  
*проректор по науковій роботі*

*лекція з математики  
робота за сумісництвом  
незважаючи на це  
комісія з питань  
на замовлення  
за наявності, у разі  
тому що, оскільки  
деякою мірою*

*лекція по математиці  
робота по сумісництву  
не дивлячись на це  
комісія по питанням  
по замовленню  
при наявності  
так як  
в деякій мірі*

**6. Стилістичні норми** визначають вживання мовних засобів відповідно до стилю мовлення. Добір мовних елементів відповідає потребам сфер комунікації, меті і завданням висловлювання. Для офіційно-ділового стилю, наприклад, характерні мовні штампи, що зазнають викривлення внаслідок впливу російської мови. норма порушення норми обіймати посаду витяг із протоколу чинне законодавство укладати угоду займати посаду виписка із протоколу діюче законодавство заключати угоду Для наукового стилю притаманне вживання терміні з різних галузей знань, напр.: ринкові відносини, суб'єкти господарювання.

**7. Графічні** (норми передавання звуків і звукосполучень на письмі);

**8. Орфографічні норми** охоплюють правила написання слів та їх частин, вживання великої літери, написання слів разом, окремо і через дефіс, правила переносу слів.

Слова в українській мові пишуться за такими принципами:

1. фонетичним (пишуться так, як і вимовляється): книга, товариство, бульйон;

2. морфологічним (позначення на письмі складових частин слова незалежно від їхньої вимови): зчитувати, снишся, укладається;

3. історичним (традиційним) (букви, морфеми, слова пишуться за традицією, а не відповідно до існуючих норм): меншості, ясний, черговий;

4. смисловим (диференціюючим) (різне написання однозвучних слів, які мають не однакове значення): проте, про те, вдень, в день, Кривий Ріг, кривий ріг.

**9 Пунктуаційні норми** регулюють вживання розділових знаків: крапки, знака питання, знака оклику, трьох крапок... Вони полегшують сприймання тексту і виклад думок на папері. Сучасна українська пунктуація ґрунтується на граматичному, смисловому та інтонаційному принципах. Розділові знаки, вживані за граматичним принципом, є обов'язковими, бо зумовлені граматичною структурою речення.

Наприклад, крапка чи інші знаки у кінці речення, певні розділові знаки між частинами складного речення, при вставних конструкціях, між однорідними членами речення тощо. За смисловим принципом розділові знаки ставляться з урахуванням семантики речення та його структури, проте досить часто,

особливо в рекламних оголошеннях, можна прочитати: *Фірма оптом і в роздріб продає дитячий, жіночий, чоловічий, вовняний одяг*. А правильно було б так: *Фірма оптом і в роздріб продає дитячий, жіночий і чоловічий вовняний одяг*. Це типовий приклад порушення смислового принципу вживання розділових знаків та пунктуаційної норми при однорідних членах речення. На основі інтонації ставиться крапка, знак питання, знак оклику, три крапки, а іноді й тире. Культура писемного й усного мовлення всіх, хто користується українською мовою як засобом спілкування, полягає в тому, щоб досконало оволодіти мовними нормами і послідовно дотримуватися їх.

Останні три типи мовних норм (*графічні, орфографічні, пунктуаційні*) називаються **правописними**.

### **Мовна політика і мовне законодавство України**

Функціонування української літературної мови залежить від стану мовної політики в державі, освіті, культурних традицій народу.

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

Мовна політика є частиною національної політики, органічною складовою певного політичного курсу держави. Національна комісія зі зміцнення демократії та утвердження верховенства права розробила концепцію державної мовної політики.

**Мовне законодавство** – це сукупність чинних законів держави, окремі статті Конституції, які регулюють мовну ситуацію, щоб запобігти конфліктам. Мовне законодавство є частиною мовної політики - сукупності ідеологічних постулатів і практичних дій, спрямованих на регулювання мовних відносин у країні або на розвиток мовної системи у певному напрямі. Основою мовного законодавства для кожної країни є мовний закон, який утверджує одну або кілька мов у статусі державної, а також захищає мови національних меншин. Мовне законодавство є одним із найважливіших чинників формування демократії та дотримання мовних прав усіх громадян у країні.

#### **Мовне законодавство в Україні. Історичний аспект**

- Конституція України - 28.06.1996  
Першим положенням, що регулювало мовне становище в Україні та забезпечувало українській мові, була 10 стаття I Розділу Конституції України від 28.06.1996. Згідно неї, державною мовою в Україні утверджувалась виключно українська мова.
- Рішення Конституційного Суду України - 14.12.1999  
У 1999 році 55 народних депутатів здійснили два конституційних подання щодо офіційного тлумачення окремих положень статті 10 Конституції України стосовно обов'язковості застосування державної мови органами державної влади і місцевого самоврядування, їх посадовими особами, а також у навчальному процесі в державних навчальних закладах України.

Суд установив, що положення Конституції України зобов'язують застосовувати державну – українську мову як мову офіційного спілкування посадових і службових осіб при виконанні ними службових обов'язків, в роботі і в діловодстві тощо органів державної влади, представницького та інших органів Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування, а також у навчальному процесі в державних і комунальних навчальних закладах України. Водночас, держава повинна сприяти захисту та розвитку мов усіх корінних народів національних меншин України.

- Європейська Хартія регіональних мов або мов меншин - 15.05.2003

15 травня в Україні ратифікували Хартію регіональних мов, зробивши це з порушеннями. Український переклад тексту здійснювався з російського документу, а не з оригіналу, що породило багато неточностей у термінології. Зокрема, термін *minority language* в українському варіанті перекладений як “мова меншин”, однак правильне тлумачення звучить як “мова, що вимирає”. Через неправильний переклад в український текст Хартії внесли мови, які є достатньо поширеними та не знаходяться на межі вимирання (білоруську, болгарську, молдавську, німецьку, польську, російську, румунську, словацьку й угорську), а також неправильні назви мов: білоруської, болгарської, гагаузької, грецьку (замість новогрецької) та єврейську (замість ідиш). Натомість мов, які справді потребують захисту (ромської, кримчацької та караїмської) не було включено.

Прийняття закону теж відбувалося з порушеннями, оскільки він не був включений до порядку денного пленарного засідання.

- Закон України “Про засади державної мовної політики” №9073 - 3.07.2012

Прийняття закону у 2012 році відбулось з порушенням законодавчих норм, норм регламенту прийняття законів та їх попереднього розгляду. Цей закон мав двох авторів: Вадима Колесніченка та Сергія Ківалова. Закон розширював межі побутування регіональних мов, які певний осередок має право обирати, якщо займає 10% населення в регіоні, а в окремих випадках цей показник є необов'язковим. Трактуювання терміна «рідна мова» в проекті закону є досить суперечливим, адже в ньому сказано: «рідна мова – це перша мова, якою особа оволоділа в ранньому дитинстві». Тобто людина може назвати рідною мову будь-якої країни, якщо за якихось причин саме нею першою він оволодів. У 2018 році закон був визнано антиконституційним.

- Закон України “Про внесення змін до деяких законів України щодо захисту інформаційного телерадіопростору України” - 05.02.2015

Закон вимагає від телерадіоорганізацій, аби 75% продукту на загальнонаціональній та регіональних телеканалах було україномовним, а на місцевих - 60%. Його вводили в дію впродовж 3 етапів, тож перехідний етап склав 3 роки. У повному обсязі закон запрацював лише у 2018 році. Закон чітко регулює використання мов у аудіосупроводі фільмів:

- Телерадіоорганізації повинні транслювати усі фільми (що не є їхнім власним продуктом) виключно державною мовою – за винятком тих, що відзняті до 1 серпня 1991 року.

- Фільми, які створені у час СРСР не російською і не українською мовами, однак мають російський дубляж, повинні бути перекладені державною мовою.

- Трансляції фільмів недержавною мовою повинні мати україномовне субтитрування. Окрім регулювання мовного співвідношення в теле- та радіоефірі, закон забороняє використання та розповсюдження телепередач, виготовлених після 1 серпня 1991 року, які містять відкриту пропаганду дій країни-агресора або підтримують (виправдовують) окупацію територій України. Закон також забороняє трансляцію фільмів і програм за участі осіб, внесених до «Переліку осіб, які створюють загрозу національній безпеці».

- Закон України “Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки” – 09.04.2015

Стаття цього закону доповнювала текст закону про “мовні квоти” та забороняла розповсюджена аудіо- та візуальних матеріалів, що містять пропаганду у яких заперечується або виправдовується злочинний характер комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років в Україні, злочинний характер націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму. Заборонено поширювати матеріали, у яких створюється позитивний образ осіб, які обіймали керівні посади у комуністичній партії (посаду секретаря районного комітету і вище), вищих органах влади та управління СРСР, УРСР (УСРР) тощо.

- Закон України “Про державну службу” – 10.12.2015

Згідно положень закону, Конституцією України українській мові надано статус мови офіційного спілкування посадових осіб державних органів та органів місцевого самоврядування під час виконання посадових обов’язків, а також мови діловодства і документації цих органів та посадових осіб.

- Закон України “Про внесення змін до деяких законів України щодо частки музичних творів державною мовою у програма теле- та радіоорганізацій” – 16.06.2016

Прийнятий закон зобов’язує телерадіоорганізації при здійсненні радіомовлення забезпечувати частку пісень державною мовою не менше 35% від загального обсягу пісень, поширених протягом доби, зокрема, не менше 35% від загального обсягу пісень, поширених у кожному проміжку часу з 7:00 до 14:00 та з 15:00 до 22:00.

- Указ про Десятиріччя української мови №156 – «Про невідкладні заходи щодо зміцнення державного статусу української мови та сприяння створенню єдиного культурного простору України» – 31.05.2018

Цей указ спрямований на покращення становища української мови в усіх сферах суспільства. Він забезпечує десятирічну підтримку книговидавничої справи, а також розвиток електронної словникової бази та вільний доступ до неї для усіх громадян; проведення конкурсів на створення медійних продуктів

державною мовою, заохочення молоді до вивчення української мови; забезпечення прав громадян на одержання інформації державною мовою – в тому числі, закордоном та ін.

### **Сучасний стан**

У 2018 році Верховна Рада ухвалила новий мовний закон – «Про забезпечення функціонування української мови як державної» №5670-д. Новий закон забезпечує регулювання проблемних питань мовного становища в Україні:

- Створення мережі державних курсів з вивчення української мови для осіб без громадянства та іноземців, оскільки однією із вимог отримання громадянства є знання державної мови.
- Запровадження системи рівнів володіння українською мовою міжнародного стандарту, який присвоюватимуть після складання відповідного іспиту.
- Регулювання мови спілкування держслужбовців під час виконання службових обов'язків (депутатів, суддів, осіб офіцерського складу, прокурорів, адвокатів, медпрацівників тощо).
- Під час засідань та міжнародних зустрічей будь-яка іноземна мова повинна дублюватися державною. На відміну від попередніх мовних законів, у тексті ухваленого закону передбачено штраф за знуцання над державною мовою та за недотримання норм цього закону. У травні 2019 року президент України підписав цей закон.

### **Функціональні стилі української мови та сфера їх застосування**

*Стиль* (від латинського *stilus* – "загострена паличка для писання") – це сукупність мовних засобів (слів, граматичних морфем, синтаксичних конструкцій), дібраних відповідно до мети, змісту, сфери спілкування. Термін "*функціональний стиль*" окреслює власне лінгвістичний (а не літературознавчий) зміст стилю.

***Функціональний стиль*** – це своєрідний характер мовлення того чи іншого його різновиду, що відповідає певній сфері суспільної діяльності й співвідносній з нею формі свідомості, який твориться особливостями функціонування в цій сфері мовних засобів і специфічною мовленнєвою організацією, що створює певне загальне її стилістично забарвлення ("маркування").

На основі трьох функцій мови виділяється п'ять стилів: функція спілкування (розмовний), функція повідомлення (діловий і науковий), функція впливу (художній і публіцистичний). Виділяють функціональні стилі: науковий, діловий, публіцистичний, художній, розмовно-побутовий.

**Публіцистичний стиль** – це стиль засобів масової інформації, які покликані не тільки висвітлювати різноманітні суспільно-політичні проблеми, а й формувати громадську думку. Головна функція цього різновиду мовлення - інформативно-пропагандистська та агітаційна і часткове поєднання ознак наукового та художнього стилів. Отже, визначальною ознакою цього стилю є вдалий синтез логізації викладу із емоційно-експресивним забарвленням; він

характеризується доступністю, полемічністю викладу, образністю, експресивністю та афористичністю.

*Основні мовні засоби:* широке використання суспільно-політичних та соціально-економічних термінів; точні найменування (подій, дат, місцевості, учасників); запозичення; емоційно-оцінні слова, словосполучення; перифрази; багатозначна образна лексика, що має оцінну спрямованість.

Художній стиль – це особливий функціональний різновид писемної мови, стиль художньої літератури. Він поєднує в собі елементи всіх інших стилів літературної мови, трансформує і переосмислює їх, передбачає використання діалектизмів, жаргонізмів, неологізмів, застарілих слів та інших складників, якщо це вмотивовано потребою мистецького зображення дійсності. Художній стиль обслуговує духовно-естетичну сферу життя народу. *Основні ознаки:* образність, поетичність, естетика мовлення, експресія як інтенсивність вираження, зображувальність.

*Основні мовні засоби:* звукові повтори; тропи; використання з художньою метою слів вузького стилістичного призначення; функціонування усіх частин мови, використання морфологічних синонімів; широке вживання дієслівних форм різних способів; використання всіх типів речень, синтаксичних зв'язків, ритмомелодики висловлень та текстів; стилістичні фігури; використовуються всі функціональні типи текстів.

Розмовно-побутовий стиль – особливий різновид літературної мови, започаткувався він ще з первинним виникненням мови і мовлення, має дві форми: кодифіковану і не кодифіковану. Сфера використання розмовного стилю – щоденне неофіційне спілкування в побуті, на виробництві. Усе це зумовлює такі його основні ознаки, як усна форма спілкування, неофіційність, невимушеність спілкування, невідповідність до спілкування, безпосередня участь у ньому, використання позамовних чинників (ситуація, рухи, жести, міміка), лаконізм, емоційність.

*Мовні особливості:* багатство інтонацій; емоційно-експресивно забарвлені слова і звороти; розмовні, просторічні елементи; переносне вживання слів для оцінної характеристики осіб; використання жаргонізмів, діалектизмів, згрублених слів; складні іменники з дієслівним компонентом; субстантивація іменників (відпускні, примірочна, контрольна, прохідна, душева); складноскорочені слова; широке використання вигуків; різні типи простих речень (переважно короткі: неповні, обірвані, односкладні, слова-речення).

Науковий стиль дає змогу зафіксувати текстуально наукові факти, явища, результати наукових досліджень: тез, статей, дисертацій, монографій, підручників, рецензій, доповідей тощо. За допомогою наукового стилю реалізується мовна функція повідомлення. Основними рисами наукового стилю є понятійність і предметність, об'єктивність, точність, логічність, аргументованість викладу, наявність цифрових даних, схем, таблиць, діаграм, малюнків, відсутність образності, емоційності та індивідуальних авторських

рис. Цей стиль тісно пов'язаний з офіційно-діловим стилем і функціонує паралельно з ним.

*Основні мовні особливості:* наявність великої кількості термінів з різних галузей знання; превалювання абстрактної лексики і запозичених слів; використання багатозначних слів в одному зі значень; відсутність емоційно-експресивної лексики; велика кількість іменників та інших субстантивованих частин мови; переважання абстрактних іменників; мінімальне вживання особових займенників; переважання дієслів теперішнього часу зі значенням позачасовості, постійної дії, дієслів третьої особи множини, інфінітивів, безособових форм, оскільки вся увага зосереджена на дії, а суб'єкт її лишається поза увагою мовця; велика кількість розгорнутих складних речень з різними видами підрядності, відокремленими зворотами, вставними конструкціями; наявність цитат, посилань; чітка композиційна структура тексту, поділ його на розділи, параграфи, пункти, підпункти.

Науковий стиль має кілька різновидів:

- *Власне науковий* обслуговує фахівців певної галузі науки. Це наукові дослідження, викладені в докторських, кандидатських дисертаціях, монографіях, окремих статтях.

- *Навчально-науковий* використовується при написанні підручників, посібників та іншої літератури, призначеної для навчальних закладів.

*Науково-публіцистичний* властивий працям, призначеним для фахівців певної галузі науки і техніки.

- *Науково-популярний* має на меті зацікавити науковою інформацією широке коло людей незалежно від їх професійної підготовки.

- *Виробничо-технічний* – це мова літератури, що обслуговує різні сфери господарства й виробництва (інструкції, описи технологічних процесів тощо).

Офіційно-діловий стиль. Основне призначення - регулювати ділові стосунки мовців у державно-правовій і суспільно-виробничій сферах, обслуговувати громадські потреби людей у типових ситуаціях. Найголовніші ознаки – документальність, стабільність, високий ступінь стандартизації, лаконізм, точність, сувора регламентація тексту, майже цілковита відсутність емоційності та образності і будь-якого вияву індивідуальності автора.

*Основні мовні засоби:* використання спеціальних термінів - мовних штампів, кліше, канцеляризмів; відсутність емоційно-експресивної лексики; висока частотність уживання абстрактних іменників; переважання інфінітивних, неособових дієслівних форм (ухвалити, заслухати, подається, організовується тощо); типове вживання ускладнених речень, нанизування кількох підрядних тощо; розщеплені форми присудків (*здійснити перевірку, провадиться набір, прийняти рішення, надати допомогу* і т. ін.); чітка організація тексту – поділ на параграфи, пункти, підпункти.

Офіційно-діловий стиль має такі функціональні підстили:

*Адміністративно-канцелярський* – використовується в професійно-виробничій сфері, правових відносинах і діловодстві (офіційна кореспонденція (листи),

договори, контракти, заяви, автобіографії, характеристики, доручення, розписки.

*Юридичний* – використовується в юриспруденції: акти, позовні заяви, протоколи, постанови, запити, повідомлення. Цей підстиль обслуговує й регламентує правові та конфліктні відносини.

*Дипломатичний* – використовується у сфері міждержавних офіційно-ділових стосунків у галузі політики, економіки, культури. Регламентує офіційно-ділові стосунки міжнародних організацій, структур, окремих громадян: конвенції (міжнародні угоди), комюніке (повідомлення), ноти (звернення), протоколи, меморандуми, договори, заяви, ультиматуми.

*Законодавчий* – використовується в законотворчій сфері, регламентує та обслуговує офіційно-ділові стосунки між приватними особами, між державою і приватними та службовими особами.

### **Контрольні запитання**

1. Розкрийте зміст поняття «мова»
2. Яка роль мови в суспільному житті?
3. Які основні функції виконує мова?
4. Що означає поняття «...мова українського народу від часів І.Котляревського?»
5. Розкрийте зміст терміна «українська літературна мова».
6. Дайте визначення мовної норми, назвіть різновиди мовних норм, на прикладах проілюструйте їх.
7. Який статус має українська мова в сучасній Україні?
8. Дайте визначення мовного стилю
9. Схарактеризуйте офіційно-діловий стиль.
10. Які характерні ознаки наукового стилю?
11. Які ознаки властиві розмовному стилю?
12. Які характерні ознаки публіцистичного стилю?

### **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Вивчіть напам'ять одну із улюблених поезій, прочитайте її в аудиторії, дотримуючись орфоепічних норм української мови.

**Завдання 2.** Перегляньте телевізійну інформаційну передачу і запишіть усі випадки порушення орфоепічних і акцентуаційних норм.

**Завдання 3.** Прокоментуйте таке твердження І.Огієнка: «...без добре виробленої рідної мови немає всенародної свідомості, без свідомості немає нації, а без свідомої нації – немає державності як найвищої громадської організації».

**Завдання 4.** Напишіть есе на тему: «Україна вчора, сьогодні й завтра», використовуючи подані слова.

*Земля, батьківщина, країна, нація, пам'ять, час, випробування, герой, незалежність, родовід, відродження, патріот, усвідомлення.*

## 2. ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

*Мовна культура –  
це живодайний корінь культури розумової,  
високої справжньої інтелектуальності  
В. Сухомлинський.*

### Культура мови в житті професійного комунікатора

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 самотність, ми зберігаємо національну культуру.

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

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

Культура мовлення – передбачає дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункність, 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.

### Комунікативні ознаки культури мови

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 виявля-ється 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, на-магання 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". Сильова, контекстуальна, ситуаційна доречність свідчатиме 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 втрапиш 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“) соломі. 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, реестратура, 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 кальок, 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, тудам 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 ліниство, 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.

### **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 ХVІ 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 вагомні 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.

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 матеріалу<sup>13</sup>.

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.

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.

Орфоепічні 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.

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.

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.

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

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).

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 слів і типові ілюстрації з творів.

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.

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».

### **Комунікативна професіограма фахівця**

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

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

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

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

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Враховуючи майбутній свій фах, укладіть комунікативну професіограму.

**Завдання 2.** Доведіть на конкретних прикладах, що «неправильно вжите слово породжує помилкові судження» (Г.Спенсер).

**Завдання 3.** Визначте й запишіть найважливіші способи підвищення мовленнєвої культури.

### **Контрольні запитання**

1. Яке мовлення можна назвати висококультурним?
2. Окресліть основні комунікативні ознаки культури мовлення.
3. Назвіть словники, що фіксують орфографічні норми.
4. Яка роль словників у підвищенні культури мовлення?
5. Визначте основні характеристики, які репрезентують професійний портрет фахівця.
6. Яким чином можна збагатити лексичний запас, пізнати красу і силу слова, його змістові тонкощі?
7. Назвіть спеціальні енциклопедичні словники Вашого фаху.
8. Які Ви знаєте словники-довідники з культури мови?

### 3.

## ЕТИКЕТ ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ

Ввічливість – це одна з тих якостей,  
які можна оцінити належним чином,  
тільки зазнавши незручностей,  
коли вона відсутня

С. Джонсон

### Діловий етикет: сутність, принципи і функції

**Етикет** – це сукупність правил, які регламентують зовнішні вияви людської поведінки. Етикет (франц. etiquette – ярлик, етикетка) – сукупність правил (правил «доброго тону»), які регламентують зовнішні вияви людської поведінки (ставлення до оточення, форми звернень і привітань, поведінку в громадських місцях тощо).

До етикету належать також церемоніальні вимоги, дотримання яких вимагає обов'язкової форми поведінки (наприклад, дипломатичний етикет).

**Діловий етикет** – встановлений порядок поведінки, що задовольняла би всіх учасників, які обговорюють певну проблему. В офіційній сфері діє міжнародний принцип, за яким ставлення до особи визначається її чином чи посадою, яку вона займає. У цій сфері кожна особа є представником фірми, організації, навіть держави, і тому етикетні правила вимагають ставитися до неї з повагою, незалежно від віку чи статі

**Службовий етикет** – це сукупність найдоцільніших правил поведінки людей там, де відбувається їхня професійна діяльність – на виробництві, в будь-якій організації.

Дотримання правил і вимог етикету є обов'язковим для всіх, це сприяє створенню сприятливого клімату для людей, зайнятих загальним виробничим процесом.

Великі фірми та корпорації створюють власні Кодекси честі чи Правила поведінки, в яких передбачено етичні норми взаємин та правила службового етикету.

#### **Принципи ділового етикету:**

*принцип стійкості першого враження* – у перші хвилини спілкування необхідно скласти позитивне враження про себе;

*принцип передбачуваності поведінки в різних бізнес-ситуаціях*. Якщо ви знаєте правила етикету і дотримуєтесь їх, цим ви говорите оточуючим: «Я надійний і постійний, я завжди додержуюсь своїх зобов'язань і знаю, як себе вести»;

*принцип «безстатевого товариства»*. На роботі немає ні чоловіків ні жінок, є тільки статусні відмінності. Це значить, що базисні правила громадянського етикету не переносяться на роботу;

*принцип доречності*: певні правила в певний час, у певному місці, з певними людьми;

*принцип наявності «емоційного» інтелекту* як показника рівня успіху;

*принцип позитивності* – ви повинні позитивно ставитись до колег і клієнтів, якщо вам нема чого сказати позитивного, краще мовчати;

*принцип розумного егоїзму* – виконуючи свої робочі функції, не заважайте іншим виконувати свої.

Службовий етикет охоплює правила й ритуали поведінки людини у процесі виконання службових обов'язків. Більшість його правил є неписаними, не зафіксованими у певному регламенті, але їх слід неухильно дотримуватися. Змістом таких правил є невимушене, доброзичливе, уважне повсякденне ставлення до інших, незалежно від їх посад чи службового становища, увага до жінок, повага до старших.

### Ділова атрибутика

1. Візитні картки
2. Ділові подарунки
3. Діловий одяг

#### 1. Візитні картки

«Візитна картка керівника – вміння подобатись підлеглим»

Історія застосування візитних карток

Візитним карткам як елементу ділових стосунків не було місця в існуючій командно-адміністративній системі, тоді як наші іноземні партнери, особливо в розвинутих країнах Європи і Америки, завжди приділяли їм належну увагу. Уперше візитні картки почали застосовувати в Китаї у III столітті під час розквіту Сунської культури. Китайським чиновникам спеціальним указом включалось в обов'язки мати візитні картки на червоному офіційному папері.

В XVI-XVII ст. візитівками вже користувались мешканці Венеції і Флоренції.

Перша друкована візитна картка, що знайдена в Німеччині, відноситься до 1786 року. Широке застосування вони отримали у Франції під час правління Людовіка XIV. Кожен дворянин у XVIII ст. користувався декількома видами візиток. На той час при створенні візитних карток перш за все враховувався соціальний стан їх володаря. Чим вищою була посада, тим значнішою виглядала візитка.

У кінці XIX ст. вигляд візитної картки змінився. Став переважати більш діловий стиль, візитка почала виконувати суто інформаційні функції. На ній почали вказувати окрім ім'я та прізвища, титул, рід занять та адресу її володаря.

Для сучасних карток головне – їх інформативність та функціональність. Недарма англійською мовою назва візитки – business card. В організації, яка турбується про свій імідж, візитні картки мусять бути виготовлені в одному стилі і одній кольоровій гамі, й різнитись для працівників різного рівня якості оформлення.

Сьогодні візитні картки використовуються в таких випадках:

- інформування в момент знайомства про себе і свою фірму чи підприємство;
- інформування про себе осіб, у контактах з якими зацікавлені;

- підтримання контактів з партнерами, поздоровлення зі святом чи іншою знаменною подією;
- вираження подяки, співчуття, а також супроводження подарунка чи квітів.

Зазвичай таку картку виготовляють з білого тонкого матового картону (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

### **Типи оформлення візитних карток**

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.

Візитки можуть мати складну форму – у вигляді однозгинного чи двозгинного буклету, із висічною чи прорізуванням. Такі картки містять більшу частину інформації, і, як правило, є корпоративними.

Зустрічаються також візитні картки з кольоровим фото її власника. Бувають візитні картки, складені вдвічі, як книжечка, із зазначенням розташування фірми, під'їзду до неї, місця стоянки автомобілів. Із розширенням ділових зв'язків виникає необхідність мати візитні картки іноземною мовою (мовою країни партнера). Більшу перевагу мають односторонні візитки, на звороті яких можна щось написати, хоча й двосторонні теж можуть мати місце.

### **Азбука користування візитними картками**

Розглянемо основні положення азбуки користування візитними картками:

1. Направлення візитної картки рівноцінне візиту.
2. Більш ввічливо залишати візитну картку особисто.

Обмін візитними картками ведеться за рангами, починаючи з вищих чинів.

Вручати візитну картку треба повернутою для читання, що свідчить про увагу до отримувача. Особа, якій передається візитна картка, виражаючи повагу, повинна обов'язково назвати ім'я господаря, наприклад: *Дуже дякую, Іване Івановичу!*

Обміни візитними картками, зазвичай, супроводжуються легким поклоном. Щоб не помилитись в іменах, візитні картки краще покласти перед собою в такому ж порядку, як знаходяться перед вами партнери. Не можна робити на чужих візитках позначки, м'яти її на очах у господаря. Такі дії можуть бути сприйняті як образа і неповага.

Візитна картка, що її власник, особисто відвідуючи, залишає для особи, яка не змогла його прийняти з поважних причин, повинна бути із загнутим куточком. Дехто надає значення тому, як і який кут візитної картки загнутий – верхній чи нижній, а також з якого боку. Щоб уникнути непорозумінь, пов'язаних з неправильним у різних країнах тлумаченням загиначу, рекомендується загинати правий верхній кут картки на 1/4 так, щоб було чітко видно його слід, а потім розправити картку. Загнуту картку залишають в офісі, в резиденції партнера або у нього вдома. Це свідчить про те, що ви особисто залишили її, а це ознака найбільшої поваги і шаноби.

У разі зміни адреси варто надіслати діловому партнеру (разом з новою) стару візитну картку. Новий номер телефону можна, у крайньому разі, написати і від руки.

Візитну картку, що подається через посередника (кур'єра чи водія) або поштою, загинати не потрібно. Бажано, якщо потрібно, написати декілька слів на картці і вкласти її в конверт. Заклеюють конверт лише в тому випадку, якщо передається через колегу чи партнера, коли там міститься особисте послання. Такий запис не дасть змоги використати її будь-якою сторонньою особою в корисних цілях. Якщо картка залишається особисто, надпис на конверті робиться олівцем, якщо ж надсилається поштою, -- то авторучкою.

Якщо ви надсилаєте візитні картки в одному конверті для декількох осіб, то в лівому верхньому кутку кожної з них треба написати прізвище людини, якій вона призначена.

Візитні картки не підписуються й дата на них не ставиться.

3. Відповіді на візитні картки необхідно давати протягом доби і також візитними картками.

Перебуваючи у чужій країні під час національних свят, ви повинні першим поздоровити своїх партнерів. Не лякайтесь, що, наприклад, в Японії не зрозуміють аббревіатуру відповідних французьких виразів. Існуючі правила, норми і традиції, стандартна міжнародна символіка однаково розуміються в усіх цивілізованих державах. На візитних картках можна робити і більш розгорнуті написи, звичайно від третьої особи, й найчастіше вниз, наприклад: *...дякує за увагу. – Найкращі побажання до Нового року. – ...щиро дякує. –...бажає всього найкращого, –...вітає з днем іменин.*

Заочне представництво в країні перебування, звичайно, здійснюється таким чином. Перш за все, ви знайомитесь з консулом, послом чи будь-якою

офіційною особою досить високого рангу в посольстві своєї країни. Проінформувавши його про мету свого візиту і бажання познайомитися з особою, що вас зацікавила, ви берете його візитну картку.

Картка консула – гарантія серйозності ваших намірів, і якщо бізнесмен, що вас зацікавив, готовий з вами познайомитися, він вишле вам свою візитну картку. У такому разі ви телефонуєте за вказаним у ній номером і домовляєтесь про зустріч.

Від'їжджаючи з країни перебування, свої візитні картки з аббревіатурою Р.Р.С. ви залишаєте своїм партнерам, з якими б бажали підтримувати стосунки і в подальшому.

4. Після знайомства першим, звичайно, передає свою картку особа, що займає нижчу посаду. Якщо партнери знаходяться приблизно на одному рівні, то першою подає картку особа, молодша за віком. У разі виникнення сумніву щодо цього, за старим французьким протоколом, вручає свою візитну картку першим той партнер, який виявився більш ввічливим. У гостях першими вручають візитку господарі.

5. У резиденції подружжя неодружені чоловіки залишають дві візитні картки: одну – для чоловіка, іншу – для дружини.

6. Подружжя в будинку іншого подружжя залишає дві візитні картки: одну (картку дружини) – для чоловіка, іншу (спільну) – для дружини.

У Великій Британії сімейні картки не застосовуються. Тому в цій країні, перебуваючи в резиденції подружжя, залишайте одну картку для чоловіка, іншу – для дружини.

7. У будинку неодруженого чоловіка жінка свою картку не залишає. У США на візитних картках неодружених чоловіків і неодружених жінок, а також сімейних картках вказується адреса. На картці одруженого чоловіка адресу не вказують, оскільки мається на увазі, що вона залишається разом із сімейною картою, де адреса вказується. Ім'я вказується після Mr. для чоловіків і Mrs. для одружених жінок; Miss пишуть на візитних картках молодих жінок, яким минуло 18 років. На «візитках» неповнолітніх осіб молодше цього віку вказується лише ім'я і прізвище.

8. Після знайомства з жінкою чоловік зобов'язаний, не пізніше ніж протягом тижня, направити їй свою картку для її чоловіка, навіть якщо він не був йому відрекомендований. Було б найкраще перед тим, як зробити цей ввічливий жест, самому відрекомендуватися чоловіку, якщо він не відсутній.

Мета такого жесту чітка: створити якомога розгалужену мережу контактів.

Цілком можливо, що через деякий час хтось із подружжя вам знадобиться.

9. Якщо жінка знайомиться з іншою жінкою і має намір в подальшому підтримувати з нею стосунки, якщо вона старша, або ж жінка, що знайомиться, заміжня за чоловіком, становище якого в суспільстві або на службі вище становища її чоловіка, то вона першою залишає свою картку. Заміжня жінка залишає дві картки – свою і чоловіка.

10. Гостям, присутнім на сніданку, обіді чи вечері (виключаючи запрошення на чай), слід відправити господарям листи з подякою або залишити в будинку господарів протягом тижня візитну картку.

11. Особи, що обіймають високі посади, знаходячись в іншій країні проїздом, залишають свої візитні картки протягом 24-х годин після приїзду, відповідати на них слід також не пізніше як за добу.

З візитками можна надіслати подарунки (квіти, альбоми, книги, журнали, квитки в театр, на виставку, програми, фотографії), іноді їх посилають разом з листом або просто у конверті. Візитна картка – це вираз індивідуального стилю й іміджу її власника, а також стратегії маркетингу підприємства.

При замовленні візитної картки необхідно обговорити тип, колір, шрифти, розташування реквізитів так, щоб ця картка дійсно могла охарактеризувати і особу, і рід її занять.

### **Ділові подарунки**

«Навіть найкрасивіша дівчина Франції може дати лите те, що в неї є»

Французький вираз

У діловому світі, як і в повсякденному житті, заведено робити подарунки, дарувати речі з фірмовими знаками чи у фірмовій упаковці. Подарунок – це дзеркало, в якому відбиваються відносини між тим, хто приймає, і тим, хто його дарує. Подарована річ може розповісти про марнотратство чи безкорисливість, щедрість чи неймовірну жадобу, мудрість чи безтактовність, наявність почуття гумору чи його недовіки.

Справжній подарунок – це гармонійне поєднання уподобань того, хто отримав подарунок, і почуття смаку того, хто подарував. Однак необхідно знати, що тут потрібні міра і такт, свої суворі, відпрацьовані багатьма роками правила.

### **Особливості вибору ділових подарунків**

Ще в далеку давнину подарунки називались дарами, бо високий іноземний гість ніколи не приїжджав у чужу країну з порожніми руками, а привозив багаті дари, які являли собою предмети дійсно високої вартості – вироби з золота і срібла, багаті тканини і хутра, зброю і прикраси. В свою чергу після завершення відразу високого гостя його також обдаровували по-царські.

Сьогодні подарунки в ділових відносинах ділять на дві категорії:

- сувенірні – блокноти, ручки, запальнички, недорогі книги тощо;
- цінні – дорогі подарункові видання, дорогі ручки, вази, сервізи, картини тощо.

Подарунок – і з певного приводу, і несподіваний (сюрприз) – завжди має не лише свою пряму вартість, а й певну *конотацію* (від лат. *connotatio* – додаткове значення) – оцінно-емоційне «співзначення», а тому по-різному сприймається адресатами.

Так, сувеніри дарують людям малознайомим, за незначні послуги, а також близьким знайомим з приводу незначної події. Іноземцям слід дарувати лише ті сувеніри, які відображають особливості країни перебування.

Не слід вручати цінні подарунки посадовим особам, від яких певним чином залежите. Це ставить у незручне становище цю особу і може бути розцінене нею як хабар. У багатьох країнах існує правило, згідно з яким державний службовець передає державі всі подарунки, вартість яких перевищує певну суму.

Підлеглому незручно підносити подарунок своєму начальнику. Але як бути, коли у керівника ювілейна дата? У таких випадках рекомендується вручати подарунок керівнику від усього колективу.

У процесі встановлення й розвитку ділових контактів з партнером обмінюються цінними подарунками.

При першій зустрічі подарунки, зазвичай, роблять господарі. Треба обов'язково подарувати щонайменше прибулому діловому партнерові як ознаку того, що на нього дивляться як на почесного клієнта і розраховують на довге й плідне співробітництво. У наступних зустрічах обмін подарунками стає обов'язковим.

Завжди бажано уявляти, кому конкретно буде робитись подарунок, причому чітко за рангом. Якщо вручити керівникові корпорації такий самий подарунок як і його заступникові, це може бути розглянуто як зневага, образа.

Вартість подарунка звичайно ніякого значення не має і залежить тільки від ваших можливостей. Виняток – дорогі речі: пам'ятайте, що, роблячи своєму партнеру такий подарунок, ви ризикуєте поставити його в скрутне становище. З одного боку, він може відчувати, що не заслужив його, з іншого -- змушений відповідати таким же дорогим подарунком, а це не завжди відповідає його бажанням чи можливостям.

Не слід обмежуватись і дрібними сувенірами, бо у такому випадку ви можете набути репутації надмірно ошадливого. Найоптимальнішим подарунком є той, який відповідає нахилам і стилю партнера, характеру особистого до нього ставлення.

Інколи буває так, що, даруючи річ, людина постає перед проблемою: зняти цінник чи дарувати разом з ним, якщо його зняття завдасть шкоди подарункові. Всі знають, якою б коштовною не була річ, дарувати її з цінником -- це ознака поганого виховання. Але й псувати річ не потрібно, достатньо ручкою чи олівцем затушувати ціну. Разом з тим в деяких випадках наявність цінника на подарунку можлива.

Купувати подарунок треба заздалегідь. Необхідна річ, що, на вашу думку, повинна сподобатись, може трапитись випадково. Бажано набратись терпіння і притримати її до певної дати чи випадку. Тоді вона стане справжнім подарунком.

Намагайтесь вибрати щось оригінальне, цікаве, начебто вибираєте подарунок для себе або близьких людей. До вибору сувенірів необхідно відноситись уважно. У подарунок бажано вкласти видумку, винахідливість, гумор, щирість – словом, все, на що ви здатні.

При діловому візиті в іншу країну доречно дарувати художньо оформлені вироби – скульптури, гравюри, пам'ятні медалі, настінні тарілки, платівки, що нагадують про вашу країну або, ще краще, і про вашу фірму. Універсальним

подарунком вважається книга, яку можна вручити будь-якій людині і з будь-якого приводу. Намагайтесь вибрати подарункове, гарно оформлене видання, враховуючи інтереси вашого партнера. До речі, книги підписує лише автор, упорядник або видавець, офіційний спонсор.

Не бажано дарувати матрьошки та самовари. Намагайтесь не повторюватись з подарунками. Подарунок буде «соліднішим», якщо його прикрасити гравіруванням, тисненням або стікером з емблемою вашого підприємства. Який би незвичайний подарунок ви не зробили, краще спочатку поцікавитись, яку річ було б приємно одержати людині, котру ви хочете привітати.

Вручаєте ви не тільки подарунок, але й частку себе, своїх думок, надій та щирих найкращих побажань. У подарунку відображається ваш образ, характер і ставлення до людини.

Керівникові організації, який зустрічає, можна подарувати картину або чеканку. Колекціонеру завжди приємно одержати новий експонат для колекції. Вибираючи подарунки від фірми (corporate gifts) важливо не перейти ту межу, яка розрізняє щире вдячність і хабар. Тут можна зупинити свій вибір на традиційних ручках, органайзерах, візитницях. В якості бізнес-подарунка може бути будь-яка річ, що допомагає людині спланувати свій день.

За достатньо тісного знайомства можливі й такі подарунки, як національні напої, солодощі, приладдя для куріння, вироби із шкіри, кераміки, скла, бурштину чи металу. Однак пам'ятайте, що жінці, навіть яка палить, ніколи не дарують приладдя для куріння, тютюнові вироби, а також міцні напої. Як виняток шампанське, колекційне десертне або сухе вино можна дарувати жінці, але не молодій. І то в тому випадку, коли ви впевнені, що це не буде сприйнято як натяк на тяжке минуле чи як перевірка на витривалість без алкоголю.

Напої краще дарувати людині, що колекціонує певні їх види після попереднього обговорення. Якщо ви подаруєте велику коробку шоколадних цукерок жінці, схильній до повноти і яка намагається схуднути, то це навряд чи принесе їй задоволення.

Людина, яка хоче залишитись незалежною, ніколи не прийме в подарунок дорогі ювелірні прикраси. Дарувати біжутерію може означати або недолік смаку або коштів.

Непристоїно дарувати також предмети туалету (шкарпетки, сорочки, капелюхи, парфуми тощо), виняток – краватка, яка за певних умов вважається допустимим сувеніром.

Вибираючи подарунок, подумайте і про вік партнера, якому він призначений. Це не означає, що є речі, спеціально призначені для молодих та літніх, однак намагайтесь проявити певний такт, щоб не поставити в незручне становище літнього чоловіка занадто яскравою краваткою, а дівчину – сірою хустиною.

#### Оформлення і вручення подарунків

Оформляючи подарунок, важливо виявити гарний смак: загорнути його в яскравий барвистий папір, перев'язати стрічкою, додати свою візитну картку

або святкову листівку. Подарунок без упаковки або в поліетиленовому пакеті – це зневага до людини. Упаковка надає подарунку не тільки чарівності і принадності, це данина традиції. В отримувача чи дарувальника не завжди може виникнути бажання зразу ж демонструвати подарунок, що може відображати ступінь і глибину взаємин.

Зовсім непросте питання, як дарувати речі. Від того, як ви піднесете свій подарунок, залежить і те, який він матиме ефект. Має значення навіть те, даруєте ви його особисто чи через спільного знайомого. Дарувати потрібно тактовно, з приємними словами, короткими побажаннями, жартом.

Дарування – це церемонія. Бажано підготувати нескладні репліки, знайти відповідні слова і, відкинувши трафарет, відзначити неповторність людини, якій вручається подарунок.

Як вже зазначалось, згідно з діловим протоколом першими вручають подарунки господарі при першій зустрічі. Другий обов'язковий подарунок вручається гостям перед від'їздом. У свою чергу, гості повинні мати хоча б один подарунок, який може вручатися в будь-який момент відповідно до розвитку взаємовідносин.

Вручати подарунки краще за все перед завершенням переговорів, наприкінці зустрічі.

Не можна дарувати вживані речі, за винятком антикваріату, коштовностей, які підносяться тільки в особливих випадках, наприклад, на ювілей. Подарунком для фірми може бути і що!небудь з оргтехніки, самовар для чаювання, мікрохвильова піч і навіть автомобіль. Хорошим подарунком була б продукція вашого підприємства, що водночас стала б рекламою вашого товару і вказувала на шляхи до співробітництва. Подарунки фірмі вручаються на загальних зборах її працівників за урочистих обставин.

### **Вибір і вручення квітів**

Основна риса бізнес-букету – елегантність. Елегантність – це не те, що впадає у вічі, а те, що залишається в пам'яті. Флористичні композиції, що претендують на елегантність, як правило, мають чіткі контури і вміщують в собі оригінальну ідею, реалізовану мінімумом засобів.

Коли вас запрошують додому, то найкращий подарунок – живі квіти. Якщо, з'явившись на свято, ви вручаєте квіти господині у передпокої, їх можна залишити в упаковці. Якщо двері вам відчинив хтось із членів сім'ї, то, перш ніж заходити до кімнати, зніміть упаковку, і залишіть її у вітальні.

Дарувати загорнуті квіти можна при зустрічі в аеропорту, на вокзалі, при передачі кур'єром, при цьому необхідно вкласти в них свою візитну картку.

Горщики з квітами дарують лише в тих випадках, якщо відомо, що господарям вони подобаються, і вони не проти такого подарунку. Корзини з квітами дарують на ювілей; сучасні композиції квітів дозволяють зробити їх неповторними. Головне тут замисел, оригінальність ідеї, яку вона несе, знання уподобань людини, якій вони призначені.

Зовсім необов'язково дарувати великі букети. Можна обмежитись і маленьким букетиком, навіть однією квіткою. Недарма японці підкреслюють:

*Одна квітка краще, ніж сто, передає розкіш відтінків.*

У цілому слід зауважити, що у всіх випадках квіти – приємний подарунок, особливо, якщо вони підібрані зі смаком. Як би не змінювались наші погляди, квіти залишаються невід’ємним атрибутом усіх церемоній: хрестин і поховання, весілля і дипломатичних переговорів, зустрічі і прощання – будьякі урочистості чи знаменні дати немислимі без квітів.

У минулі часи існувала азбука квітів – кожна щось означала. У наш час цією азбукою не завжди користуються.

Особливо будьте уважні з іноземними партнерами. Наприклад, французи сприймуть гвоздики і хризантеми як символ нещастя. У цьому їх підтримують японці та іспанці. А ось англійці, голландці, італійці і греки приймуть ці квіти з подякою. Житель Люксембурга вважатиме, що йому дарують сміття!

### **Етикет отримання подарунка**

Приймати подарунок також потрібно тактовно: розгорнути його, якщо дозволяє ситуація, в присутності особи, яка подарувала, оцінити увагу і смак даруючого, виразити задоволення та подякувати. Дуже неввічливо відкласти подарунок не розгорнувши його. Якщо ж подарунок вам не до вподоби, намагайтесь навіть натяком не виявити незадоволення; будь-який подарунок треба приймати з радістю. Виражаючи подяку і захоплення, зробіть це так, щоб не засоромити інших гостей, що прийшли зі скромнішими подарунками або взагалі без них.

За офіційних обставин розгортати подарунки не обов’язково. У Китаї це вважається за необхідність, тим самим обдарований демонструє, що подарунок прийнято, а от в арабських країнах робити цього не слід. За посланий чи переданий через третю особу подарунок бажано подякувати відразу по телефону чи коротеньким листом.

Відмовитися від подарунка можна лише у тому випадку, коли прийняти його непристойно або подарунок настільки дорогий, що спонукає вас відчувати себе боржником. Неправильно було б спочатку вагатися, піддаючись умовлянням, а потім все!таки прийняти подарунок. Якщо ви, не вагаючись, вирішили не приймати подарунок, то знайдіть достатні аргументи, щоб пояснити відмову твердо, але ввічливо.

Приймаючи подарунок, треба пам’ятати, що людина, яка вибирала його, хотіла зробити вам приємне. Інше питання – вдалося їй це зробити чи ні.

Бажання порадувати партнера, виявити повагу, зняти напругу в стосунках – цінніше самого подарунка.

Етика ділових стосунків зобов’язує, що на отриманий подарунок відповісти тим же. Щоб не забути, який подарунок було отримано, бажано вести їх облік, це дозволить не повторювати свій презент. Якщо ви не розраховували отримати подарунок, але відчуваєте, що необхідно відповісти тим же, не гаючись відправте свій подарунок, це можна зробити протягом десяти днів.

### **Діловий одяг**

«Ми рідко до кінця розуміємо, чого ми насправді хочемо» (Ф. Ларошфуко)

У минулі часи одяг відображав належність людини до певної соціальної групи, професії. У багатьох випадках форма одягу строго регламентувалась, і ніхто не смів її порушувати. Особливо суворі вимоги були при дворах.

У наш час вимоги до одягу не такі категоричні. Але й тепер в розвинутих демократичних країнах керівники фірм, офісів надають великого значення зовнішньому виглядові своїх працівників. Практика показує, що до акуратно одягнених людей виявляється більш уважне ставлення оточуючих.

Нині кожен може одягатись, як він забажає на свій смак. Але саме це робить людину відповідальною за свій зовнішній вигляд. Широкий вибір одягу дає змогу кожному повною мірою виявити свій смак, почуття прекрасного, нарешті, почуття міри, а також підкреслити переваги або приховати недоліки своєї фігури.

Однак чимало ситуацій сучасного життя вимагають певної форми одягу. Це, найперше, протокольні заходи. Протокол, наприклад, не дає змоги жінці з'явитися на офіційному прийомі в міні-спідниці. Винятком з правил було вручення американці Мері Куант у 1966 р. ордена Британської імперії за моду носити міні-спідницю. На церемонії в Букінгемському палаці авторка моди на міні-спідниці була в цьому одязі, зовсім несумісному з придворним етикетом.

Непоодинокі випадки, коли чоловіків чи жінок, які приходили до послів у різних справах, але були одягнені в потерті джинси, шорти або міні-спідниці, не допускали в посольства. Прийнято не пускати в ресторани відвідувачів у шортах, без краватки.

Підвищені вимоги до одягу людей, які відправляються до театру, на концерти класичної музики і, звичайно, на офіційний прийом. Строгим має бути одяг для відвідування заходів, які поєднують у собі святковий і офіційний характер. Це, зокрема, урочисті засідання, ювілейні концерти, в яких беруть участь державні діячі, послы, зарубіжні гості.

Форма одягу – найкраща характеристика людини, це свого роду ієрогліф, що відображає особистість зі всіма звичками і нахилами її. Естетика костюма має не менше значення в житті людини, ніж естетика поведінки. Неохайність в одязі рівноцінна моральному самогубству. Уміння одягатися належить як до науки і мистецтва, так і до звичок та почуттів. На думку Оноре де Бальзака, «Справа не стільки в костюмі, скільки в умінні його носити».

### **Вимоги до одягу для чоловіків**

Ніхто не буде заперечувати, що стиль одягу чоловіка впливає на його успіх у ділових колах, а правильно підібраний костюм сприяє створенню його іміджу. Розвиток ділового стилю в чоловічому одязі подібний, швидше, до спокійної річки, ніж до примхливого потоку. Ділові кола не надто страждають від випадкових впливів, і тому костюм бізнесмена досить консервативний.

Чоловік повинен бути:

- солідним і впевненим у собі;
- діловим і привабливим;
- порядним, що викликає довіру;

- не без претензії на вишуканість і елегантність.

Мистецтво поєднання елементів костюма, як відзначав у свій час визнаний спеціаліст у діловому одязі Дж.Т.Моллой, завжди повинне враховувати лінію, фактуру, стиль і, головне, колір. Невдале комбінування кольору може зробити зовнішність людини невизначеною (світло-сірий костюм, блакитна сорочка, світло-блакитна краватка) чи зухвало крикливою (жовтого-ряча краватка з малюнком, зелена сорочка).

**Краватка.** У наведених прикладах краватка повністю повторює колір одного з елементів, а поєднання костюма і сорочки досить привабливе. В інших випадках, якщо комбінація костюма і сорочки бліда, то її можна оживити контрастною краваткою. Наприклад, сірий костюм, блакитна сорочка і темно-червона краватка.

Отже, для однотонного костюма ми маємо три основні варіанти:

- однотонна сорочка – однотонна краватка;
- сорочка з малюнком – однотонна краватка;
- однотонна сорочка – краватка з малюнком.

З костюмом у смужку не слід одягати сорочку в клітинку, тому що клітинки дисонують зі смугами костюма і не поєднуються з його діловим серйозним стилем. Тут більш доречі однотонна блакитна чи біла сорочка, а смуги на костюмі і поєднання їх кольору із сорочкою освіжають загальний вигляд.

Смугастий костюм і смугаста сорочка – також «граюча» комбінація, якщо смуги одного з її елементів не надто строкаті і не виділяються. Важче знайти правильне поєднання у випадку, коли і костюм, і сорочка, і краватка мають малюнок. «Не працює», наприклад, варіант з яскраво вираженими смугами на костюмі і такими ж яскравими діагональними смугами на краватці. Таке поєднання буде вирашним, коли окремі смуги менш виражені. До смугастого костюма з однотонною сорочкою більше пасують краватки в горошок, з ромбиками, трикутниками тощо.

Для костюма в клітинку сорочка повинна бути тільки однотонною, краватка – без чіткої направленості малюнка або одноколірною. Наприклад, синій костюм нудних барв освіжить яскраво-блакитна сорочка, особливо якщо вона буде в тон клітинкам костюма. Гарного ефекту можна досягти світло-сірою чи блакитною краваткою.

Цікаво, що поєднання коричневих і синіх кольорів надає зовнішньому вигляду авторитетності і солідності. Можливий такий варіант: коричневий чи синій костюм у клітинку, блакитна сорочка і краватка з абстрактним малюнком синіх і коричневих тонів.

Для костюма бурих чи золотистих кольорів у поєднанні з нейтральною білою сорочкою підійде краватка, що підкреслює буру чи золотисту складову костюма.

У ділових ситуаціях не слід надавати перевагу одягу яскравих забарвлень, оскільки такий костюм привертає до себе увагу і вимагає особливо вибагливого смаку і певного досвіду.

Від поєднання сорочки з краваткою змінюється загальний вигляд будь-якого костюма. У літньому варіанті найкраще світлий костюм-трійка, світла однотонна сорочка, темна краватка. Ефект – незвичайна свіжість зовнішнього вигляду в поєднанні з діловитістю. Непоганий і спортивний варіант: такий же костюм без жилетки і яскрава краватка!метелик.

Краватка – це головний показник смаку і статусу чоловіка, тому при її виборі необхідно:

- Покладатись тільки на себе.
- Довжина краватки має бути такою, щоб у зав'язаному вигляді вона досягала до пряжки пояса.
- Ширина краватки повинна відповідати ширині лацканів піджака.
- Краща тканина: шовк, вовна і бавовна.

### **Вимоги до одягу для жінок**

Немає невродливих жінок, є жінки, які не знають, як зробити себе вродливими  
(Ж. де Лабрюйєр)

Дослідження показують, що не тільки чоловіки, але й жінки немов навмисне одягаються так, щоб зазнати фіаско. Жінки в одязі припускають три головні помилки:

- дають змогу індустрії мод цілком визначати вибір свого одягу;
- схильні перебільшувати значення власної привабливості;
- дають можливість своєму соціальному походженню впливати на манеру одягатися.

Дехто неправильно вважає, що жінці, щоб досягти службового успіху, потрібно наслідувати в одязі чоловіків. Звичайно, нічого поганого немає, коли жінка одягнута у брючний костюм із синтетики. Але дослідження показують, що такий костюм не сприятиме діловому успіху. Інша справа – гарний костюм зі спідницею (з натуральних тканин). Він підкреслює авторитет жінки і її високий життєвий рівень.

Спідниця повинна бути темного кольору на щільному поясі, краще із вовняної тканини.

Для ділової жінки менш придатна сукня, але якщо вона її одягає, то кращим кольором сукні вважається темно-синій, коричневий, сірий, світло-сірий. Менше пасують зелений, яскраво!жовтий, ніжно!голубий, світло-рожевий.

Названі кольори визначені для однотонної тканини без малюнка, якій і повинна надаватись перевага.

Деякі гадають, що одяг створює жінку. Звичайно, це не зовсім так. І чоловіку, і жінці для ділового успіху необхідні також розум, освіта, честолюбство, стимули.

У жіночому одязі більш, ніж у чоловічому, відображається її індивідуальний стиль і особистий характер. У відомій казці «Попелюшка» успіх мала не сукня, а дівчина у сукні. І яку б сукню не одягла А.Кареніна у Л.Толстого, було видно жінку, а не сукню. Хоча буває і так, що на окремій людині одяг видно, а самої людини – немає.

Зачіска, макіяж, біжутерія повинні гармонійно доповнювати діловий костюм. Зачіска має бути строгою, але разом з тим елегантною. Прикрас має бути якомога менше, але в той же час не можна від них відмовлятися зовсім.

Носити краще дорогі прикраси. Косметика має бути помітною із близької відстані. Парфуми слід використовувати у такій кількості, щоб їх запах лише трохи відчувався. І, звичайно, це мають бути дорогі парфуми відомих фірм.

### **Мовний етикет. Стандартні етикетні ситуації. Парадигма мовних формул**

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».

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.

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

Авторитетний фахівець з проблем спілкувального 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...  
 Зичу радості, успіхів!  
 Вінішую Вас 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  
 З неділею святою будьте здорові!  
 Зі святом будьте здорові!  
 Дай, Боже, щастя! - відповідь: Дай, Боже, здоров 'я!  
 Слава Ісусу Христу! - відповідь: Слава навіки!  
 Христос рождається! - відповідь: Слав і те Його  
 Христос Воскрес! - відповідь: Воістину воскрес!  
 Бажаю (зичу) Вам здоров 'я, щастя, успіхів, усіляких гараздів!  
 Щасливих Вам свят!  
 Дозвольте вітати Вас від імені...  
 Наше щире вітання...  
 Хай збудуться всі Ваші мрії!

### **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 вищій 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 відрекомендують, 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 відрекомендують.

\* 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...;*

*Може б, Вам...;*

*Вам слід (варто)...*

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;*

*Звичайно;*

*Ви маєте рацію;*

*Безперечно;*

*Поза всяким сумнівом. Я ж так і знала!*

*І я такої ж думки;*

*Очевидно, це саме так;*

*Так воно і є;*

*З приємністю (із задоволенням).*

### **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". Лексико-граматичним засобом вираження розради є дієслово у формі наказового способу однини або множини:

*Не переживай (те)!*

*Не хвилюйся (теся)!*

*Заспокойся (тесть)!*

*Не журись (іться)!*

*Опануйте себе!*

*Не бери (іть) собі це так близько до серця!*

*Викинь (те) це з голови!*

*Не думай (те) про це!*

*Не звертай (те) на це уваги!*

*Сподівайся (теся) на краще!*

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 чийось 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;  
 На мою думку, цей вчинок не робить тобі (Вам) честі;  
 Твій вчинок виходить за межі етичних норм;  
 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);  
 Вибачте, але ти (Ви) тут не маєш (те) рації. в) з'ясування:  
 Не бачу причини для зауваження (докору);  
 Не розумію, в чому ти (Ви) бачиш (те) мою помилку;  
 Не розумію, за що ти (Ви) на мене образився (лися);  
 Перепрошую, а в чому, власне, річ?*

### **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.*

### **Висловлення сумніву**

Сумнів – невпевненість щодо слухності, 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?*

*Вельми сумніваюся, що...*

*Вам краще видно, але...;*

*Воно ніби переконливо, проте...;*

*Мені хотілося б вірити, однак...;*

*Мені важко сказати, чи...*

### **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...;*

*Що стосується мене, то...;*

*Як на мене, то...;*

*Я глибоко переконаний, що...;*

*Можливо, моя думка (тобі, Вам) видасться неслухною, аіе...;*

*Мушу зауважити, що...*

*Я думаю (вважаю) так:...;*

*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". 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!*

*Ти (Ви) така чарівна!*

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

*З тобою (Вами) так приємно спілкуватися;*

*Тобі (Вам) винятково пасує цей капелюшок (костюм, пальто).*

*У тебе (Вас) така елегантна сукня;*

*Ти (Ви) прекрасний співбесідник!*

*Ти (Ви), як завжди, прекрасно (неперевершено) виступив (ли); Ти (Ви) рідкісний фахівець!*

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"<sup>26</sup>.

*До побачення*

*Будь (те) здоров (і)!*

*Бувай (те)!*

*До зустрічі!*

*Дозвольте попрощатися!*

*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!*

*Даруй (те), що так довго тебе (Вас) затримав.*

*Не буду більше зловживати твоїм (Вашим) часом (терпливістю, твоєю (Вашою) гостинністю);*

*Не можу (тебе, Вас) довше затримувати.*

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.

### Національні особливості ділового етикету та спілкування

Про роль і значення національного характеру та менталітету в процесі комунікацій вчені замислювалися з часів Античності. Ще давньогрецький філософ Геракліт вказував на значення характеру в розумінні людини: "Етос людини – це її характер". Геродот, Гіппократ, Пліній намагалися зв'язати особливості національних характерів з відмінностями клімату, географічних та історичних умов. У Новий час, з розвитком етнографії, дослідники починають широко використовувати етнографічні аргументи для аналізу національного характеру. Зокрема, Ш.-Л. Монтеск'є, Дж. Локк писали про "народному дусі", який залежить від середовища і клімату.

За твердженням французького філософа Гюстава Лебона, найяскравіше враження, винесену ним з тривалих подорожей по різних країнах, - це те, що "кожен народ має душевним ладом так само стійкий, як і його анатомічні особливості, і від нього походять його почуття, його думки, його установи, його вірування і його мистецтво".

Люди кожної цивілізації, незважаючи на відмінності їх соціального положення, володіють загальними рисами характеру, складовими несвідоме спадок, отриманий від їх предків. З цієї точки зору долею народів і культур в набагато більшій мірі керують померлі покоління, ніж живі: ними закладені основи цивілізації.

**Національний характер** – це спільність почуттів, ідей, традицій, вірувань, створена повільними спадковими накопиченнями в рамках однієї цивілізації, що надає психічного складу народу певну єдність, велику міцність і творчу силу.

**Національний стиль на переговорах** можна визначити як прихильність певним культурним цінностям, традиціям і звичаям, орієнтацію на специфічні механізми прийняття рішень, а також дотримання певних правил поведінки, глибоко вкорінених у національній культурі.

При аналізі національного стилю на переговорах слід звертати увагу на специфіку вербальних і невербальних комунікацій, виділяючи кілька ключових параметрів:

- ціннісні орієнтації, релігійні звичаї і правила, ідеологічні установки;
- ментальні особливості, пов'язані зі специфікою людського сприйняття і мислення;
- механізми вироблення рішень (індивідуальні і колективні, ступінь свободи і самостійності при прийнятті рішень тощо);
- особливості поведінки на переговорах, специфіка невербальних комунікацій, найбільш характерні тактичні прийоми.

Для поглибленого розуміння характеристик культури перед початком спілкування необхідно задати собі кілька важливих питань.

1. *На чому зосереджена дана культура: на угодах або стосунках?* В культурі, зосередженої на операціях, відносини - наслідок угод. В культурі, зосереджену на відносинах, угоди - наслідок відносин.

2. Якими є комунікації: прямими з низьким контекстом або непрямими з високим контекстом? В англо-американських, німецьких і скандинавських культурах цінується вміння говорити коротко, ясно і по справі, не вітаються двозначність і невизначеність. У Східній Азії, Латинській Америці, країнах Середземномор'я інформація передається переважно невербальними засобами, тут спілкування більш насичене; величезне значення мають особисті зв'язки, статус.

3. Яке ставлення до часу: монохронне або поліхронне? В англо-американських, німецьких і скандинавських культурах пунктуальність і дотримання графіка переговорів вважаються основою ділового спілкування: ці культури монохронні. В Латинській Америці, Східній Азії, Індії люди набагато менше переймаються часом: ці культури поліхронні.

4. Як багато особистого простору необхідно представнику цієї культури? У формальних культурах (більшість країн Заходу) спроби партнерів підійти до них надто близько викликають дискомфорт. В Латинській Америці, в арабських країнах прийнято спілкуватися на більш близькій відстані.

<p><b>I. Основа на контексті – інтересі</b> Японія Україна</p>	<p><b>II. Основа на змісті – становищі</b> США Німеччина Швейцарія</p>
<p><b>III. Основа на контексті – становищі</b> Мексика Іспанія Єгипет</p>	<p><b>IV. Основа на змісті – інтересі</b> Швеція Індія</p>

Легко долають комунікативні проблеми ті учасники, культури яких дають змогу використовувати елементи кожного стилю. Суперечності, як правило, виникають між партнерами, стилі поведінки яких є прямо протилежними, наприклад:

- I сприймає II як зухвалого, агресивного, нетерплячого, наївного, нецікавого, обмеженого;
- II сприймає I як неуважного, важко зрозумілого, схильного до обману;
- III сприймає IV як зарозумілого, надто офіційного, холодного, негнучкого;
- IV сприймає III як шахрая, маніпулятора, базіку, якому не можна довіряти.

Знання особливостей комунікативної культури партнера, підкреслене шанобливе ставлення до тих її елементів, які партнер особливо цінує, є запорукою відповідного ставлення і до себе, встановлення атмосфери взаєморозуміння.

## Національні стилі ділового спілкування

Стиль	Особливості стилю
<i>Американський стиль</i>	<p>Головна особливість стилю – високий професіоналізм. Під час переговорів американці самостійні, енергійні, ініціативні, відкриті, їм більш імпонує не надто офіційна атмосфера ділового спілкування. Вони врівноважено сприймають ситуації, що виникають на переговорах, динамічно аналізують і гнучко оцінюють їх, зберігаючи при цьому внутрішню рівновагу, хороший настрій, виявляючи почуття гумору. Вони доволі настирливо намагаються реалізувати свої цілі, переслідують власну вигоду. Суттєві їх національно-психологічні особливості – діловитість і практичність у розв’язанні проблем.</p> <p>При формуванні делегації вони керуються передусім критерієм компетентності, професіоналізму кандидатур. Важливе значення надають висвітленню переговорів та їх наслідків у засобах масової інформації.</p>
<i>Англійський стиль</i>	<p>Особливості цього стилю зумовлюють парадокси англійського характеру, до яких зараховують поєднання конформізму та індивідуалізму, ексцентричності й логічності, привітності й замкненості, відчуженості й співчутливості, простоти й снобізму. Англійцям властивий високий практицизм. Будь-які переговори вони розглядають з точки зору практичного застосування їх конкретних результатів. На переговорах поводяться привітно, порядно, без натяку на фамільярність. Англійці вважають, що успіх на переговорах залежить від позиції партнера, від обопільного намагання знайти найкраще рішення. Саме тому скрупульозно, прагматично готують їх.</p> <p>Їм властиві гнучкість, уважне ставлення до ініціативи протилежної сторони. В житті англійців особливу роль відіграють традиції, які впливають на їх участь у будь-яких справах, у тому числі й у спілкуванні.</p>

<p><i>Японський стиль</i></p>	<p>Стрижневими елементами японського стилю ділового спілкування є пунктуальність, точність, обов'язковість, етичний прагматизм, ввічливість. Японцям характерна повага до традицій, поклоніння перед авторитетом, підкорення слабкого сильному, конформізм, внутрішня самодисципліна, стійкість до труднощів, розуміння гордості та гідності як стимулів людської поведінки, почуття етнічної винятковості, колективізм, стійкість соціальних зв'язків, відносна свобода у виборі засобів і способів досягнення мети, готовність до їх удосконалення.</p> <p>На переговорах японці приділяють багато уваги розвитку особистих стосунків з партнерами. Вони нерідко намагаються детально обговорити проблему під час неофіційних зустрічей. Не шкодують часу і для узгодження конкретних положень. Водночас можуть і не виявляти активності у спілкуванні, якщо предмет розмови не стосується обговорюваної проблеми.</p>
<p><i>Французький стиль</i></p>	<p>Суттєвою особливістю цього стилю є динамізм, гнучкість, інтелектуальність, висока емоційність, що іноді межує з категоричністю, поєднані з тверезим розрахунком і прагматизмом. Традиційно відзначають оптимізм, життєрадісність, комунікабельність, відвертість, чутливість французів. До їх національних особливостей зараховують також високу культуру мислення, любов до радощів життя, гострий розум, дотепність, винахідливість, емоційне ставлення до всього національного.</p> <p>На переговорах французи незалежні й водночас не завжди самостійні у прийнятті остаточного рішення. Велику увагу приділяють попередньому етапу переговорів, намагаються обговорити все заздалегідь. Проте їх поведінка може змінитися під впливом обставин, що складаються на переговорах. Принциповим питанням для них може бути мова переговорів (як правило, надають перевагу французькій мові). Під час спілкування люб'язні, ввічливі, дотепні. Іноді у своїй поведінці схильні до крайнощів.</p>
<p><i>Німецький стиль</i></p>	<p>Особливостями цього стилю є практичність, педантизм, логічна послідовність, емоційна стриманість. Ці особливості є похідними від національних якостей</p>

	<p>німців, серед яких найчастіше відзначають охайність, передбачливість, точність, пунктуальність, працелюбність, сумлінність. На переговорах вони педантичні, послідовно обговорюють кожну деталь. Ретельно виробляють свою позицію ще до переговорного процесу. Передусім вони вступають у ті переговори, в яких, на їх погляд, можливо досягти очікуваного результату. В умінні прогнозувати і планувати свої дії їм немає рівних.</p>
<i>Китайський стиль</i>	<p>Характерними ознаками китайського ділового стилю спілкування є практицизм, шанування своїх національних традицій, ввічливість, стриманість, уважне ставлення до партнера, уміння використати у своїх цілях його сильні та слабкі сторони. Китайців характеризують дисциплінованість, залежність індивіда від групи, згуртованість на основі чіткого розподілу ролей, витримка, терпимість, співчуття й співпереживання у міжособистісних відносинах.</p> <p>Для китайців важливо, щоб їх спілкування відповідало таким основним вимогам: тема розмови має бути цікавою, адекватною часу і реальній комунікативній обстановці, містити якомога більше тотожних і менше суперечливих моментів.</p> <p>Для них важливе дотримання процедурно-сміслових етапів, зокрема попереднє уточнення позицій, їх обговорення, підбиття підсумків. На попередньому етапі китайці звертають особливу увагу на зовнішній вигляд, манеру поведінки партнерів, виокремлюють людей з більш високим статусом і тих, що симпатизують їм. Саме завдяки цим людям вони намагаються впливати на позицію протилежної сторони. Особливістю китайських делегацій є велика кількість експертів.</p> <p>У процесі переговорів китайці не поспішають відкривати свою позицію, охоче вислуховують протилежну сторону і тільки після того, як оцінять її можливості, розкривають свої інтереси та аргументи. При цьому вони вміло використовують у власних цілях помилки партнерів.</p>
<i>Арабський стиль</i>	<p>Важливим елементом на переговорах для арабів є встановлення довіри між партнерами. Вони звикли</p>

	орієнтуватися на минуле, традиції. Перш ніж приймати рішення, намагаються попередньо вивчити деталі проблем, що обговорюються на переговорах. Для єгипетського стилю спілкування як одного з арабських характерне почуття національної гордості, продовження історичних традицій, а також адміністративні правила поведінки. На переговорах єгиптяни небайдужі до питань, пов'язаних з національною незалежністю. Серед усіх форм і типів взаємодії перевагу надають торгу.
--	---

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Змодельуйте рольову ситуацію і проведіть комунікативну гру.

- Ви у незнайомому місці й шукаєте потрібну Вам установу
- Ви не згодні з висловленою думкою співбесідника
- Ви – працівник адміністрації. До Вас звертаються з проханням надати допомогу у проведенні заходу, а Ви не можете допомогти.

**Завдання 2.** Доберіть матеріал і підготуйтеся до виступу з теми «Особливості ураїнського мовленнєвого етикету».

**Завдання 3.** Змодельуйте мовленнєву ситуацію вітання і проведіть комунікативну гру: а) вітання з однокурсником; б) вітання з директором інституту; в) вітання зі священником; г) вітання з викладачем.

## **Контрольні запитання**

1. Діловий етикет: сутність, принципи і функції етикету.
2. Ділова атрибутика
3. Окресліть основні правила користування візитними картками.
4. Як Ви розрізняєте поняття «мовний», «мовленнєвий», «спілкувальний» етикет?
5. Назвіть парадигму мовних формул, якою послуговуються під час вітання?
6. Хто має вітатися першим?
7. Як знайомляться без посередника і з посередником?
8. Які словесні формули використовують у процесі знайомлення?
9. Як привернути до себе увагу?
10. Які словесні формули Ви вживаєте для висловлення власного погляду?
11. За що говорять комплімент і як його треба робити?
12. Які словесні засоби використовують для висловлення сумніву?
13. Розкрийте значення термінів «національний характер» і «національний стиль спілкування»

## 4.

### СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Єдина відома мені розкіш –  
це розкіш людського спілкування  
Антуан де Сент-Екзюпері*

#### Спілкування і комунікації. 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. *gapsiōp* – 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.)

### **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.

### **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 адекватносприймати те, про що він говорить;
- пам'ятати, що спілкуванню характерний діалоговий характер;
- аргументувати свою позицію: наводити переконливі докази.

**Аргументування** – це важливий спосіб переконання за допомоги вмотивованих, обгрунтованих 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.

### **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 справі.

### **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%<sup>40</sup>. 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.

Доцільно зауважити, що невербальна комунікація залежить від типу культури. Є, звичайно, жести, експресивні сигнали, які майже однакові в усіх народів (посмішка, сердитий погляд, насуплені брови, хитання головою). Водночас є досить багато невербальних засобів, звичок, що прийняті лише однією нацією.

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 вгору		
Кутики брів	Зовнішні кутики брів підняті вгору			Брови підняті вгору		
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.

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.

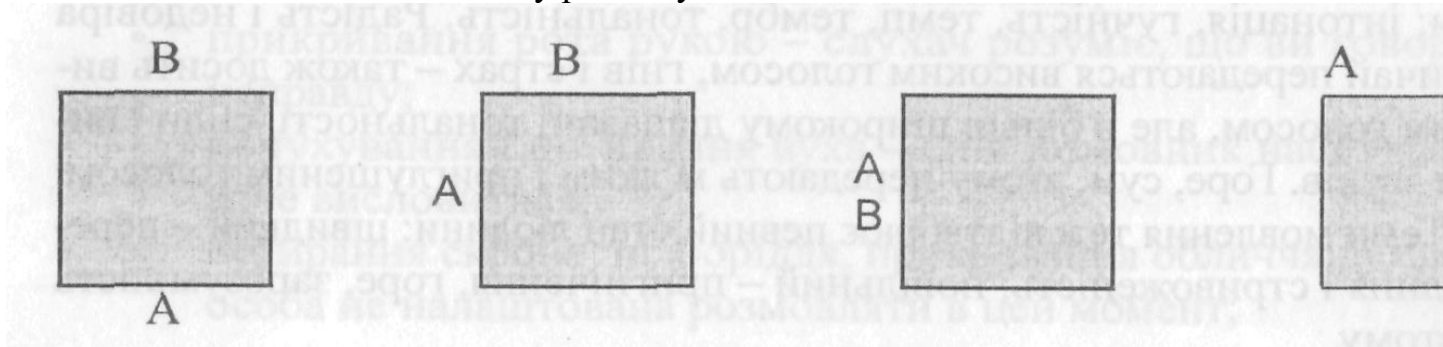
Потиск руки може бути трьох типів: домінантним (рука зверху, долоня розвернута вниз), покірним (рука знизу, долоня розвернута вверх) та рівноправне.

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.

### 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 трансляції 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.

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Дайте відповіді на поставлені запитання. Організуйте обговорення цих проблем.

1. Чи вмієте Ви спілкуватися? Наскільки ви комунікабельні?
2. Чи завжди Ваше спілкування є продуктивним?
3. Чи завжди Ви відчуваєте після нього задоволення і розуміння, що воно є таким самим і для іншої людини?
4. А чи вмієте Ви спілкуватися з іншою особою, вирішувати конкретні справи і досягти в цьому успіху?

**Завдання 2. Розкрийте значення таких висловів:**

«Хочеш пізнати людину – дивись їй у вічі».

«Очі – дзеркало душі».

**Завдання 3. Сформулюйте і запишіть правила, якими, на Вашу думку, варто доповнити подані рекомендації у виданні «Політика свіцкая от иностранных авторов вкратце собранная».**

- Не хвали себе, ані принижуй, ані ганьби, ні справу свою, або ім'я, або рід не вивищуй, бо так чинять ті, хто недавно прославився.

- Не важся торкати ліктем того, кого про щось питати хочеш.

- Не говори про свої приватні і домашні справи, хіба що із щирим приятелем.

- Пристало, щоб ти сам про себе рідко що мовив, як і про те, з чого тобі похвала могла б бути.

- Старатися, аби не говорити по-простацькому.

**Завдання 4.** Назвіть відомі Вам типи візитних карток. З'ясуйте, для чого вони використовуються. Змодельуйте ситуацію, в якій ви скористаєтеся певною візитною карткою.

**Завдання 5. Використовуючи етикетні формули та експресивно забарвлені мовні засоби, напишіть і виразно прочитайте:**

- а) вітання з днем народження мамі чи татові;
- б) вітання факультету з нагоди ювілею;
- в) вітання з днем народження директорові фірми.

**Контрольні запитання**

1. Розкрийте зміст поняття «спілкування»
2. Яка роль належить спілкуванню у професійній діяльності?
3. Які функції виконує спілкування у сучасному інформаційно насиченому суспільстві?
4. Назвіть основні функції спілкування
5. Які види спілкування виділяють за формою реалізації мовних засобів?
6. Чому під час спілкування окрім словесних, послуговуються невербальними засобами?
7. Як можна «читати людину» за жестами, мімікою, рухами тіла?
8. Які засоби спілкування належать до екстралінгвістичних?
9. Назвіть основні етапи спілкування
10. Що і як можна висловити поглядом?
11. Які знаки належать до оптико-кінетичної системи знаків?
12. Яка роль належить дистанції у спілкуванні?

## 5.

### Риторика і мистецтво презентації Публічний виступ як важливий засіб комунікації

*Фахівці нової генерації мають володіти живим, ефективним, переконливим словом як інтеграційною якістю професійної майстерності.*  
Г.Сагач

#### 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, відборі 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, урахувавши 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 реалії.

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

**Агітаційній** 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 сформулювати 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, спрямуванням, 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 промові 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.

### **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 – привернути 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 однострумковців, 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.

*Ораторові-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? Прислухайтесь 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 допомогою інших істинних і пов'язаних з ним суджень. Структура доведення складається з тези, аргументів, демонстрації (форми доведення).

**Теза** – це судження, істинність якого потребує доведення. Переконати когось у своїй правоті означає створити у нього впевненість в істинності тези.

Порушення цього правила призводить до логічної помилки – втрати або підміни тези. Якщо втрата тези є мимовільною помилкою недосвідченого оратора, то підміна тези – цілеспрямованою дією особи, яка її висунула.

**Аргументи (докази)** – це ті істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези. Розрізняють такі види аргументів: вірогідні одиничні акти, визначення, аксіоми та постулати, раніше доведені закони науки та теореми.

Докази мають відповідати таким логічним вимогам, як істинність, підтвердження висунутої тези, очевидна істинність поза висунутою тезою. Необхідно заздалегідь підготувати достатню кількість аргументів, які повинні бути вивіреними. Важливе значення має послідовність наведення аргументів.

**Демонстрацією** (формою доведення) називається засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини. За формою докази переділяються на *прямі* та *непрямі*. **Прямим** називають такий доказ, в якому безпосередньо (прямо) обґрунтовують істинність тези. Наприклад, *довести, що 1992 р. був високосним, можна на основі аргументу-визначення, що таке високосний рік, тобто діленням його двох останніх цифр на чотири*. **Непрямим** називається такий доказ, в якому істинність обґрунтовується шляхом доведення помилковості протилежного твердження. Інколи непрямий доказ називають доведенням за допомоги доведення до абсурду. 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  $180^\circ$ , а цього бути не може, бо тільки сума трьох кутів може становити  $180^\circ$ . 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.

### **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, пошавлення, 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 ситуації.

**Підтверджувальні запитання** (техніка Сократа): одержати від співрозмовника низку відповідей «так», щоб або створити атмосферу згоди, або додати розмові інерції та змусити вимовити «так» на головне запитання.

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.

**Навідні запитання** змушують співрозмовника підтвердити сказане вами. У навідному запитанні вже формулюється визначена думка. Задаючи таке питання, ви сподіваєтеся, що співрозмовник погодиться з цією думкою, тобто ви як би вселяєте цю думку і поволі впливаєте на хід розмови так, що співрозмовник не відразу усвідомлює це.

*“Ви ж напевно в цьому зацікавлені. . . ?”, “Ви, звичайно, не хочете, щоб . . .?”*

### **Зустрічне питання**

Веде розмову, бере на себе активну роль той, хто ставить питання. Той, хто відповідає, виражає свою реакцію і часто передчасно зв'язує себе обіцянками. Якщо ваш партнер постійно ставить питання, він визначає стратегію ділової бесіди. Крім того, він спонукає вас висловлювати свою думку, що в наступному може перешкодити вашій аргументації. Не давайте відповідь доти, поки не довідаєтеся, що в дійсності цікавить вашого співрозмовника! Тільки коли вам буде відомо, що криється за його питанням, навіщо він вам його ставить, ви зрозумієте, як варто сформулювати свою відповідь так, щоб вона задовольнила і переконала партнера.

Якщо ви хочете знову взяти **ініціативу** в бесіді у свої руки, використовуйте зустрічне питання.

*“Що вас при цьому особливо цікавить?”, “Що для вас у цьому особливо важливо?”*

### **Тунельні, поглиблюючі питання**

Техніка починається з постановки загального питання. Далі, ґрунтуючись на відповіді на кожне запитання, ти розпитуєш про більше деталей глибше і глибше.

### **Дослідницькі, уточнюючі запитання**

Постановка дослідницьких запитань є ще однією стратегією для отримання більшої кількості інформації про деталі. Можливо, тобі потрібен приклад для того, щоб зрозуміти, що саме він мав на увазі, або потрібно більше інформації для чіткішого розуміння почутого чи ситуації: *«На коли тобі потрібен цей звіт, і чи ти хочеш отримати чернетку перед тим, як я надішлю тобі фінальний варіант?»* або ти хочеш переконатись, що сказане співрозмовником є точною інформацією: *«Звідки ти знаєш, що нова база даних не може використовуватись для продажів?»*

## **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.

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Доберіть і запишіть 3-4 аргументи, щоб підтвердити такі думки:

1. Людина відчуває свій обов'язок лише тоді, коли вона вільна (А.Бергсон).
2. Свобода – це воля до особистої відповідальності (Ф.Ніцше).
3. Світ належить тим, хто вміє хотіти (Д.Донцов).
4. Краса в очах того, хто дивиться (О.Уайльд).

**Завдання 2.** Підготуйте доповідь із презентацією про професію, яку опановуєте в університеті, скориставшись при цьому такими питаннями:

Чим приваблює обрана професія?

Що Вам відомо про цей фах?

Наскільки ваша спеціальність важлива та актуальна?

Які ділові та моральні якості вам допоможуть у професійній діяльності?

Як ви бачите себе у майбутньому?

**Завдання 3.** Прочитайте рекомендації Ф. Прокоповича про складання промов. Напишіть і виголосіть власну вітальну промову, використовуючи відомі вам риторичні фігури

### Рекомендації Ф. Прокоповича щодо складання промов

*Похвала особам.* Основні джерела винайдення думки в похвальних промовах на честь особи, на думку Феофана Прокоповича, такі:

- природа людини, яка охоплює тіло й душу, причому перевага надається чеснотам душі (снага розуму, пам'ять, міркування, знання);
- доля особи - включає в себе достойність роду, знаменитість і славу пращурів, могутність, багатство, силу, почесні, споріднення й дружбу з визначними мужами, начальниками;
- навчання - показує рівень знань особи де, як, у кого виховувалась особа, кого мала наставниками, де була проведена юність, якими науками і мистецтвами займалась особа, яких мала друзів, яких суперників, чи перевершувала їх талантами, похвалами, пильністю, вчинки, дії особи;
- у похвальних промовах на честь народів слід описати і пояснити такі моменти стародавності, славу військових подвигів, приклади визначних людей, закони, здібності, перемоги, тривале панування тощо.

*Промова з нагоди дня народження.* Під час підготовки промови з певної нагоди рекомендується дотримуватися такого:

- промова починається з висловлення радості (наприклад: *Особливо святкувати і з найбільшою радістю ми повинні зустрічати день, якого народився той, кого ми любимо шануємо, поважаємо*);
- далі наводиться певна аргументація;
- ти сам чи держава тішитися з нагоди чийогось народження;
- додати мотив що з цього народження повинна очікувати сім'я або держава (докази будуються на здогадах сильніших чи слабкіших);
- сильніші докази передбачають згадку про особливості батька, матері (наприклад, *у добрих народжуються добрі*), перехід до похвали батьків, виокремлення їх високих моральних чеснот (як-от: *розважливість, справедливність, поміркованість, щедрість*);
- підсилення аналогіями, прикладами або викладом причини, чому син зазвичай відтворює подібність як батькового тіла, так і душі;
- важливим є відчуття міри в аргументації;
- завершувати промову варто поривом радості і додати побажання, щоб Бог усе те, на що сподіваємось, довів до щасливого кінця.

#### Завдання 4. Підготуйте доповідь на одну з тем:

- 1) «Точно використовуйте слово, і ви позбавите світ від половини непорозумінь» (Р.Декарт)
- 2) «Слово володіє магічним даром відкривати людині саму себе в слові» (М.Жулинський)
- 3) «Мова – відкрита система, що піддається впливам і сама впливає» (Т.Панько)

#### Контрольні запитання:

1. Що таке риторика: наука чи мистецтво?
2. Які типи класифікації публічних виступів вам відомо?
3. Що таке аргумент, доказ, доведення в публічному мовленні?

4. Що таке доповідь? З яких частин вона складається?
5. Що потрібно зробити, щоб привернути увагу аудиторії?
6. Окресліть основні види запитань.
7. Що таке презентація? Назвіть її основні види
8. Які основні причини неуспішної презентації?
9. Назвіть структурні компоненти презентації.
10. Які вимоги ставлять до сучасного оратора?

## 6.

### КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Людина виокремилася зі світу, що її оточує, і піднялася над ним завдяки мислення свій і мовленнєвій діяльності, спілкуванню за допомоги виняткової знакової системи – природної мови.

Ф. С. Бацевич

#### 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.

### **Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування**

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

1. За способом взаємодії між комунікантами виділяють:
  - монологічне (говорить один учасник спілкування);
  - діалогічне (зазвичай розмовляє двоє осіб);
  - полілогічне спілкування (розмовляють троє і більше учасників).
2. За кількістю учасників виокремлюють:
  - індивідуальне (спілкуються двоє);
  - колективне спілкування.
3. З урахуванням каналів комунікації виділяють:
  - безпосереднє спілкування ("обличчя до обличчя");
  - опосередковане (телефон, радіо, телебачення).
4. Залежно від змісту повідомлення розрізняють:
  - побутове (обговорення щоденних проблем);;
  - наукове (обговорення наукових проблем);
  - фахово-ділове (спілкування між людьми як представниками фахових установ);
  - естетичне (передавання естетичної інформації).

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

**Діалог** – це форма ситуаційно зумовленого спілкування двох осіб, комунікативні ролі яких упорядковано змінюються (мовець стає адресатом, а адресат перетворюється на мовця).

Висловлювання у діалозі називаються репліками (комунікативними кроками).

Діалогічне професійне спілкування завжди прогнозує мету і завдання, формується під впливом мотивів фахової діяльності. Найхарактерніші ознаки діалогу:

- безпосередність словесного контакту двох учасників спілкування;
- швидкий обмін репліками без попереднього обмірковування;
- ситуативна залежність реплік;
- можливість імпліцитного способу передачі інформації (репліки скорочені, нерозгорнуті);
- використання 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 непередготовленості;
- істотне значення правил ведення полілогу;
- більш-менш однакова участь у спілкуванні всіх учасників. У межах названих форм і відбувається усне фахове спілкування.

### **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 повернути до себе співрозмовника.

Для того, щоб бесіда була ефективною, не можна:

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

Залежно від змісту 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.<sup>47</sup>

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.

### **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 поцінювалася 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 дізнаєтесь про результати. Бажано, щоб ініціатива такої домовленості залишалася за вами: краще домовитися, що ви зателефонуєте у призначений час, ніж чекати дзвінка. Активна позиція завжди ліпша пасивної. Це справить враження ділової людини.

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

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

### **Етичні питання використання мобільних телефонів**

Мобільний телефон нині є неодмінним атрибутом кожної ділової людини. Послуговуючись 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.

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Підготуйтеся до комунікативної гри «Захоплення ініціативи в діалозі». Два учасника сідають у центрі кола. Один із них починає діалог на професійну тему, а другий повинен переключити співрозмовника на свою тему. Робити це потрібно ввічливо, коректно, але наполегливо.

**Завдання 2.** Підготуйтеся до бесіди «Усне спілкування як основа професійного мовлення». Запишіть перелік обговорюваних питань.

**Завдання 3.** Змодельуйте мовленнєву ситуацію і підготуйтеся до комунікативної гри «Співбесіда з роботодавцем».

**Контрольні запитання**

1. Що таке усне спілкування?
2. Назвіть найважливіші особливості усного спілкування.
3. Назвіть форми усного фахового спілкування.
4. Що таке діалог?
5. Які найхарактерніші ознаки діалогу?
6. Що таке монолог?
7. Які виокремлюють форми монологічного мовлення?
8. Які найважливіші ознаки монологу?
9. Що таке полілог?
10. Назвіть головні ознаки полілогу.
11. Що таке бесіда?
12. Які функції виконують ділові бесіди?
13. Які види бесід ви знаєте?
14. Яких правил треба дотримуватися, щоб досягти успіху під час бесіди?
15. Що таке телефонна розмова?
16. Назвіть правила ведення телефонної розмови.
17. Що таке співбесіда з роботодавцем?
18. Яку інформацію ви повинні знати про установу, в якій хочете працювати?
19. На якій запитання треба підготувати відповіді?

## 7. ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ

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

### 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.

З метою досягнення бажаних результатів сторони переговорного процесу вибирають відповідні стратегічні та тактичні підходи до ведення переговорів.



- **Жорсткий** – коли обидві сторони, зайнявши протилежні позиції, вперто відстоюють їх, застосовуючи тактичні прийоми, щоб ввести противника в оману щодо істинної мети, і роблять невеликі поступки, необхідні для продовження переговорів. У ході переговорів суперечка може перетворитися в змагання волі і згоди може бути не досягнуто.
- **М'який** – коли кожна сторона вважає іншу сторону дружньою. Замість того, щоб робити ставку на досягнення перемоги, вони підкреслюють необхідність досягти хоча б згоди. Стратегія м'якого підходу полягає в тому, щоб робити пропозиції і йти на поступки, довіряти іншій стороні, бути дружлюбним і поступатися для уникнення конфронтації там, де це необхідно. За такого підходу сторони *можуть прийти до неясних і нерозумних рішень*.
- **Принциповий (Гарвардський)** – альтернативний вищенаведеним, сконцентрований на основних інтересах сторін, взаємовигідних варіантах і справедливих стандартах, приводить до досягнення розумного результату.

Американські знавці переговорного процесу Роджер Фішер та Уільям Юрі описали метод принципів переговорів. Вони протиставляють винайдений ними метод принципів переговорів стандартній переговорній стратегії – позиційному торгу, який часто залишає у “переговорників” почуття незадоволеності, виснаження, відчуження. Адже люди опиняються перед дилемою: бути “м’якими” і йти на поступки чи бути “жорсткими”, оголосити війну і перемогти, зіпсувавши стосунки з протилежною стороною.

Особливість методу принципів переговорів у змозі *вирішувати проблеми, виходячи із суті справи, а не позицій партнерів* по переговорах. Партнери намагаються знайти взаємну вигоду там, де це можливо. А там, де

інтереси не збігаються, досягати результату, обґрунтованого справедливими нормами.

У результаті застосування принципового підходу:

- переговори повинні привести до такої угоди, яка б максимально задовольняла інтереси кожної сторони, справедливо регулювала суперечності, була довгостроковою і брала до уваги інтереси суспільства;
- переговори мають бути ефективні, без втрат, якими, як правило, супроводжуються угоди, пов'язані із прагненням не поступатися своїми позиціями;
- стосунки між сторонами повинні покращитися чи, щонайменше, не зіпсуватися.

Принципові переговори характеризуються чотирма основними правилами – рекомендаціями, що є базовими елементами переговорів.



### **Правило перше. Відмежуйте учасників переговорів від проблеми**

Потрібно концентрувати увагу на суті проблеми, а не на стосунках сторін. Не можна переносити ваше ставлення до співрозмовника на предмет обговорення, критикувати особистісні якості опонента. Краще поставте себе на їхнє місце. Пам'ятайте, “ваша проблема – не провина інших”. Р. Фішер та У. Юрі пропонують шляхи реалізації цього правила:

- конструйте робочі стосунки;
- підтримуйте робочі стосунки;
- відокремлюйте відносини від дискусії за суттю справи;
- не ведіть позиційні торги;
- розбирайтеся не з проблемами, а з людьми.

### **Правило друге. Концентруйте на інтересах, а не на позиціях**

Замість того, щоб сперечатися про позиції, потрібно дослідити інтереси один одного. Уявіть собі ситуацію: на одній кухні – два кухаря, і обом одночасно знадобився апельсин. А він лише один! Якщо зосередитись на позиціях – то, в кращому разі, обом дістанеться по половині апельсина. Але, якщо виявити інтереси, то з'ясується, що одному кухареві потрібна цедра, а іншому – сік. Отож, як рекомендують Р. Фішер та У. Юрі, перш ніж ділити апельсин, спробуйте його збільшити.

Щоб зрозуміти інтереси сторін стосовно їх позицій, потрібно виконати такі дії:

- поясніть свої інтереси;
- визначте інтереси іншої сторони;
- обговоріть спільну тему;
- будьте конкретними, але гнучкими;
- будьте стійкими, захищаючи свої інтереси.

### **Правило третє. Розробляйте взаємовигідні варіанти**

Причиною непорозумінь буває відмова від творчого розгляду взаємовигідних варіантів. З метою вирішення спільних проблем потрібно дотримуватися таких правил:

- відокремлюйте судження від рішення;
- розширте коло підходів;
- шукайте взаємовигоду;
- допоможіть партнеру прийняти рішення.

### **Правило четверте. Наполягайте на використанні об'єктивних критеріїв та процедур**

Для досягнення розумної згоди, незалежної від прагнень сторін, можна застосувати:

- справедливі критерії за суттю питання;
- справедливі процедури регулювання протилежних інтересів

Для того, щоб переговори були справедливими, запрошуються незалежні експерти, спостерігачі, посередники.

### 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.

### **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 вагомні аргументи на захист своєї позиції та підготувати відповідні пропозиції. Обговорення припиняється тоді, коли на запитання: чи є ще пропозиції з обговорюваної проблеми? - відповіді немає. Тоді внесені пропозиції систематизують, готують проект рішення, який пропонують на розгляд учасниками зборів, доповнюють іншими пропозиціями.
4. Ухвалення рішення. Рішення складається з двох частин: констатування (виклад ситуації) та ухвалення (оцінка проблеми, завдання, що треба зробити, кому і коли, а також визначення особи, на яку покладається контроль за виконанням рішення).

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

### **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. Наряду проводить голова, який повинен мати не тільки організаторський хист, а й уміти стежити за перебігом дискусії, обмірковувати й добирати слушні запитання, систематизувати 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 організують 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 вузькопрофесійних питань, до якої керівник може бути не готовий; бажання керівника активізувати підлеглих, підвищити ступінь їхньої участі у проведенні тих або інших заходів.

Керівник обговорює з доповідачем мету, яку він ставить перед нарадою, основні ідеї доповіді, її структуру, передбачувані рішення. Залежно від важливості виступу, складності проблеми, особистої компетентності керівника (доповідача) і аудиторії під час підготовки до виступу складають короткий або розгорнутий план, тези або повний текст доповіді. Фактичні дані доповіді повинні бути достовірними.

Автор доповіді повинен чітко уявляти склад і підготовку аудиторії, щоб не повторювати відомі учасникам наради положення, оперувати доступними і необхідними фактами.

Доцільно 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.

## 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, чії пропозиції увійшли до цього проекту.

### Дискусія

Дискусія – діалогічний метод творчої діяльності групи осіб, побудований на публічному, відкритому, доброзичливому обговоренні актуального, але спірного питання і спрямований на певний позитивний результат. Дискусія – діалог не внутрішній, а зовнішній, відкритий.

Предметом дискусії не може бути другорядне, випадкове для конкретної аудиторії питання, воно має бути проблемним, важливим у цій ситуації й водночас викликати неоднозначні думки та пропозиції.

Справжня дискусія – не суперечка, не з'ясування стосунків, вона передбачає об'єктивне й доброзичливе обговорення питання з обов'язковою повагою як до своїх прихильників, так і до опонентів, з опорою на особистісно-діалогічний стиль спілкування. Тому за результатами дискусії не може бути переможців і переможених.

Дискусія як метод вирішення проблеми зазвичай конструктивна, тобто спрямована на певний позитивний результат, на просування у розв'язанні спірного питання.

На думку фахівців з етики ділового спілкування, організація дискусії передбачає три етапи: підготовчий, основний та заключний. На першому етапі формулюють тему дискусії й основні питання, які будуть винесені на колективне обговорення, визначити час і місце проведення дискусії. Здебільшого ефективність дискусії зумовлює вибір теми для обговорення, тому краще формулювати її проблемно. Якщо тема дискусії є занадто складною, доцільно зробити невеликий вступ, щоб учасникам було легше визначитися щодо основних понять.

На другому етапі обговорюють ті питання, які було винесено на порядок денний, виявляються позиції учасників, а емоційно-інтелектуальний поштовх пробуджує бажання мислити активно.

Є певні вимоги до поведінки учасників дискусії:

- Вони мають підготуватися до обговорення обраної теми й виявити готовність викласти свою позицію;
- Кожен повинен уважно слухати інших і чути, про що саме вони говорять;
- Усім бажано поводитися відповідно до загальноприйнятих етичних норм поведінки, не слід перетворювати дискусію на суперечку, не можна перебивати того, хто виступає, робити зауваження щодо особистісних якостей учасників.

Під час дискусії народжується багато різних думок, здебільшого полярних (від крайніх лівих до крайніх правих), і тоді учасники починають тяжіти до тих людей, думки яких для них є близькими.

Готуючи і проводячи дискусію, треба враховувати певні етичні та психологічні вимоги до неї: якщо учасники дискусії матимуть єдину мотивацію, то прагнутимуть знайти відповіді на питання, що їх хвилюють; якщо вони не будуть достатньо поінформовані про предмет обговорення, то не витратять час на 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 сформувавши 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 сформувавши 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 х в.).

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 задалегідь 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 вступають учасники (20 хв.), після чого ведучий запрошує глядачів узяти участь в обговоренні.

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

Дискусія «мозковий штурм». Ефективною формою організації дискусії, якою послуговуються досвідчені керівники для пошуку виходу з проблемних ситуацій, є «мозковий штурм» – метод колективного продукування великої кількості нових ідей і варіантів рішення складних, творчих завдань, які недоступні розуму та зусиллям однієї людини, за короткий проміжок часу. **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.

Основні правила застосування методу «мозкового штурму» такі:

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

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

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

3. Дозволяється ставити запитання з метою уточнення і розвитку ідеї.
4. Неодмінною умовою «штурму» є оптимізм, впевненість у позитивному результаті. Утверджується особистісно-діалогічний стиль спілкування, доброзичливість.
5. Етап – висування ідей – може бути проведений у два-три періоди по 7-10 хвилин. Групи критики, захисту й оцінювання після кожного періоду приймають рішення і занотовують їх до протоколу «штурму». Під час критики ідей будь-яка форма їх захисту заборонена. Автор ідеї теж висловлює свою думку про її недоліки.
6. На прикінцевому етапі критика знову заборонена, висловлюються лише пропозиції щодо розвитку найбільш оригінальних ідей і їх практичної реалізації. Ведучий узагальнює результати творчої роботи, називаючи ідеї і способи розв'язання поставлених завдань.

*Дебати* – обговорення якого-небудь питання, полеміка. Найголовніше у дебатах – передавання повідомлення якомога зрозуміліше, водночас апелюючи до повідомлення опонента, тобто завдання дебатів – переконати опонентів і слухачів у правильності поглядів.

Усі промовці намагаються залучити на свій бік якомога більшу кількість людей, тому дебати мають характер змагання, за регламентом якого слідкує ведучий. Голова під час дебатів повинен простежити, щоб кожен промовець ефективно використав відведений йому час, а також захистити доповідача від неправомірних атак опонентів. Важливо, щоб учасники дебатів узгодили з головою правила й форму дебатів до початку.

Зазвичай дебати складаються з таких трьох етапів:

1. *Формулювання та обґрунтування власного бачення проблеми.* На цьому етапі важливо справити сильне враження, адже перший удар – половина виграної битви. Викласти власний погляд чітко і зрозуміло

упродовж обмеженого часу – справжнє мистецтво, головним для якого є чотири чинники: увага аудиторії, актуальність питання, аргументація, сприймання присутніми.

Щоб вас сприймали слухачі, треба:

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

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

Дебати – це стратегічна тактична гра, одержати перемогу в якій означає переконати присутніх. На другому етапі важливо вміти використовувати зустрічні методи: *заспокійливий протест* (Ви, певно, погано поінформовані? Ви зовсім не маєте рації?); *умовне схвалення* (Певна річ, Ви маєте рацію і

донедавна це справді було так, але я можу навести такі зміни...); *тактика ігнорування*: ви нехтуєте реакцією опонента і поверхово розглядаєте його заперечення, водночас наводите переконливі аргументи «за»; *відкладна тактика*: ви визнаєте, що є певний сенс у аргументах опонента, але зараз вони недоречні, можливо, вони стануть у пригоді пізніше; *повторення*, щоб переконати присутніх, ви повторюєте свої аргументи, послуговуючись різними мовними засобами; *підміна понять*: заперечуючи опонентові, ви змінюєте його аргументи на: Так, це дуже цікаве запитання. Це, певна річ, цікаве запитання.

3. *Останнє слово опонентів*. Третій етап дебатів найкоротший: кожному з опонентів надається ще одна можливість висловитися. Щоб прикінцеве слово було дієве, необхідно ще раз наголосити на суті виступу.

Ці та інші методи спілкування дають змогу генерувати ідеї, збагачувати творчу діяльність організації, а керівникові оперативніше впроваджувати нововведення.

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Підготуйтеся до участі в груповій діловій дискусії на тему «Зв'язки з громадськістю як засіб формування позитивного іміджу організації».

Орієнтовні питання для обговорення під час дискусії:

1. Сучасна концепція паблік рілейшнз.
2. Технології формування позитивного іміджу організації.
3. Технологи проведення ПР-акцій.

**Завдання 2.** Складіть проект ток-шоу розділіться на групи 5-6 осіб кожна, обравши для своєї групи тему ток-шоу аналітичного, пізнавального спрямування.

Один студент з групи виконує роль ведучого, решта – учасники. Питання ведучого і відповіді учасників повинні бути яскравими і цікавими. Ставлячи питання, послуговуйте формулами активного слухача з'ясування, перефразування, резюмування.

Рекомендації ведучому ток-шоу

- Спочатку чітко сформулюйте і оголосіть проблему, яку потрібно обговорити

- Визначте мету
- Задайте раціональну структуру обговорення
- Приділяйте увагу кожному учасникові ток-шоу, вислухайте думки усіх опонентів

- Обов'язково підбивайте підсумки після кожного пункту.

Експерти оцінюють:

- ступінь правильності розуміння питання,
- наявність власних думок і оцінок у відповідях,
- точність і зрозумілість відповіді,
- логічність вираження думки,
- швидкість відповіді,
- культуру мовлення, володіння прийомами ораторського мистецтва.

### Контрольні запитання

- 1 Що таке нарада?
- 2 На які види поділяють наради? З якою метою їх проводять?
- 3 У яких ситуаціях необхідно використовувати нараду як засіб колективного вирішення проблем?
- 4 Як учасники мають готуватися до проведення наради?
- 5 Яких правил слід дотримуватись, аби успішно провести нараду?
- 6 Що таке збори? Які є види зборів?
- 7 Як треба виступати на зборах, аби привернути увагу присутніх до змісту виступу та переконати їх?
- 8 Якою має бути поведінка людина, що керує колективним обговоренням (нарадою, зборами, дискусією, «мозковим штурмом», диспутом, дебатами)?
- 9 Схарактеризуйте значення ділових перемовин у вашій майбутній професійній діяльності.
- 10 У чому полягає підготовка до перемовин?
- 11 З яких стадій складаються перемовини?
- 12 Що таке дискусія? Які є правила ефективної дискусії?
- 13 За яких обставин використовують «мозковий штурм»?
- 14 Чим відрізняються дебати від дискусії та які методи дебатування використовуються?
- 15 Що таке дебати? З яких етапів складаються вони?
- 16 Що таке зустрічні методи дебатів?
- 17 Які виділяють способи дебатування?
- 18 Що таке візитна картка? Які є види візитних карток?
- 19 Які способи використання візитних карток?

## ДІЛОВІ ПАПЕРИ ЯК ЗАСІБ ПИСЕМНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Знай папери в житті – не химери і не плід канцелярій нудних:  
ділові необхідні папери у стосунках людей ділових.*

*Д. Білоус*

### Класифікація документів

Документ – основний вид ділового мовлення, що містить інформацію, "зафіксовану на матеріальному носії, основною функцією якого є зберігати та передавати її в часі та просторі"

Документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку й має відповідно до законодавства юридичну силу. Юридична сила документа – це "властивість службового документа, надана чинним законодавством, яка є підставою для вирішення правових питань, здійснювати правове регулювання й управлінські функції".

Документи виконують офіційну, ділову й оперативну функції, оскільки вони – писемний доказ, джерело відомостей довідкового характеру.

Відтворюють документи на папері, фотоплівці, магнітній та перфострічці, дискеті, перфокарті.

У практичній діяльності установ, організацій і підприємств найпоширеніший текстовий документ, "зміст якого – мовна інформація, зафіксована будь-яким типом письма або певною системою звукозапису вам ня".

Отже, вирізняють письмові та рукописні документи.

Письмовий документ – текстовий документ, мовна інформація якого зафіксована будь-яким видом письма.

Рукописний документ – це письмовий документ, створений способом нанесення знаків письма власноручно.

Види документів визначають за такими ознаками:

- найменуванням (назвою) – заяви, листи, телеграми, довідки, службові записки, інструкції, протоколи та ін.;
- походженням – службові (офіційні) й особисті.

Службові документи створюються організаціями, підприємствами та службовими (посадовими) особами, які їх представляють. Під посадовою особою розуміють особу, яка здійснює функцію представника влади чи обіймає посаду, пов'язану з виконанням організаційно-розпорядчим або адміністративно-господарських обов'язків.

Службові документи формуються в установленому порядку.

Особисті документи створюють окремі особи поза сферою їх службової діяльності або виконанням службових обов'язків. До особистих також належать і ті документи, які містяться в приватному зібранні особи;

- місцем виникнення – внутрішні та зовнішні:

Внутрішні документи мають чинність лише всередині тієї організації, установи чи підприємства, де їх складено.

Зовнішні є результатом спілкування установи з іншими установами чи організаціями;

- призначенням – організаційні, розпорядчі, довідково-інформаційні, обліково-фінансові, господарсько-договірні, щодо особового складу;
- Напрямок – вхідні й вихідні.

Вхідний – це службовий документ, що надійшов до установи. Вихідний – це службовий документ, який надсилають іншій юридичній чи фізичній особі.

- формою – стандартні (типові) й індивідуальні (нестандартні).

Стандартні – це документи, які мають однакову форму та заповнюються в певній послідовності й за суворо визначеними правилами (типові листи, типові інструкції, типові положення).

Індивідуальні документи створюються в кожному конкретному випадку для розв'язання окремих ситуацій, їх друкують або пишуть від руки (протоколи, накази, заяви);

- строками виконання – звичайні безстрокові, термінові й дуже термінові.

Звичайні безстрокові – це такі, які виконуються в порядку загальної черги.

Термінові – зі встановленим строком виконання. До них належать також документи, які є терміновими за способом відправлення (телеграма, телефонограма). Якщо службовий документ потребує негайного виконання, передання тексту документа може здійснюватися також телефоном, телеграфом чи телефаксом.

Дуже термінові – документи з позначенням "дуже терміново";

- ступенем гласності – загальні, таємні, для службового користування (ДСК).

Таємні документи мають угорі праворуч позначення "Таємно". Розголошення змісту такого документа призводить до кримінальної відповідальності. Конфіденційним документам надається гриф обмеженого доступу "Для службового користування", що проставляється в правому верхньому кутку першої сторінки на відстані 104 мм від межі лівого берега.

Регламентує роботу з такими документами Інструкція про порядок обліку, зберігання і використання документів, справ, видань та інших матеріальних носіїв інформації, які містять конфіденційну інформацію, що є властивістю держави, затверджена Кабінетом Міністрів України від 27 листопада 1998 року № 1893. На основі цієї Інструкції міністерства, інші центральні й місцеві органи виконавчої влади розробляють перелік конфіденційних документів;

- стадіями створення - оригінали, копії, витяг і дублікат.

Оригінал – це основний вид документа, перший і єдиний його примірник. Він має підпис керівника установи й, у разі потреби, завірений штампом і печаткою. Оригінал першим набуває юридичної сили.

Копія – це точне знакове відтворення змісту оригіналу чи іншого документа. На копії документа обов'язково робиться помітка "Копія" вгорі праворуч. Листуючись із підприємствами, організаціями й установами, у справах завжди

залишають потрібні для довідок копії. Такі копії зветься відпуском. Оригінал і копія мають однакову юридичну силу.

*Витяг* – копія офіційного документа, що відтворює деяку частину і відповідно засвідчена.

*Дублікат* – повторний примірник офіційного документа, що має юридичну чинність оригіналу;

- складністю – прості (односкладові) й складні. Прості - містять інформацію з одного питання, складні - щодо двох і більше питань;
- строками зберігання – постійного, тривалого (понад 10 років) і тимчасового (до 10 років) зберігання;
- технікою відтворення – рукописні й відтворені механічним чи електронним способом;
- носієм інформації – оформлені на папері, диску, фотоплівці, магнітній стрічці, перфострічці.

Сукупність процесів, що забезпечують документування управлінської інформації та організування роботи зі службовими документами, називається діловодством.

Сукупність взаємопов'язаних службових документів, застосовуваних у певній сфері діяльності чи галузі, називається системою документації.

Документування управлінської діяльності полягає у фіксації за встановленими правилами на паперових або магнітних носіях управлінських дій, тобто у створенні документів.

Підставою для створення документів на підприємствах, в установах є необхідність засвідчення наявності та змісту управлінських дій, передавання, зберігання і використання інформації протягом певного часу або постійно.

Документообіг – рух документів в установі, організації від часу їх створення чи одержання до закінчення виконання або надсилання. Сумарна кількість документів, що надійшли в організацію, установу і створені ними за певний період, становить обсяг документообігу.

Наукова дисципліна, що вивчає закономірності створення документів, розробляє методи оформлювання документів, принципи документообігу й побудови систем документації, називається документознавством.

### **Національний стандарт України**

Національний стандарт України "Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів" ДСТУ 4163 -2003 поширюється на організаційно-розпорядчі документи – постанови, розпорядження, накази, положення, рішення, протоколи, акти, листи тощо, створювані в результаті діяльності:

- органів державної влади України, органів місцевого самоврядування;
- підприємств, установ, організації та їх об'єднань усіх форм власності.<sup>59</sup>

Цей стандарт установлює: склад реквізитів документів; вимоги до змісту і розташування їх; вимоги до банків та оформлювання документів; вимоги до

документів, що їх виготовляють за допомоги друкувальних засобів. Вимоги його щодо оформлювання реквізитів можуть бути поширені на всі класі уніфікованих систем документації. Цей стандарт не поширюється на процеси створення та обігу електронних організаційно-розпорядчих документів.

Кожний документ складається з окремих елементів, які називаються реквізитами.

Реквізит службового документа - це інформація, зафіксована в службовому документі для його ідентифікації, організації обігу і/або надання йому юридичної сили.

Сукупність реквізитів, розташованих у певній послідовності на бланку, називається формуляром.

**Формуляр-зразок** – це єдина модель побудови комплексу документів, яка встановлює сукупність реквізитів, властивих документам цього комплексу, розміщених в усталеній послідовності.

Кількість реквізитів у кожному документі не однакова. Вона визначається видом документа та його змістом.

Діють такі єдині вимоги щодо оформлення ділової документації.

1. Для складання службових документи в установах належить використовувати папір форматів ЛІ (210 х 297 мм) та А5 (148 х 210 мм). Складання документів на папері довільного формату не дозволяється.

2. Як правило, усі службові документи мають оформлятися на бланках установи. Бланки виготовляються згідно з вимогами державних стандартів з обов'язковим додержанням таких правил:

- встановлюється два види бланків: бланк для листів і загальний бланк для інших видів організаційно-розпорядчих документів;
- бланки кожного виду слід виготовляти на основі кутового або поздовжнього розміщення реквізитів. Реквізити заголовка розміщуються центрованим (початок і кінець кожного рядка реквізиту однаково віддалені від меж площі) або прапоровим (кожний рядок реквізиту починається від лівої межі площі) способом;
- бланки належить виготовляти друкарським способом на білому папері або на папері світлих тонів;
- бланки документів повинні мати такі поля:

ліве – 20 міліметрів; верхнє – не менш як 10 міліметрів; праве і нижнє — не менш як 8 міліметрів. Деякі внутрішні документи (заяви працівників, окремі службові довідки тощо) та документи, створювані від імені кількох або більше організацій, оформляються на бланках.

ГОСТ 6.38–90 встановлює максимальний склад реквізитів і певний порядок розміщення їх в організаційно-розпорядчих документах.

1– Державний Герб України (порядок використання визначається законом).

2– Емблема організації, підприємства, установи.

3– Зображення нагород.

4 – Код підприємства, установи, організації за Українським класифікатором підприємств і організацій (УКПО).

5 – Код форми документа за Українським класифікатором управлінської документації (УКУД).

6 – Найменування міністерства, іншого центрального органу виконавчої влади.

7 – Найменування організації, установи чи підприємства — автора документа.

8 – Найменування структурного підрозділу.

9 – Індекс підприємств зв'язку, поштова й телеграфна адреса, номер телефону, номер телетайпа (абонентського телеграфу), факсу, номер рахунка в банку.

10 – Назва виду документа.

11 – Дата.

12 – Індекс.

13 – Посилання на індекс та дату вхідного документа.

14 – Місце складання або видання.

15 – Гриф обмеження доступу до документа.

16 – Адресат.

17 – Гриф затвердження.

18 – Резолюція.

19 – Заголовок до тексту.

20 – Відмітка про контроль.

21 – Текст.

22 – Відмітка про наявність додатків.

23 – Підпис.

24 – Гриф погодження.

25 – Візи.

26 – Печатка.

27 – Відмітка про засвідчення копій.

28 – Прізвище виконавця і номер його телефону.

29 – Відмітка про виконання документа й направлення його до справи.

30 – Відмітка про перенесення даних на машинний носій.

31 – Відмітка про надходження документа.

Закріплення за реквізитами постійних місць робить документи зручними для користування, спрощує обробку їх, дає можливість використати при цьому технічні засоби. Реквізити в документі розміщують з урахуванням послідовності операцій його підготовки, оформлення й виконання.

Кожний документ умовно можна поділити на три частини:

1) заголовна (до неї відносять усі реквізити, передбачені до тексту документа);

2) основна (реквізити: "Текст"; "Відмітка про наявність додатків");

3) оформлення (реквізити, що розміщуються нижче від додатків).

Розглянемо найзагальніші правила оформлення найважливіших реквізитів організаційно-розпорядчих документів.

**ГЕРБ.** Згідно з Постановою Верховної Ради України від 19 лютого 1992 р. Державний герб України зображується на бланках державних установ, друкованих органів державної влади і державного управління, на службових посвідченнях, на штампах з обов'язковим додержанням пропорцій зображення герба.

Діаметр зображення має бути не більше як 20 мм. Зображують герб або посередині бланка, або в кутовій частині над серединою рядків найменування організації.

**ЕМБЛЕМА ОРГАНІЗАЦІЇ** – умовне символічне графічне зображення, що реєструється відповідним чином. Емблемою організації можуть бути діючий товарний знак, малюнок, абрєвіатура, всілякі комбіновані зображення.

При кутовому розміщенні реквізитів емблема розташовується у верхньому лівому куті аркуша, а при поздовжньому – посередині верхньої частини сторінки.

**НАЗВА ОРГАНІЗАЦІЇ** пишеться строго відповідно до назви, зареєстрованої в установчих документах: у статуті підприємства чи в установчій угоді. Скорочене найменування вживається тільки в тому разі, коли воно офіційно зафіксоване у положенні про установу. На бланку скорочене найменування розміщується слідом за повним.

**ІНДЕКС ПІДПРИЄМСТВА ЗВ'ЯЗКУ, ПОШТОВА І ТЕЛЕГРАФНА АДРЕСА, НОМЕР ТЕЛЕТАЙПА, ТЕЛЕФОНУ, ФАКСУ, РОЗРАХУНКОВОГО РАХУНКА В БАНКУ** оформляються відповідно до поштових правил.

Наприклад:

252053, Київ-53,

вул. Ю. Коцюбинського, 15

тел. 216-20-32; факс 214-16-25

На бланку для листів вказується номер розрахункового рахунка у відділенні банку. Ці відомості потрібні для виконання розрахунково-грошових операцій та вивільнення від постійної інформації тексту документа. Наприклад:

Розрахунковий рахунок

№ 4276509 у Жовтневому УСБ

м. Києва, МФО 406632

**НАЗВА ВИДУ ДОКУМЕНТА** наводиться в усіх документах, крім листів, що сприяє прискореному сприйняттю змісту документа. Відповідно до найменувань виду документа робиться перелік необхідних для його оформлення реквізитів, визначаються структура тексту й особливості викладу, ступінь обов'язковості виконання його вимог.

**Назва виду документа** зазначається на бланку друкарським або машинописним способом. Вона має відповідати компетенції установи, змісту управлінської діяльності.

**ДАТА.** Усі службові документи підлягають датуванню.

Датою документа є дата його підписання; для документа, що приймається колегіальним органом, – дата його прийняття; для документа, що затверджується, – дата затвердження.

Дати підписання і затвердження документа, а також ті, що є в тексті, належить оформляти **цифровим** способом. Елементи дати наводяться тричленими числами з двох арабських цифр кожен елемент в один рядок у такій послідовності: день, місяць, рік. Наприклад, 13 січня 1998 року слід писати-13.01.98.

Якщо порядковий номер місяця або числа з однієї цифри, то перед нею проставляється 0. Наприклад, 3 квітня 1998 року слід писати: 03.04.98. У текстах нормативно-правових актів і документів, що містять відомості фінансового характеру, застосовується **словесно-цифровий** спосіб оформлення дат: 30 травня 1998 року.

Дата на документі проставляється особою, яка його підписує або затверджує, в момент підписання або затвердження. Обов'язковому датуванню і підписанню підлягають усі службові відмітки на документах, пов'язані з проходженням та виконанням їх (резолуції, погодження, візи, відмітки про виконання документа і направлення його до справи).

Дата підписання проставляється у лівій верхній частині документа разом з індексом на спеціально відведеному для цього місці на бланку. Якщо документ складено не на бланку, його дата проставляється нижче підпису ліворуч. Дата затвердження документа зазначається у відповідній графі.

**ІНДЕКС.** Цей реквізит дозволяє забезпечити оперативний довідково-інформаційний пошук документа, його збереженість та контроль за виконанням.

Індксація документів полягає у присвоєнні їм умовних позначень – індексів, які надаються документам під час реєстрації і вказують на місце складання, виконання та зберігання документів.

Індекс документа включає тричленне число з арабських цифр – по дві у кожному елементі: перший елемент – індекс структурного підрозділу, другий – номер справи за номенклатурою для підрозділу, третій – порядковий номер за журналом обліку. Наприклад: вхідний номер № 04-12/96, в якому 04 – шифр структурного підрозділу автора документа; 12 – номер справи, в якій зберігається копія вхідного документа; 96 – реєстраційний номер документа за журналом обліку вхідних документів та канцелярії.

**ПОСИЛАННЯ НА ІНДЕКС ТА ДАТУ ВХІДНОГО ДОКУМЕНТА.** Цей реквізит включає дату й індекс, вказані в документі організацією, що уклала або видала документ, на який дається відповідь. Наприклад:

на № 10-28/36 від 10.05.98.

**МІСЦЕ СКЛАДАННЯ АБО ВИДАННЯ.** Цей реквізит включає назву міста чи іншого населеного пункту, де видається розпорядчий, організаційний чи колегіальний документ.

**АДРЕСАТ.** Документи адресуються установі, її структурним підрозділам або конкретній посадовій особі. У разі адресування документа установі або її

структурному підрозділу без зазначення посадової особи найменування їх подаються у називному відмінку, наприклад:

*Міністерство юстиції України*

*Міністерство охорони здоров'я України*

Якщо документ адресується конкретній посадовій особі, то назву установи та структурного підрозділу пишуть у називному відмінку, а посаду і прізвище – у давальному, наприклад:

*Міністерство промислової політики України*

*Управління справами*

*Головному спеціалісту Шовкуну І.П.*

Коли документ адресується керівникові установи або його заступнику, найменування установи включається до складу найменування посади адресата, наприклад:

*Начальнику Головного архівного управління*

*при Кабінеті Міністрів України*

*Корнієнку С.І.*

У разі потреби в реквізиті "Адресат" можуть зазначатися почесне звання та вчений ступінь.

Якщо документ адресується багатьом однорідним організаціям, адресата необхідно зазначати узагальнено, наприклад:

*Генеральним директорам виробничих об'єднань, директорам підприємств і керівникам організацій.*

Документ не може мати більше чотирьох адресатів. Слово "Копія" перед зазначенням другого, третього, четвертого адресатів не ставиться. Коли документ надсилається більш як чотирьом адресатам, складається список на розсилку, і на кожному документі зазначається тільки один адресат.

До реквізиту "Адресат" може входити адреса. Порядок і форма запису відомостей про адресу установи мають відповідати правилам користування поштовим зв'язком.

Повна адреса зазначається у разі надсилання документа одноразовим кореспондентам, наприклад:

*Редакція журналу "Архіви України" 252110, МСП, Київ-110, вул. Солом'янська, 24*

Кожен елемент реквізиту "Адресат" – назва установи, підрозділу, посада, прізвище та ініціали особи, поштова адреса – друкується з нового рядка.

Коли документ надсилається громадянину, Міністерство зв'язку рекомендує оформляти адресу у зворотному порядку: прізвище та ініціали одержувача, а потім поштову адресу, хоча усталена раніше форма запису не вилучена, наприклад:

*Малаховій Г.С.*

*Київське шосе, 67, кв. 4*

*327025,*

*м. Миколаїв-25*

*Україна*

У документах, які надсилаються органам законодавчої і виконавчої влади та постійним кореспондентам, їхня поштова адреса на конвертах зазначається друкованим способом. Тобто використовують конверти із задалегідь надрукованими адресами.

**ГРИФ ЗАТВЕРДЖЕННЯ.** Особливим способом засвідчення документа після його підписання є **затвердження**. Документ затверджується відповідними органами або посадовими особами, до компетенції яких належить вирішення питань, викладених у цих документах.

Затвердження документа здійснюється за допомогою **грифа затвердження** або виданням розпорядчого документа. Нормативно-правові акти (положення, інструкції, правила тощо) мають затверджуватися відповідним розпорядчим документом установи, котра видала акт.

Якщо документ затверджується конкретно посадовою особою, то гриф затвердження складається з таких елементів-слово ЗАТВЕРДЖУЮ, найменування посади, підпис, ініціали і прізвище особи, яка затвердила документ, дата затвердження, наприклад:

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Міністр фінансів України  
(підпис) (ініціали, прізвище)  
Дата

Під час затвердження документа розпорядчим актом на документі зазначається гриф за такою формою:

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Наказ Міністерства фінансів України  
20.04.97 № 15

Гриф затвердження розміщується у правому верхньому куті першого аркуша документа.

Документ, що підлягає затвердженню, набирає юридичної сили лише з моменту його затвердження.

**РЕЗОЛЮЦІЯ** – це напис на документі, зроблений керівником установи, що містить вказівки щодо виконання документа.

Резолюція складається з таких елементів: прізвище та Ініціали виконавця (виконавців), зміст доручення, термін виконання, особистий підпис керівника, дата. У тому разі, коли доручення стосується кількох посадових осіб, головним виконавцем є особа, зазначена у дорученні першою, якщо в документі не обумовлено інше. Для виконання доручення їй надається право скликати інших виконавців і координувати їхню роботу.

На документах з термінами виконання, які не потребують додаткових вказівок, у резолюції зазначається: виконавець, підпис автора резолюції, дата.

У резолюції, як правило, вказується рішення керівника з суті розглянутих у документі питань та шляхи його здійснення. Формулювання резолюції мають вичерпно розкривати виконавцеві ідею керівника. Якщо в резолюції бракує

вказівок на те, що і як слід робити, це означає: приймати рішення мусить виконавець. Резолюції на зразок: "Прошу переговорити", "Прошу зайти до мене" не несуть нової інформації виконавцеві й уживати їх недоцільно.

Резолюції з конкретними вказівками передаються за допомогою наказового способу або неозначеної форми дієслова і адресуються підлеглим особам. Наприклад:

**Терміново вжити заходів для забезпечення...**

**Про результати і вжиті заходи повідомте заявників...**

**Терміново відрядити...**

**Негайно підготуйте листа...**

Як правило, на документі має бути не більше однієї резолюції. Інші резолюції можливі тільки тоді, коли є необхідність деталізації порядку виконання документа.

Резолюцію належить проставляти безпосередньо на документі, нижче реквізиту "Адресат", паралельно до основного тексту. Якщо місця для резолюції недостатньо, її можна проставляти на вільному від тексту місці у верхній частині лицьового боку першого аркуша документа, але не на полі документа, призначеному для підшивки. Написання резолюції на окремих аркушах або на спеціальних бланках допускається тоді, коли документ підлягає поверненню або деталізується порядок виконання документа й уточнюються виконавці.

**ЗАГОЛОВОК** до тексту документа, як усталено практикою, містить короткий виклад змісту документа. Він має бути максимально коротким і містким, точно передавати зміст тексту.

Цей реквізит відображає головну ідею документа і, як правило, починається з прийменника **про** (про що йдеться в документі). Наприклад:

*Про придбання факсимільної техніки*

Основна функція заголовка – прискорити процес обробки документа та його проходження через структурні підрозділи і службових осіб до реального виконавця.

До початку виконання документа з його змістом ознайомлюються завідувач канцелярією, референт, реєстратор, іноді керівник та інші особи. Кожен з них не завжди має читати документ повністю, досить з'ясувати, про що йдеться (це дозволяє зробити заголовок).

Заголовок, перенесений на реєстраційну картку, визначає роботу (рубрику) картотеки, куди її буде вміщено, й тим самим дає можливість знайти і використати документ у період його перебування в установі.

Заголовок граматично узгоджується з назвою документа, формується за допомогою віддієслівного іменника і відповідає на запитання **про що?, чого?**. Наприклад: наказ (**про що?**) про створення установи; протокол (**чого?**) засідання експертної комісії.

Якщо в документі йдеться про кілька питань, заголовок може бути узагальненим.

Заголовок є невід'ємною частиною документа, що пишеться (друкується) на бланку або на аркуші паперу формату А4 незалежно від його виду й призначення. Він має бути лаконічним і точним, з максимальною повнотою розкривати зміст документа.

У разі складання документа на основі уніфікованої форми постійна частина заголовка, що входить до назви форми, доповнюється змінною інформацією, яка конкретизує його зміст.

Текст документа, надрукований на папері формату А5, дозволяється подавати без заголовка.

Заголовки не складаються до текстів телефонограм, телеграм та повідомлень.

Заголовок друкується малими літерами через один міжрядковий інтервал. Обсяг заголовка не може перевищувати 6 рядків машинописного тексту з довжиною рядка 28 друкованих знаків. Допускається продовження заголовка в разі його великого обсягу до межі правого поля документа.

ТЕКСТ документа оформляється у вигляді суцільного складного тексту, анкети, таблиці або поєднання цих форм.

Суцільний складний текст документа містить граматично та логічно узгоджену інформацію про управлінські дії і використовується під час складання правил, положень, листів, розпорядчих документів.

Як правило, тексти розпорядчих документів і листів складаються з двох частин. У першій зазначається підстава або обґрунтування для складання документа, в другій – висновки, пропозиції, рішення, розпорядження або прохання.

В окремих випадках текст документа може містити лише одну резолютивну частину, наприклад: наказ – розпорядчу частину без констатуючої, лист – прохання без пояснення.

Форма анкети використовується тоді, коли викладається цифрова або словесна інформація про один об'єкт за певним обсягом ознак. Анкетні тексти використовуються в організаційно-розпорядчих документах, у документах з матеріально-технічного постачання і збуту, у фінансових документах тощо.

Форма таблиці використовується, якщо викладаються цифрова або словесна інформація про кілька об'єктів за рядом ознак. Табличні тексти використовуються у планових, звітно-статистичних, фінансових, бухгалтерських, організаційно-розпорядчих та інших документах.

Оформлення ДОДАТКІВ ДО ДОКУМЕНТІВ. Додатки доповнюють, пояснюють окремі питання документа або документ в цілому. Про наявність додатків зазначається у тексті або після тексту документа перед підписом. Назва додатка в тексті документа має відповідати назві самого додатка.

Додатки до документів можуть бути трьох видів:

- 1) додатки, які затверджуються або вводяться в дію розпорядчими документами (додатки до розпорядчих документів);
- 2) додатки, які пояснюють або доповнюють зміст основного документа;

3) додатки, які є самостійними документами і надсилаються із супровідним листом.

Додатки належить оформляти на стандартних аркушах із зазначенням усіх необхідних для конкретного виду документа реквізитів.

**ПІДПИС.** Засвідчення документів здійснюється шляхом підписання, затвердження їх та поставлення печатки.

Документи підписуються посадовими особами установи відповідно до їхньої компетенції, встановленої чинними нормативно-правовими актами.

В установах, які діють на основі єдиноначальності, документи підписуються лише керівником установи або його заступником, відповідно до їхніх повноважень.

Документи, що надсилаються організаціям галузі, підписуються керівником, його заступником, а також керівниками структурних підрозділів установи відповідно до їхньої компетенції.

**Підпис** складається з найменування посади особи, котра підписує документ (найменування повне, якщо документ надруковано не на бланку, скорочене – якщо на документі, надрукованому на бланку), з особистого підпису, ініціалів і прізвища. Наприклад:

Начальник Головного архівного  
управління при Кабінеті Міністрів  
України (підпис) (ініціали, прізвище)

Якщо документ надсилається одночасно кільком установам вищого рівня, керівник підписує всі примірники.

У разі надсилання документа одночасно кільком організаціям, що належать до сфери управління установи, підписується тільки оригінал, який залишається у справі установи-автора, а на місця розсилаються засвідчені канцелярією примірники.

Документи підписуються, як правило, однією особою, а коли за зміст документа (акти, фінансові документи тощо) несуть відповідальність кілька осіб, – двома або більше особами. При цьому їхні підписи розміщуються один під одним у послідовності відповідно до посади. Наприклад:

Директор інституту (підпис) (ініціали, прізвище)  
Головний бухгалтер (підпис) (ініціали, прізвище)

Якщо документ підписується кількома особами однакових посад, їхні підписи розміщуються на одному рівні, наприклад:

Заступник Міністра юстиції Заступник Міністра охорони здоров'я  
України Україна  
(підпис) (ініціали, прізвище) (підпис) (ініціали, прізвище)

Документи колегіальних органів підписуються головою на засіданні колегіального органу і секретарем, наприклад:

Голова комісії (підпис) (ініціали, прізвище)  
Секретар комісії (підпис) (ініціали, прізвище)

Коли посадова особа, підпис якої зазначено на проекті документа, відсутня, то документ підписує особа, котра виконує її обов'язки, або її заступник. При цьому обов'язковозначається посада особи, яка підписала документ, і її прізвище (виправлення вносяться чорнилом або машинописним способом, наприклад: в.о., *застп.*).

Не допускається підписання документа з применником за або проставленням косої риски перед найменуванням посади.

**ГРИФ ПОГОДЖЕННЯ ТА ВІЗИ.** Коли виникає потреба в оцінці діяльності документа, в його обґрунтованості та у встановленні відповідності законодавству, здійснюється **погодження** проекту документа.

Погодження може здійснюватися як в установі (із структурними підрозділами, посадовими особами, які відповідно до їхньої компетенції займаються питаннями, порушеними у проекті документа), – **внутрішнє**, так і за її межами – **зовнішнє**.

**Внутрішнє погодження** оформляється візуванням проекту документа посадовою особою. Воно включає: особистий підпис, ініціали і прізвище особи, котра візує документ, та дату візування. У разі потреби зазначається найменування посади цієї особи, наприклад:

Начальник юридичного відділу (підпис) (ініціали, прізвище) Дата

Візи проставляються на примірниках документів, що залишаються в установі, як на лицьовому, так і на зворотному боці останнього аркуша проекту документа, якщо для цього на лицьовому боці останнього аркуша документа не вистачає місця.

Зауваження і пропозиції до проекту документа викладаються на окремому аркуші, про що на проекті робиться відповідна відмітка за такою формою:

Начальник юридичного відділу (підпис) (ініціали, прізвище) Зауваження і пропозиції додаються Дата

Проекти нормативно-правових актів установи перевіряються працівниками юридичної служби установи на відповідність їх законодавству і візуються ними на першому примірнику зворотного боку останнього аркуша проекту акта.

**Зовнішнє погодження** проектів документів оформляється відповідним грифом. Гриф погодження ставиться нижче підпису на лицьовому боці останнього аркуша проекту документа і включає слово

**ПОГОДЖЕНО**, найменування посадової особи, з якою погоджується проект документа (включно з найменуванням установи), особистий підпис, ініціали, прізвище та дату погодження, наприклад:

**ПОГОДЖЕНО**

Заступник Міністра економіки

України

(підпис) (ініціали, прізвище)

Дата

Якщо зовнішнє погодження проекту документа здійснюється колегіальним органом, то гриф погодження оформляється таким чином:

## ПОГОДЖЕНО

Протокол засідання Вищої атестаційної комісії України

Дата, №

Коли зміст документа стосується більш ніж трьох установ, складається *Аркуш погодження*, про що робиться відмітка у самому документі на місці грифа погодження, наприклад: *Аркуш погодження додається*.

Аркуш погодження оформляється за такою формою:

### АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ

Назва документа

Найменування посади

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Дата

### ПЕЧАТКА

Печатка ставиться на документах, які вимагають особливого засвідчення їхньої автентичності. Печатки можуть бути гербові та прості.

Гербова печатка прикладається до документів, що засвідчують юридичні або фізичні права осіб; що встановлюють факти, які викликають витрату грошових засобів та матеріальних цінностей; до статутів, положень, що вимагають відповідно до нормативних актів наявності відбитка печатки.

Прості печатки можуть мати різні форми: круглу, квадратну та трикутну. Герб на них не зображується. Просту печатку ставлять на документах, які виходять за межі організації, у випадках розмноження примірників розпорядчих документів при розсиланні їх, на довідках з місця роботи і т. ін.

Печатку треба розміщувати таким чином, щоб вона захоплювала останні кілька літер найменування посади особи, котра підписала документ.

### Особливості оформлення тексту

Закріплення за реквізитами постійних місць робить документи зручними для зорового сприймання, спрощує оформлення їх, дає можливість використати при цьому технічні засоби. Реквізити в документі розміщують з урахуванням послідовності операцій його підготовки, оформлення й виконання.

**Бланк** – це аркуш паперу з відтвореними на ньому реквізитами, які містять постійну інформацію. Найпоширенішими є бланки службових листів, довідок, актів, наказів та ін.

**Текст** – головний елемент документа, який складається й логічних елементів: вступ, доказ, закінчення. У **вступі** адресат готується до сприйняття теми (обґрунтовуються причина укладання документа, історія питання та ін.). У **доказі** розкривається суть питання. У **закінченні** формулюється мета, заради якої складено документ.

Текст документа, що складається з одного закінчення, називається простим, а той, що містить інші логічні елементи, — складним.

Членування тексту на складові частини, графічне розмежування частин, а також використання заголовків, нумерації та ін. називають **рубрикацією**.

Рубрикація є зовнішнім вираженням композиційної побудови ділового документа.

Найпростіша рубрикація – поділ на абзаци. **Абзац** – це підступ праворуч на початку першого рядка кожної частини документа. Словом **абзац** позначається також частина тексту між двома такими відступами. Абзац вказує на перехід під однієї думки до іншої. Він може складатися з одного речення, якщо цьому реченню надається особливе значення, а також охоплювати групу речень, які послідовно розкривають складну думку.

Послідовність розташування складових частин тексту позначається числовою (а також буквеною) **нумерацією**. Нумерація підкреслює необхідність самостійного розгляду кожного з нумерованих елементів тексту

Є дві системи нумерації: традиційна і нова. Традиційна базується на використанні різноманітних типів позначок – римських і арабських цифр, великих літер, поєднаних з абзацами відступами. Нова використовує лише арабські цифри, розміщені у певній послідовності. Вибір того чи іншого конкретного варіанта нумерації залежить від змісту тексту, від його обсягу та складу. У простіших випадках використовуються тільки однотипні знаки – звичайні арабські цифри або малі літери.

Документи складного характеру часто вимагають застосування комбінованих способів членування та нумерації. Як правило, великими літерами користуються рідко: значні за обсягом частини тексту нумеруються найчастіше римськими цифрами; підрозділи – арабськими, пункти всередині розділів – малими літерами.

Більші за абзац рубрики можуть набувати і словесних найменувань (параграф §, розділ, частина та ін.), які теж нумеруються.

Нова система нумерації широко застосовується у науково-технічній літературі й діловодстві. Це суто цифрова система нумерації частин тексту без словесних найменувань частин (розділ, підрозділ, пункт, підпункт) і без заголовків до частин тексту.

Базується система на таких правилах:

- кожна складова частина тексту, яка відповідає поняттям **частина, розділ, пункт, підпункт**, наділяється своїм номером;
  - номери позначаються лише арабськими цифрами;
  - після кожної цифри ставиться крапка;
  - номер кожної складової частини містить всі номери відповідних складових частин вищих ступенів поділу: так, розділи нумерують 1., 2., 3. (це – перший, другий, третій); підрозділи – 1.1.; 1.2.; 1.3. (перший підрозділ першого розділу; другий підрозділ першого розділу; третій підрозділ першого розділу); пункти нумерують так: 1.1.2.; 3.1.2. (другий пункт першого підрозділу першого розділу; другий пункт першого підрозділу третього розділу);
- номери найбільших за обсягом частин тексту – перший, найвищий ступінь поділу – складаються з однієї цифри (I.);
- на другому ступені поділу складові частини мають номери з двох цифр (1.2.);

– на третьому ступені поділу складові частини мають номери з трьох цифр (1.3.5.) і т. д.

Вказані вимоги до складання й оформлення текстів документів стосуються усіх видів документів, про які йтиме мова в наступних розділах.

У документах, що їх оформлюють на двох та більше сторінках, реквізити 22-28 проставляються після тексту (21), а 29-31 – на нижньому березі першої сторінки.

### **Вимоги до бланків документів**

Для документів з високим рівнем стандартизації друкарським або іншим способом виготовляють бланки, які містять трафаретний текст.

Бланк документа – це зуніфікована форма (службового) документа з надрукованою послідовною інформацією реквізитів і місцем, відведеним для змінної інформації. Бланк виготовляють згідно з вимогами Національного стандарту України (ДСТУ 4163-2003), чинного від 01 вересня 2003 року.

Він установлює такі види бланків:

- загальний бланк для створення різних видів документів (без зазначення у бланку назви документа), крім листів;
- бланк конкретного виду документа (зі зазначенням у бланку назви виду документа), крім листа ;
- бланк листа.

Послугуючись загальним бланком організації, установи, розробляють бланки структурних підрозділів або бланки посадових осіб, якщо ця особа має право підпису документів.

Залежно від установчих документів організації загальний бланк містить такі реквізити:

- зображення Державного герба України, герба Автономної Республіки Крим - 01;
- емблеми організації або товарного знака (знака обслуговування)-02;
- зображення нагород - 03;
- код організації за ЄДРПОУ - 04;
- назва організації вищого рівня - 06;
- назва організації - 07;
- назва структурного підрозділу - 08;
- місця складання або видання документа - 14.

Проте місце складання або видання документа може не вказуватися, якщо воно входить до складу назви організації. Наприклад: Національний університет "Київський політехнічний інститут", Харківська міська державна адміністрація тощо.

Крім цього, загальний бланк може мати такі обмежувальні позначення для реквізитів:

- код форми документа за ДКУД - 05;
- дата документа -11;
- реєстраційний індекс документа - 12;

- заголовок до тексту документа - 19;
- відмітка про контроль - 20.

Зверніть, будь ласка, увагу, що у загальному бланку посадової особи на місці реквізиту "Назва структурного підрозділу" буде зазначена "Назва посади". Зазвичай, такі бланки виготовлюють для заступників керівників органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Бланки конкретних видів документів (розпоряджень, наказів, протоколів, актів тощо) доцільно виготовляти, якщо на підприємстві, в установі чи організації впродовж року створюється понад 200 документів цього виду.

У цьому разі склад реквізитів загального бланка доповнюють такими:

- код форми документа за ДКУД - 05;
- назва виду документа - 10.

Бланк листа може містити такі реквізити:

- зображення Державного герба України, герба Автономної Республіки Крим - 01;
- зображення емблеми організації або товарного знака (знака обслуговування) - 02;
- зображення нагород - 03;
- код організації за ЄДРПОУ - 04;
- назва організації вищого рівня - 06;
- назва організації - 07;
- назва структурного підрозділу організації - 08;
- довідкові дані про організацію - 09.

Крім того, на бланку листа фіксують обмежувальні позначення для таких реквізитів:

- дата документа - 11;
- реєстраційний індекс документа - 12;
- посилання на реєстраційний індекс і дату документа, на який дають відповідь - 13;
- адресат - 16;
- заголовок до тексту документа - 19;
- відмітка про контроль - 20.

Зауважимо, що незалежно від виду бланка реквізит 01 "Зображення Державного герба України, герба Автономної республіка Крим" завжди розташовують над серединою реквізиту 06 "Назва організації вищого рівня" (а за його відсутності - реквізиту 07 "Назва організації").

Реквізит "Назва організації вищого рівня", "Назва організації", "Назва структурного підрозділу", "Довідкові дані про організацію", та "Назва виду документа", а також обмежувальні позначення для реквізитів "Дата документа", "Реєстраційний індекс документа", "Посилання на реєстраційний індекс і дату документа, на який дають відповідь" у межах відповідних зон слід розміщувати одним із способів:

- прапоромим, за якого кожний рядок реквізиту починається від межі лівого берега.

- зцентрованим, за якого початок і кінець кожного рядка реквізиту однаково віддалені від меж лівого і правого берегів.

Підприємства, установи та організації, які згідно із Законом України "Про мови в Українській РСР" мають право використовувати у діловодстві поряд з українською мови національних меншин, можуть друкувати реквізити "Назва організації вищого рівня", "Назва організації", "Назва структурного підрозділу", "Довідкові дані про організацію" і "Назва виду документа" двома мовами - українською та мовою національних меншин, на одному рівні поздовжнього бланка. Підприємства, установи та організації, які ведуть листування з постійними закордонними кореспондентами, також можуть виготовляти бланки двома мовами: ліворуч-українською, праворуч - іноземною. Проте в межах України не рекомендовано застосовувати бланки, в яких використано іноземну мову.

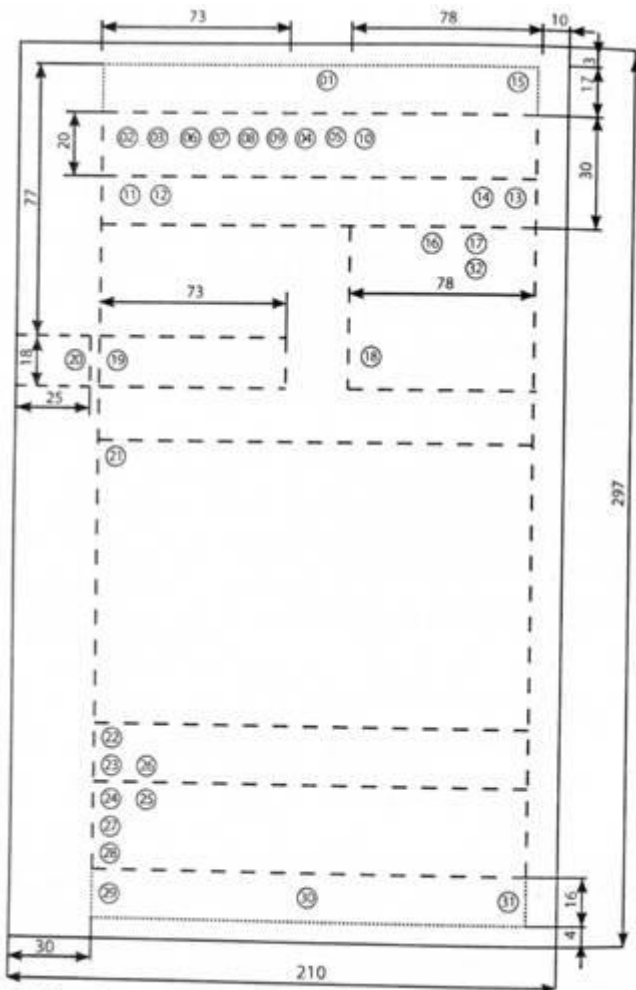


Рис. Б. 1. Розміщення реквізитів і меж зон на форматі А4 поздовжнього бланку

### **Оформлювання сторінки**

Організаційно-розпорядчі документи оформлюють на папері формату А4 (210 x 297 мм) та А5 (210 x 148 мм) (згідно з ГОСТ 9327). Можна використовувати папір формату А3 (297 x 420 мм) - для оформлювання документів у вигляді таблиць та А6 (105 x 148 мм)-для резолюцій.

Документи повинні мати такі береги:

30-лівий;

10- правий;

20 - верхній та нижній.

Текст документів, оформлених на папері формату А4, треба друкувати через 1,5 міжрядкового інтервалу, а формату А5 - через 1-1,5 міжрядкового інтервалу.

Реквізити документа (крім тексту), що складаються з кількох рядків, друкують через 1 міжрядковий інтервал. Складові частини реквізитів "Адресат", "Гриф затвердження", "Гриф погодження" відокремлюють одну від одної 1,5-2 міжрядковими інтервалами.

За наявності кількох грифів затвердження і погодження їх розміщують вертикально на одному рівні: перший - від межі лівого берега, другий - через 104 мм.

Інші реквізити документа відокремлюють один від одного 1,5-3 міжрядковими інтервалами.

Назву виду документа друкують великими літерами.

Максимальна довжина рядка багаторядкових реквізитів (крім тексту) - 73 мм (28 друкованих знаків).

Оформлюючи документи, треба дотримуватися таких відступів від межі лівого берега документа:

- 12,5 мм - для початку абзаців у тексті; 92 мм - для реквізиту "Адресат" (16);
- 104 мм - для реквізитів "Гриф затвердження" (17), "Гриф обмеження доступу до документа" (15);
- 125 мм - для розшифрування підпису в реквізиті "Підпис" (23);
- не відступають від межі лівого берега, оформлюючи реквізити "Дата документа" (11), "Заголовок до тексту документа" (19), "Текст" (21) (без абзаців); "Відмітка про наявність додатків" (22); "Прізвище виконавця і його номер телефону" (28), "Відмітка про виконання документа і направлення його до справи" (29); назва посади у реквізиті "Підпис" (23) та "Гриф погодження" (24); засвідчувального напису "Згідно з оригіналом" (27); а також слів СЛУХАЛИ, ВИСТУПИЛИ, УХВАЛИЛИ, НАКАЗУЮ, ПРОПОНУЮ.

На бланку друкується тільки перша сторінка документа, а наступні - на чистих аркушах паперу. Якщо текст документа займає більше однієї сторінки, то на другу сторінку не можна переносити один підпис, на ній має бути не менше двох рядків тексту.

Тексти документів постійного зберігання друкують з одного боку аркуша, документи зі строком зберігання до 5 років можна друкувати на лицьовому й зворотному боці аркуша.

Нумерація сторінок. У документах, оформлених на двох і більше аркушах паперу, нумерація сторінок починається з другої. Нумери сторінок ставлять посередині верхнього берега аркуша арабськими цифрами без слова "сторінка" та розділових знаків.

Якщо текст друкується з обох боків аркуша, то непарні сторінки проставляють у правому верхньому (нижньому) кутку, а парні - у лівому верхньому (нижньому) кутку аркуша.

Якщо текст документа містить декілька рішень, висновків тощо, його треба переділити на розділи, підрозділи, пункти, які друкують з абзацу.

Рубрикація – це членування тексту на складові, графічне відокремлення однієї частини від іншої, а також використання заголовків, нумерації та ін. Рубрикація є зовнішнім вираженням композиційної будови ділового папера. Ступінь складності рубрикації залежить від обсягу, тематики, призначення документа. Найпростіша рубрикація - поділ на абзаци.

Абзац - це відступ управо у початковому рядку, яким починається виклад нової думки у документі, а також фрагмент тексту між двома такими відступами. Середня довжина абзацу має бути 4-6 речень, хоча в текстах документів є абзаци, що складаються з одного речення. Слід пам'ятати: хоч би якою була його довжина, абзац – це внутрішньо замкнене значеннєве ціле, що виражає закінчену думку.

Абзацне членування тексту доповнює нумерація рубрик тексту, що вказує на взаємозалежність певних розділів, частин, пунктів та їх підпорядкування. Існує дві системи нумерації – комбінована (традиційна) й нова.

Комбінована (традиційна) ґрунтується на використанні різних типів знаків - слів, літер, арабських та римських цифр. Ця система використання різних позначень обов'язково має бути логічною, послідовною і будуватися за ознакою зростання.

Нова система базується на використанні лише арабських цифр, розміщених у певній послідовності. Застосовуючи цю систему, слід дотримуватися таких правил:

- після номера частини, розділу, пункту, підпункту не ставиться крапка;
- номер кожної складової частини включає номери вищих ступенів поділу:
  - розділи-1; 2; 3; 4;
  - номер підрозділу складається з номера розділу й порядкового номера підрозділу, відокремлених крапкою - 1.2.; 1.3.;
  - номер пункту містить порядковий номер розділу, підрозділу й пункту, відокремлених крапкою - 1.1.1.; 1.2.2.;
  - номер підпункту складається з номера розділу, підрозділу, пункту, підпункту, відокремлених крапкою - 1.1.1.1.; 1.2.2.2. і т.д. Застосування нової системи нумерації спрощує оброблення документів та дозволяє не вживати словесних найменувань і символів.

Комбінована (традиційна)		Нова
А. Б. В.	Розділ І	1
1. П. Ш.	Частина 1	1.1
1.2.3.	Частина 2	1.2
1); 2); 3);	пункт 1	1.2.1
а); б); в);	§1	1.2.2.1
	§2	1.3
		2
		І т.д.

### **Вимоги до тексту документа**

Організації, установи, агенції здійснюють діловодство, ведуть документацію, листуються українською мовою. У містах, населених пунктах, де більшість населення становлять громадяни, які належать до національних меншин, тексти документів у внутрішньому діловодстві можна складати мовою відповідної національної меншини, поряд із державною мовою. Документи, що надсилають закордонним адресатам, можна оформлювати українською або мовою країни-адресата чи однією з мов міжнародного спілкування.

Основою службового документа є текст - головний реквізит службового документа, що відображає його зміст. Він має чітко й переконливо відбивати причину й мету його написання, розкривати суть конкретної справи.

Текст – це сукупність речень, об'єднаних у тематичну і структурну цілісність за правилами певної мовної системи.

Текст документа повинен містити певну аргументовану інформацію, викладену стисло, грамотно, зрозуміло та об'єктивно, без повторень та вживання слів і зворотів, які не несуть змістового навантаження. Він оформлюється у вигляді суцільного складного тексту, анкети, таблиці або поєднання цих форм. Якщо частини тексту мають різні смислові аспекти, або текст документа містить декілька рішень, висновків тощо, його треба переділити на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, які нумерують арабськими цифрами і друкують з абзацу.

Суцільний складний текст документа містить граматично і логічно узгоджену інформацію про управлінські дії та використовується під час складання правил, положень, листів, розпорядчих документів.

Форма анкети використовується під час викладення цифрової або словесної інформації про один об'єкт за певним обсягом ознак. Анкетними текстами послуговуються в організаційно-розпорядчих документах, документах з матеріально-технічного постачання і збуту.

Тексти у вигляді таблиці використовуються у звітно-статистичних, бухгалтерських, планових та інших документах.

Текст переділяється на взаємозумовлені логічні елементи: вступ, основну частину (доказ), закінчення.

У вступі зазначається причина написання документа; в основній частині викладається суть питання, наводяться докази, пояснення, міркування; у закінченні вказується мета, заради якої складено документ.

Під час складання текстів документів слід дотримуватися таких правил:

- Текст викладати від третьої особи: *Комісія ухвалила...; Інститут просить...; Ректорат клопочеться...*
- Від першої особи пишуться заяви, автобіографії, доповідні й пояснювальні записки, накази.
- Не вживати образних виразів, емоційно забарвлених слів і синтаксичних конструкцій.
- Уживати стійкі (стандартизовані) сполучення типу: *відповідно до, з огляду на, на підставі, згідно з, з метою, необхідний для, в порядку, залежно від*. Повторювані в текстах мовні штампи треба видозмінювати, наприклад: *відповідно до угоди - згідно з угодою - на виконання угоди*.
- Використовувати синтаксичні конструкції типу: *Доводимо до Вашого відома, що...; Нагадуємо Вам, що...; Підтверджуємо з вдячністю...; У порядку надання матеріальної допомоги...*
- Дієприслівникові звороти вживати на початку речення: *Враховуючи...; Беручи до уваги...; Розглянувши...; Користуючись нагодою...*
- Використовувати мовні засоби, що відповідають нормам літературної мови і зрозумілі для широкого кола читачів.
- Послугуватися в текстах питомою українською лексикою, уникаючи слів іншомовного походження (синоніми-дублети): бігборд – стенд, екзитпол – опитування на виході, провайдер – постачальник тощо.
- Уживати прямий порядок слів у реченнях (підмет передує присудкові, означення стоїть перед означуваними словами, додатки – після опорного слова, вставні слова – на початку речення).
- Називаючи виконавця дії, потрібно вживати двоскладне речення: *Верховна Рада ухвалила законопроект; Ви не висловили пропозицій*. Форми на -но, -то виражають результативну дію без зазначення її виконавця.

Отже, помилковим є вживання у контекстах на -но, -то іменників чи займенників в орудному відмінку, що вказують на виконавця дії.

- Уживати інфінітивні конструкції: *створити комісію; відкликати працівників, підготувати обґрунтування, координувати роботу*. Інфінітив у текстах ділових паперів уживають із суфіксом -ти, а не -ть.
- У розпорядчих документах слід вживати дієслівні конструкції у формі наказового способу: *Наказую...; Пропоную...*
- Віддавати перевагу простим реченням. Використовувати форми ввічливості за допомоги слів: шановний; високошановний; вельмишановний; високоповажний...
- Нову інформацію в тексті розпочинати з абзацу.

## БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ

**Завдання 1.** Утворіть словосполучення, добираючи з дужок потрібні слова. Перевірте себе за словником:

Головашук С. І. Словник-довідник з українського літературного слововживання. К. Наук думка. 2004. 448 с. (Словник України).

1. Особистий, особовий (посвідчення, щастя, склад, характер, уподобання, назва, нагляд, речі, справа, охорона, рахунок).
2. Документований, документальний (свідчення, нарис, точність, відомості).

**Завдання 2.** Прочитайте текст, виправте помилки у слововживанні, визначте типи помилок.

### Сполучність

В українській мові, як і в інших мовах, одні й ті самі слова можуть утворювати притаманні мовні словосполучення, а можуть являти собою сполучення слів, сумнівні й, безперечно, неприйнятні. Це пов'язано з тим, що багато слів і значень обмежені в своїх зв'язках семантичними відношеннями мовної системи, тобто властивими мові законами зв'язку лексичних значень, які можуть виявлятися тільки разом з чітко визначеним колом понять та їх словесних позначень. З цього погляду невдалими є: *відбулася угода, відбулася новина, здійснення змісту відбувся процес, висока кількість, наполеглива перешкода, неоправно чудовий отримати насолоду, охопила думка переробка справи, робити рішення, пройшла розмова, схвалити ухвалу, взагалі кажучи, завдати втішу, задавати (задати) запитання, здавати (здати) іспит* (За С.І. Головащуком).

**Завдання 3.** Утворіть словосполучення професійного спрямування

- Дякувати + давальний відмінок без прийменника;
- навчати + родовий відмінок без прийменника;
- перекладати + орудний відмінок без прийменника;
- повідомляти + знахідний відмінок без прийменника;
- вибачати (на) + місцевий відмінок;
- опанувати + знахідний відмінок без прийменника;
- говорити + орудний відмінок без прийменника;
- вибачати + давальний відмінок без прийменника.

### Контрольні запитання

1. Що таке документ?
2. Які функції виконують документи?
3. Який документ називається письмовим?
4. Який стандарт установлює склад реквізитів документів?
5. Які вирізняють види документів: 1) за найменуванням; 2) за походженням; 3) за місцем виникнення; 4) за призначенням; 5) за

напрямом; 6) за формою; 7) за строками виконання; 8) за ступенем гласності; 9) за стадіями створення?

6. З яких елементів складається документ? Як ці елементи називаються?

7. Що таке формуляр?

8. Які реквізити в документах є обов'язковими?

9. Яких правил треба дотримуватися, оформлюючи реквізит «Дата документа»?

10. Від чого залежить формування реквізиту «Адресат»?

11. Як оформлюється реквізит «Підпис»?

12. Які Ви знаєте грифи та як вони оформлюються?

13. Як оформлюється реквізит «Резолюція»?

14. Коли відбувається затвердження документа?

## 9. ДОКУМЕНТАЦІЯ З КАДРОВО-КОНТРАКТНИХ ПИТАНЬ

### Заява. Види заяв

**Заява** – це документ, у якому приватна чи посадова особа звертається з проханням тобто пропозицією на адресу установи чи посадової особи.

Заява може бути:

- **простою** (викладається тільки прохання);
- **мотивованою** (вказується мотивація прохання);
- **складною** (заява містить додатки).

**Особиста** заява пишеться, як правило, від руки і в одному примірнику; **службова** заява пишеться з використанням технічних засобів і має відповідні реквізити (назва та адреса організації, вихідний номер тощо), може адресуватися кільком посадовим особам чи організаціям.

**Внутрішні** заяви мають такі реквізити:

**1. Адресат.** З великої літери в давальному відмінку вказується, кому адресована заява: посада, назва підрозділу, установи, звання, прізвище, ініціали посадової особи, якій адресовано заяву. При цьому слід уникати однакових закінчень у назві посади й прізвищі:

*Директорові... Морозову Т. /.; Ректору(ові) ...Борнагу Л. П...*

Спочатку вказується прізвище адресата, потім ініціали, наприклад:

*Михайленку Р. Т.*

**2. Адресант.** З малої літери в родовому відмінку вказується, від кого подається заява: посада, звання, назва підрозділу, установи, прізвище, ім'я, по батькові (повністю). При цьому прийменник *від* не вживається.

**3. Назва документа** (як правило, з малої літери).

**4. Текст** (з абзацу, з великої літери).

**5. Додаток (підстава)** у складній заяві: перелік документів, які додаються до заяви. За необхідністю вказується кількість сторінок кожного з документів.

**6. Дата.**

**7. Підпис адресанта** (якщо підпис розшифровується, то спочатку слід писати ініціали, потім – прізвище).

### **ПРИКЛАДИ**

#### ***1. Мотивована заява***

Деканові економічного  
факультету ТДАТУ  
Морозову О. М.  
студента 21 групи МК  
факультету економіки  
та бізнесу  
Петренка Сергія  
Івановича

(по центру, з великої букви) Заява

(з нового рядка) Прошу надати мені відпустку з 03.04.2019 р. до 09.04.2019 р. у зв'язку з участю в обласних змаганнях із важкої атлетики.

01.04.2019 р.

(підпис)

## **2.Складна заява**

Ректору Львівської гуманітарної академії проф. Морозову С.С.  
студента Київського національного університету ім. Т. Г. Шевченка  
Глинця Олега Ігоровича

(по центру, з великої букви) Заява

(з нового рядка) У зв'язку з переїздом моїх батьків до м.Львова на постійне проживання прошу зарахувати мене студентом III курсу економічного факультету ЛГА із спеціальності «Міжнародна економіка».

Додаток: 1) витяг із залікової книжки на 2 арк. в 1 пр.;

2) свідоцтво про народження на 1 арк. в 1 пр.;

3) довідка про місце проживання на 1 арк. в 1 пр.

20.07.2005 р.

(підпис) О. І. Глинець

### **Характеристика. Рекомендаційний лист**

**Характеристика** – це документ, в якому дається оцінка ділових і моральних якостей працівника (учня).

Характеристика дається, як правило, з останнього місця роботи або навчання. Готує її керівник структурного підрозділу (у школі – класний керівник). Підписується керівником установи або ж керівником установи й керівником структурного підрозділу та засвідчується гербовою чи круглою (що прирівнюється до гербової) печаткою.

Характеристика подається при вступі до навчальних закладів, висуванні на виборні посади, переобранні, атестації, оформленні на роботу тощо. Залежно від призначення може бути **виробничою, атестаційною, рекомендаційною, нейтральною.**

Характеристика складається, як правило, з таких реквізитів:

1. Назва документа.
2. Прізвище, ім'я, по батькові особи (повністю), на яку складається характеристика, у родовому відмінку.
3. Посада, науковий ступінь, учене звання (якщо є), місце роботи, навчання.
4. Рік народження (за необхідності – національність, домашня адреса, освіта).
5. Текст.
6. Дата укладання характеристики.
7. Підпис керівника установи (другим може бути підпис керівника структурного підрозділу, інших посадових осіб).
8. Печатка установи.

Текст характеристики містить, як правило, такі дані:

- короткі анкетні дані про особу, на яку складається характеристика;

- відомості про трудову (навчальну) діяльність особи (де, з якого часу працює, на яких посадах працює або дані про навчання);
- оцінка ділових і моральних якостей особи, ставлення до колег, риси характеру, відомості про стягнення, заохочення, нагороди;
- висновки про особу, на яку складається характеристика;
- місце, куди подається характеристика.

### **Приклад характеристики**

(по центру) Характеристика

Іванова Віктора Петровича, учня  
11 класу ЗОШ І-ІІІ ступенів № 2  
м. Прилуки Чернігівської області,  
1983 року народження, українця,  
освіта середня.

Іванов Віктор Петрович з 1990 до 2001 року навчався в ЗОШ І – ІІІ ступенів м. Прилуки Чернігівської області. За час навчання в школі зарекомендував себе здібним дисциплінованим учнем. До навчання ставиться сумлінно, має глибокі й міцні знання з усіх предметів, усебічно розвинений. Багато читає художньої літератури. Останні три роки очолював шкільний драматичний гурток. Брав активну участь у культурно-масових заходах.

На «відмінно» закінчив курси машинопису та користувача персональним комп'ютером.

Брав участь у районних олімпіадах з української мови та літератури, фізики, де посідав 1–2 місця. Захоплюється футболом. Виступав за збірну команду школи.

Уміє триматися в колективі, підкоряється його вимогам. Критично ставиться до власних вчинків, до поведінки товаришів і відверто про це говорить. Доброзичливий, стриманий, урівноважений.

Характеристика видана для подання в приймальну комісію Харківського державного педагогічного університету ім. Г.С.Сковороди.

Директор школи (підпис) І.П.Аксьонов  
(печатка)

Класний керівник (підпис) К. П. Гур'іна  
(дата)

### **Структура рекомендаційного листа**

Складання рекомендаційних листів – досить делікатна і непроста справа. Річ у тім, що в нашій країні тривалий час просто нехтували цим видом документів, хоча за кордоном такі листи завжди входили і нині входять до складу ділового листування. Отже, нині доводиться опановувати цей вид стосунків заново, спираючись на загальні правила листування та беручи до уваги досвід зарубіжних колег у цьому питанні.

**Рекомендація** (від лат. *recomendatio* – доручення) – письмовий або усний відгук про роботу, діяльність якої-небудь особи, а також вказівка або порада. Рекомендаційні листи складаються з різних приводів: клопотання про підвищення на посаді або одержання гранту, влаштування на нову роботу або

збирання інформації про ділових партнерів. Може скластися помилкове враження, що рекомендація і характеристика виконують одну й ту саму функцію. Втім, це не так, оскільки рекомендаційний лист має кілька істотних відмінностей від характеристики або відгуку.

**Рекомендація не завжди дається за місцем роботи.** Отримати рекомендацію можна від людини, яка добре знає рекомендованого, його професійні та особистісні якості, коло інтересів, наукові досягнення тощо. Той, хто дає рекомендацію, повинен мати досить високий авторитет і визнання у своїй сфері діяльності, репутацію моральної людини. Це необхідні умови, оскільки йдеться про об'єктивність оцінки. А будь-яка організація заінтересована у кваліфікованих і лояльних співробітниках.

**Рекомендації використовуються і в комерційному листуванні.** На початку співробітництва з будь-якою компанією бажано зібрати інформацію про стабільність можливого партнера, його платоспроможність, репутацію керівництва тощо. Багато фірм, вперше звертаючись із замовленням до продавця, висилають йому назви і адреси кількох компаній, з якими співпрацюють, а також назву банку, в якому відкрито розрахунковий рахунок. Якщо виникають якісь сумніви щодо потенційного покупця, фірма-продавець робить запит на рекомендацію. У такому листі варто зазначити назву фірми, про яку хочете здобути інформацію, вартість замовлення, зробленого фірмою, і попросити поради. При цьому необхідно згадати, що вся отримана інформація залишиться конфіденційною. У бізнес-середовищі існує непорушне правило — на листи-запити про платоспроможність відповідають завжди. Відомості даються правдиві й точні, наскільки це можливо. Керівник будь-якої компанії розуміє, що він також може опинитися в такій ситуації, тому цих правил дотримуються всі учасники бізнес-процесу.

**Реквізити:**

- назва документа і заголовок;
- текст;
- підпис;
- печатка (необов'язковий реквізит);
- дата.

У першому абзаці тексту рекомендаційного листа варто зазначити, протягом якого часу ви знаєте людину, якій даєте рекомендацію, ким ви їй доводитеся. Якщо це ваш співробітник, то необхідно вказати тривалість його роботи у вашій організації, виконуваним ним обов'язки, перелічити проекти, в яких він брав участь, ефективність діяльності та досягнуті результати. Наприкінці абзацу можна підбити підсумок усього зазначеного й висловити свою думку щодо рекомендованого.

У другому абзаці дайте більш докладну характеристику людини з погляду її професійних навичок: уміння виконувати певні завдання, роль у командній роботі, вияв як позитивних, так і негативних якостей.

У наступному абзаці варто зупинитися на особистісних якостях та особливостях поведінки: враження, яке людина справляє при спілкуванні та

взаємодії з іншими членами колективу, відповідальність, лояльність, доброзичливість тощо. На завершення повідомте, чи маєте ви якісь зауваження щодо відповідності людини, яку рекомендуєте, тій посаді, на яку вона претендує: безумовно рекомендуєте, з деякими застереженнями, не рекомендуєте. Це варто зробити, оскільки склавши рекомендаційного листа, ви висловлюєте свою готовність нести певну відповідальність за людину, яку рекомендуєте.

Якщо рекомендація потрібна вам, зверніться до людини, яка вас добре знає й готова поручитися за вас своїм авторитетом і репутацією. Не варто просити рекомендацію в малознайомої людини, хоч би яку високу посаду вона обіймала, оскільки в цьому разі ви ставите в незручне становище і себе, і цю людину.

Наприкінці рекомендаційного листа зазвичай вказуються контактні дані: телефон, адреса електронної пошти тощо.

### *Зразок «закритої» рекомендації*

Шановний Сергію Петровичу!

Я одержав Вашого листа з проханням надати об'єктивну рекомендацію Міщенко Тетяні Олександрівні – кандидатіві на посаду менеджера з персоналу у Вашій компанії.

Тетяну Олександрівну я знаю з 2000 року, відтоді, коли вона почала працювати в нашій фірмі. Безперечно, вона має авторитет, її поважають колеги. На нинішній посаді діловода вона досягла високих результатів. Тетяну Міщенко можна характеризувати як відповідального й старанного працівника. На жаль, незважаючи на те, що вона є відкритою й доброзичливою людиною, я не можу взяти на себе відповідальність рекомендувати її на посаду менеджера з персоналу.

Вважаю, що, пройшовши курси підвищення кваліфікації (перекваліфікацію), вона змогла б упоратися з відповідними посадовими обов'язками. Однак нині вона, швидше за все, не готова до виконання завдань, передбачених цією посадою.

Мені щиро шкода, якщо цим листом я розчарував Вас. Однак, беручи до уваги наше тривале знайомство й багаторічне співробітництво й розуміючи важливість вибору кандидатури на посаду менеджера з персоналу, вважаю своїм обов'язком надати Вам об'єктивну інформацію.

З повагою  
Фінансовий  
директор ТОВ «Дельта-  
плюс»

*(особистий підпис)* Іван Зубенко

### Резюме. Автобіографія

**Автобіографія** – це документ, у якому особа, що складає його, подає опис свого життя та діяльності в хронологічній послідовності.

Автобіографія має бути вичерпною й лаконічною, може писатися від руки або з використанням технічних засобів. Залежно від призначення автобіографія може бути:

- автобіографією-розповіддю (укладається в довільній формі);
- автобіографією-документом (точно викладаються основні факти).

Автобіографія складається з таких реквізитів:

1. Назва документа.
2. Текст.
3. Дата.
4. Підпис, ініціали, прізвище особи, яка написала автобіографію.

Основними складовими частинами тексту автобіографії є:

1. Прізвище, ім'я, по батькові (повністю, у називному відмінку).
2. Число, місяць, рік і місце народження.
3. Відомості про навчання (роки й місце, одержана освіта й спеціальність за дипломом тощо).
4. Відомості про трудову діяльність (коли, де, на якій посаді працював автор автобіографії, останнє місце роботи чи навчання, посада).
5. Відомості про громадську роботу, досягнення, захоплення, захоплення.
6. Відомості про батьків (прізвище, ім'я, по батькові, дата народження, де й ким працюють, посада або останнє місце роботи).
7. Склад родини і стан сім'ї.
8. Паспортні дані, домашня адреса, номер телефону.

### Зразок автобіографії

#### Автобіографія

Я, Шевченко Василь Павлович, народився 3 листопада 1990 року в м.Мелітополі Запорізької області.

1997 року пішов у перший клас ЗОШ I – III ступенів № 3 м.Мелітополя.

2008 року і після закінчення школи вступив до Таврійського державного агротехнологічного університету на факультет економіки та бізнесу, спеціальність «Маркетинг».

2013 року закінчив повний курс згаданого університету за спеціальністю «Маркетинг».

Маю перший розряд із шахів, кандидат у майстри спорту з важкої атлетики.

Склад сім'ї:

Батько, Шевченко Павло Вікторович, 1966 року народження, працює інженером-механіком в АТП-20164 у місті Мелітополі Запорізької області.

Мати, Шевченко Надія Олегівна, 1969 року народження, працює директором ЗОШ I – III ступенів №2 міста Мелітополя Запорізької області.

30 березня 2009 року

(Підпис)

**Резюме** – це документ, в якому подаються короткі відомості про навчання, трудову діяльність та професійні успіхи й досягнення особи, яка його складає.

Взагалі не встановлено якихось суворих вимог щодо розташування реквізитів резюме, але одним з найпоширеніших є зразок, коли подається:

1. Назва документа.
2. Прізвище, ім'я та по батькові особи, яка складає резюме.
3. Мета складання резюме.
4. Досвід роботи.
5. Освіта.
6. Знання мов.
7. Контактний телефон.

Може бути й інший варіант розміщення реквізитів: спочатку називається посада, яку ви обіймаєте зараз, потім у зворотному хронологічному порядку перераховуються посади, які ви обіймали до цього, а в кінці зазначається освіта.

Основна вимога до такого документа — вичерпність потрібних відомостей і лаконізм викладу.

У фірмах, інституціях, агенціях, установах зазвичай здійснюється комп'ютерне вивчення резюме, що полягає у виділенні головних (стрижневих) слів: назв компаній, фірм, посад, стажу роботи, здобутої освіти. Комп'ютер «переглядає» резюме кожного із претендентів на вакантну посаду й відповідно до кількості знайдених стрижневих слів надає йому певний порядковий номер. Аби досягти успіху, під час складання резюме рекомендують дотримуватися таких правил:

- Формулюйте свою мету зрозуміло, чітко, дохідливе.
- Намагайтеся вжити якомога більше фахових слів, що відповідають посаді, яку ви хочете обійняти. Під час комп'ютерного вивчення дієслова не читаються, а враховуються іменники, що є назвами посад, та професійні терміни.
- Для кожного конкретного конкурсу складайте окреме резюме.
- Намагайтеся не вживати такі слова, як «я», «ми». Замість них вживайте на початку речення активні дієслова: **організовував, створив, керував, вивчав, обізнаний з**.
- Не надсилайте своєї фотокартки, якщо цього спеціально не передбачено.
- Не вказуйте розмір заробітної плати й особисті відомості.
- Для передруку резюме використовуйте якісний папір стандартного розміру (ні в якому разі не крейдяний).
- Якщо ви обіймаєте не надто високу посаду, то під час складання резюме краще зосередитися на великому досвіді роботи й набутих навичках.

Зразок резюме:

## РЕЗЮМЕ

Шевченко Оксани Олексіївни

**Мета:** заміщення вакантної посади асистента у відділі маркетингу, менеджера з реклами та маркетингу.

**Досвід роботи:** упродовж 2004 року працювала на посаді **помічника менеджера з питань реклами та маркетингу** у концерні «Укравтохолдинг».

Маю досвід: 1) вивчення та аналізу ринку продажу автомобілів в Україні загалом та в Києві зокрема; 2) вивчення та аналізу попиту на автомобілі вітчизняного та закордонного виробництва (Київ і регіони); 3) розроблення та подальшої реалізації комплексних рекламних кампаній.

Набула досвіду співробітництва з газетами та журналами (розроблення макетів, визначення найефективніших для розміщення рекламних оголошень ЗМІ), радіо (написання рекламних текстів, визначення найефективніших для розміщення рекламних оголошень радіоканалів), телебаченням. Упродовж цього року вдалося досягти високих рівнів продажу.

З початку 2005 року переведена на посаду **менеджера з питань реклами та маркетингу** концерну «Укравтохолдинг» (обслуговування кафе-бару «Корона», нотаріальної контори). Працювала над: 1) дослідженням та аналізом сфери відпочинку й розвагу м. Києві; 2) виготовленням поліграфічної продукції (представницька продукція, меню, рекламні листівки, проспекти тощо); 3) реалізацією комплексних рекламних кампаній – окремо для кожної з гілок концерну (реклама у газетах та журналах, у тому числі й у регіональній пресі, реклама на радіо, у метрополітені, а також зовнішня реклама); 4) написанням рекламних текстів для реклами на радіо (маю досвід співробітництва із МП8ІС РАОІО, Гала радіо, радіо ЮТАР, Просто радіо, УР-1 та УР-2).

З початку 2006 року переведена на посаду **директора відділу реклами концерну** «Укравтохолдинг» (обслуговування кафе-бару «Корона», нотаріальної контори, охоронної фірми «Ангели», фірми з продажу автомобільних фарб «ОирPi-СоІог», розважального комплексу «Динамо-ШХ»). Обізнана з дослідженням та аналізом ринку продажу автомобілів, ринку продажу автомобільних фарб, сфери відпочинку та розваг, сфери послуг (охоронні та нотаріальні послуги); розробкою комплексних рекламних кампаній з урахуванням специфіки діяльності кожної з перелічених фірм (реклама у газетах, журналах, у тому числі іміджева реклама, на радіо, у метрополітені, зовнішня реклама); розробкою та втіленням іміджу кожної з фірм (логотипи, представницька продукція, зокрема для розважального комплексу «Динамо-ШХ»). Маю досвід співпраці з рекламними агенціями та виробничими фірмами.

З жовтня 2008 року працювала на посаді **прес-секретаря** Української спілки підприємців малого та середнього бізнесу. Обізнана з: 1) підготовкою тематичних прес-конференцій (написання прес-релізів, запрошення журналістів); 2) написанням щоденних повідомлень для преси; 3) налагодженням співпраці з відомими газетами («День», «Україна молода»,

«Київські Відомості», «Діло», «Галицькі Контракти», «Вечірній Київ», «Україна Бізнес. Фінансовий тижневик»); 4) виготовленням поліграфічної продукції; 5) написанням ділової кореспонденції.

З квітня 2008 року працюю на посаді **літературного редактора** газети «Київські Відомості». Маю досвід: 1) редагування авторських і перекладних текстів російською та українською мовами; 2) редагування наукових текстів; 3) редагування текстів, що пов'язані зі сферою економіки та банківської діяльності. За час роботи у газеті оволоділа технікою формування газетних шпальт.

#### **Працюю на комп'ютері.**

#### **Освіта:**

2002-2007 – навчання на факультеті української філології Київського університету імені Тараса Шевченка. Кваліфікація: філолог, викладач української мови та літератури;

2002-2007 – навчання на факультеті іноземної філології Київського університету імені Тараса Шевченка (англійська філологія). Кваліфікація: перекладач;

2007 – розпочала навчання в аспірантурі Інституту українознавства Київського університету імені Тараса Шевченка (філологія).

**Знання мов:** вільно володію англійською, українською та російською мовами.

**Контактний телефон:** 218-38-46.

### **Особовий листок з обліку кадрів**

**Особовий листок з обліку кадрів** – це обов'язковий документ особової справи працівників установ, організацій, в якому фіксуються автобіографічні відомості. Його заповнюють під час оформлення на роботу, для участі в певному конкурсі.

Реквізити особового листка такі:

- 1) назва виду документа;
- 2) прізвище, ім'я, по батькові;
- 3) дата й місце народження;
- 4) відомості про освіту;
- 5) відомості про наукові ступені, вчені звання;
- 6) якими мовами володіє;
- 7) трудова діяльність;
- 8) державні нагороди;
- 9) зарубіжні та міжнародні наукові відзнаки;
- 10) відомості про родину;
- 11) паспортні дані;
- 12) домашня адреса;
- 13) особистий підпис;
- 14) дата заповнення документа.

Той, хто заповнює особовий листок, обов'язково мусить наклеїти свою фотокартку (місце для фотокартки визначено на бланку документа).

Нині в особовий листок з обліку кадрів не вносять відомостей про партійну, національну належність та про походження.

Особовий листок з обліку кадрів заповнюється особисто працівником чорнилом або кульковою ручкою, розбірливо, без виправлень.

Правильність заповнення особового листка з обліку кадрів (дати, найменування підприємств, установ, організацій, посад, робіт, кваліфікації, населених пунктів) обов'язково звіряється із записом у паспорті, трудовій книжці, документі про освіту військовому квитку та ін.

### **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Створіть формуляри-зразки заяв: а) про вступ до вищого навчального закладу, б) про надання академічної відпустки, в) про дострокове складання заліково-екзаменаційної сесії, г) про переведення до іншого факультету (інституту), ґ) про надання творчої відпустки, д) про переведення на іншу посаду

**Завдання 2.** Використовуючи редактор Microsoft Word, укладіть кілька різновидів резюме функціональне, хронологічне, резюме випускника ЗВО, резюме особи з досвідом роботи.

#### **Контрольні запитання:**

1. Що таке документ?
2. Які функції виконують документи?
3. Який стандарт установлює склад реквізитів документів?
4. Як вирізняють види документів?
5. З яких елементів складається документ? Як ці елементи називаються?
6. Що таке формуляр?
7. Що називається бланком документа?
8. Яких правил слід дотримуватися, складаючи текст документа?
9. Які документи належать до кадрово-контрактних?
10. Що таке заява? Які заяви бувають за походженням?
11. Схарактеризуйте основні типи резюме
12. Що таке автобіографія?
13. Що спільного і відмінного в оформленні характеристики і рекомендаційного листа?
14. На якому етапі працевлаштування заповнюють особовий листок з обліку кадрів?

## 10. ДОВІДКОВО-ІНФОРМАЦІЙНІ, ОБЛІКОВО-ФІНАНСОВІ ТА РОЗПОРЯДЧІ ДОКУМЕНТИ

### 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 Василюшина 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 № 10**

загальних зборів учнів профтехучилища № 17

12.11.2013

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...****ВИСТУПИЛИ...****УХВАЛИЛИ...**

Голова зборів (підпис) В. А. Совенко

Секретар (підпис) Т.Б. Каніщенко

**Зразок витягу з протоколу:**

**ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 5**  
засідання кафедри суспільно-гуманітарних наук  
18.01.2002

**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.

**Оригінал підписали:**

Завідувач кафедри ПБ

Секретар ПБ

Витяг уклад

Посада підпис розшифрування

дата

**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  
Таврійський державний агротехнологічний університет  
ДОВІДКА № 67

28.12.2012 р.

м. Мелітополь

Семенов Сергій Ігоревич є студентом III курсу факультету економіки та бізнесу, спеціальність «Маркетинг».

Довідка видана для подання за місцем вимогт.

Декан факультету

економіки та бізнесу

підпис

В.І.Гончаренко

(печатка)

**Службові записки**

Під загальним терміном службові записки найчастіше розуміють такі різновиди довідково-інформаційних документів: доповідна записка, пояснювальна записка, рапорт.

Реквізити службових записок:

1. Адресат.
2. Адресант.
3. Назва виду документа (Доповідна записка; Пояснювальна записка; Рапорт).
4. Заголовок (про відрядження, про запровадження державного іспиту з української мови (за професійним спрямуванням), про порушення трудової дисципліни).
5. Текст.
6. Дата.
7. Підпис.

**Доповідна записка** – це документ на ім'я керівника установи, у якому повідомляють про певний факт, подію, подають звіт про виконання службових доручень або взятих на себе зобов'язань.

За змістом доповідні записки поділяють на інформаційні, звітні, ініціативні, за походженням – внутрішні, зовнішні.

Зміст доповідної записки повинен бути точним і лаконічним, для зручності поділятися на частини. Текст доповідної записки має дві частини – описову (констатаційну), в якій висвітлюється ситуація, що склалася; у другій частині сформульовані висновки і пропозиції або прохання, способи їх виконання.

Якщо доповідна записка надсилається з установи або структурного підрозділу, то підписується керівником, укладається на бланку і має, окрім зазначених реквізитів, вихідний реєстраційний номер.

**Рапорт** – 1) письмове офіційне повідомлення про що-небудь вищій інстанції, керівництву; «) різновид доповідної записки, в якій стисло, але докладно викладено суть якої-небудь справи.

**Пояснювальна записка** – 1) це документ особистого характеру, в якому пояснюються певні дії особи; 2) вступна частина основного документа (плану, програми, звіту), в якому обґрунтовується мета його створення, структура, зміст, призначення, актуальність і новизна.

Пояснювальну записку, що не виходить за межі установи, оформляють на стандартному аркуші, що виходить за межі установи – на бланку і реєструють.

***Взірець пояснювальної записки:***

Деканові факультету  
економіки та бізнесу  
проф. Сушко М.С.

Пояснювальна записка

Я, студентка 21 групи МК Каваленко Ірина, не була присутня на заняттях 12 квітня 2010 року через хворобу.

18.04.2010

підпис

**ПРЕС-РЕЛІЗ**

Прес-реліз (англ. press-release - випуск для преси) – це стисле повідомлення для преси про якусь важливу подію (прес-конференцію, презентацію, акцію тощо). Його можна використовувати під час розроблення та реалізації проекту для безперервного інформування як громадськості, так і засобів масової інформації. Написання цього документа не вимагає великих витрат часу, проте грамотно складений прес-реліз надзвичайно ефективний, коли треба представити інформацію, яка потребує миттєвого висвітлення у ЗМІ (наприклад, дата і місце проведення громадських слухань).

Прес-реліз – інформативний документ, що повідомляє яку-небудь новину. Особливості прес-релізу: він повинен бути лаконічним, ємним, логічним. Своєрідність прес-релізу на відміну від прямої реклами і тематичної статті полягає в тому, що це коротке повідомлення, яке містить у собі ту або іншу новину.

## Які основні види прес-релізів?

- *Прес-реліз-анонс*: інформація про подію, яка має відбутися. Це може бути конференція, круглий стіл, флеш-моб, акція, прес-тур, брифінг - все, що планується в мабутньому, ближчому часі.
- *Прес-реліз-новина*: інформує про подію, яка вже відбулася. Ви повідомляєте про все попереднє, що відбулося, вже у минулому часі "28 червня відбулась конференція". Зауважимо: варто розсилати у той самий день, що й захід був проведений. Для цього можете підготувати його основу, базис завчасно, взявши необхідні цитати у спікерів з їх промов, додавши конкретної уточнюючої інформації тощо. У день, коли подія відбулась, доповніть усе фотографіями, та надсилайте.
- *Експертний прес-реліз*: використовується під час проведення експертизи з певного питання та поширення результатів у засобах масової інформації. Фаховий коментар із законодавства, чи щодо певних процесів (наприклад, виборів), ситуації з правами людини - це завжди цінно.
- *Інформаційний прес-реліз*: інформує про поточну, ще не завершену подію, процес. Наприклад, триває кількадекільденний кліматичний саміт у якійсь країні, під час якого відбуваються важливі для України процеси - інформуйте медіа про це.

## Як розсилати прес релізи?

- Коректна назва листа. Часто ріжуть очі назви листа, на зразок "Увага!!! Прес-анонс!!!", "Увага, ЗМІ!", "ТЕРМІНОВО! ВАЖЛИВА ПОДІЯ!" Судячи з подібних назв, важко зрозуміти, чи це не спам, і чи варто взагалі відкривати такого листа.
- Вчасність - тобто, не в переддень події. Наприклад, коли сталася якась проблема з конкретним активістом, то треба дійсно запросити на ранок на акцію протесту чи флеш-моб - такі прес-релізи можуть розсилатися в переддень. Але якщо ви розумієте завчасно, що у вас відбудеться певна подія, то повідомте про неї за декілька днів. Трапляється, що в переддень активісти телефонують до редакції зі словами: "Будь ласка, прийдіть завтра на нашу важливу подію". У журналіста, як правило, наступний день буде розписаний іншими подіями та зустрічами. Тож, таким чином, ви можете показати тільки свою непрофесійність.
- Розмір – в районі однієї сторінки. Дуже часто прес-релізи, навіть у солідних організаціях, можуть займати 3-6 сторінок. Вони вкладають усю статистику, усю інформацію, процитовують усіх партнерів, менеджерів і всіх-всіх, хто має стосунок до проекту чи події. Щоб дістатися до суті, журналісту доведеться витратити чимало часу. Постарайтеся вкласти основне у невеликий, але змістовний текст, а якщо маєте статистику, аналітику тощо - вкладіть це у додатки.
- Не у форматі PDF, та не у Caps Lock. Чому не PDF? Бо якщо ми праємо з інтернет-ресурсом, то, можливо, нам треба цю інформацію скопіювати, змінити, зробити з цього нашу новину. Ми не можемо переписувати це

вручну чи витратити час на переформатування. І не пишіть заголовки Caps Lock - це може бути проблемно для інтернет-ресурсів, у яких є певні технічні вимоги.

- Часто навіть хороші організації роблять так, що у графі «Кому» зазначають усі можливі адреси. У тому числі й особисті електронні скриньки редакторів, журналістів. Це не тільки некоректно, але й має вигляд спаму. Якщо надсилаєте адресно, то у зверненні можете також зазначити ім'я конкретної людини, з якою підтримуєте контакт.

### **Які 3 базові поради зі створення прес-релізів?**

- Прес-реліз варто писати як новину, газетну замітку, яку одразу можна розмістити на ресурсі
- Писати так, щоб заінтригувати журналіста, змусити його не переключити погляд на інший інфопривід
- Прес-реліз має відповідати на питання: Хто? Що? Де? Коли? Чому? Як?

### **З чого складається прес-реліз?**

- Місткий заголовок, який чіпляє за «гачок»...
- Лід (вріз) – перший абзац прес-релізу на 2-3 речення, що розкриває суть заголовка (що, де, коли?)
- Деталі (більше розкрити саму подію, додати відомості, заглибитися у проблему тощо)
- Цитати причетних (організаторів, експертів, партнерів тощо): недовгі, чіткі, без пафосу, які б яскравіше розкривали тему
- Додаткові відомості, бекграунд (що це за тема, кого вона торкається, хто нею займається, її історія тощо)
- Доповнення: посилання на корисні матеріали з теми, статистику, експертні коментарі, фото, відео тощо – лінками чи окремими файлами)
- Актуальні контакти, за якими з вами можна зв'язатися
- Додайте до листа кілька якісних фото з події: загальні плани, портрети спікерів тощо

### **Від чого відштовхуватися, готуючи прес-реліз?**

**Аксіома 1:** редактори газет, теле- та радіокомпаній завжди мають гостру потребу у свіжій інформації.

Висновок: дайте їм цю інформацію – у вигляді прес-релізу.

**Аксіома 2:** інколи новина чи подія не потрапляє на сторінки видань за браком часу на підготовку матеріалу або за браком детальнішої інформації.

Висновок: полегшіть репортерам і редакторам їхню роботу – напишіть матеріал за них і “подаруйте” його редакції у вигляді прес-релізу.

**Аксіома 3:** редактор кардинально не перероблятиме вашого матеріалу, якщо його написано професійно.

Висновок: пишіть прес-реліз, орудуючи засобами професійної журналістської техніки. Тоді ваша інформація пошириться через ЗМІ у вигляді, максимально наближеному до того, який є для вас бажаним...

Розглянемо кілька прикладів прес-релізів і проаналізуємо типові помилки в їх створенні

### *Прес-реліз 1*

Супермаркет «Дари моря» Адреса: \_

#### *Прес- реліз*

13 червня 2011 р. За додатковою інформацією

Марині Остапенко, звертатися до:

Головному редакторові журналу Пилипенка Максима Львовича,

«Торговий експерт» Директора супермаркета «Дари моря»

Тел.: \_

E-mail: \_

**ДЛЯ ОПУБЛІКУВАННЯ З ДНЯ НАДХОДЖЕННЯ РЕЛІЗА**

### **У СУПЕРМАРКЕТІ «ДАРИ МОРЯ» ВВЕДЕНО В ДІЮ НОВУ СИСТЕМУ АВТОМАТИЧНОГО КОНТРОЛЮ ТА ОБЛІКУ**

12 червня 2011 р. компанією "Дивиал 2000" відкрито новий супермаркет "Дари моря", який автоматизовано за допомогою системного інтегратора - компанії "ІКС – Маркет.

Перед компанією "ІКС - Маркет" ставилися завдання щодо створення програмного продукту, який би дозволив автоматично контролювати товарорух, забезпечував безперебійну роботу кас і вагових відділів, здійснював контроль та облік грошових і товарних потоків.

Компанія "ІКС - Маркет" успішно вирішила поставлені завдання за допомогою програмних комплексів "Маркет +" і "ХІТ", які дають змогу здійснювати роботи "front-office" та "back-office" з максимальною адаптацією до особливостей режиму роботи магазину.

"За допомогою впроваджених автоматизованих систем, – зазначає директор супермаркета пан Пилипенко М. Л., – ми сподіваємося поліпшити контроль за товарорухом і значно спростити облік фінансових потоків, що дасть нам змогу вивільнити час працівників".

Безперебійну роботу кас і вагових відділів забезпечує торговельне електронне устаткування підвищеної надійності, яке відповідає вимогам замовника. До комплексу входять POS-термінали, фіскальні реєстратори, сканери, ваговимірювальне устаткування, товарні ваги.

#### *Зауваження до прес-реліза*

1. Заголовок дуже довгий. В ньому відсутня інтрига.
2. У першому абзаці дуже довге речення, в якому втрачається зміст. Крім цього, метою даного релізу є показ партнерства супермаркета з компанією "ІКС - Маркет", що в даному абзаці не зазначено.
3. У другому і третьому абзацах не потрібно перераховувати всі завдання. З тексту не видно, який програмний комплекс яке завдання вирішує, не показано, хто є розробником програмного продукту.

4. З третього абзацу не зрозуміло, що являють собою програмні комплекси "Маркет +" і "ХІТ" і як вони дозволяють здійснювати роботи "front-office" та "back-office".
5. У четвертому абзаці цитату наводити не обов'язково, оскільки вона є повторенням уже наведеної інформації.

*Як потрібно зробити*

Супермаркет «Дари моря» Адреса: \_

**Прес-реліз**

13 червня 2011 р. За додатковою інформацією

Марині Остапенко, звертатися до:

Головному редакторові журналу Пилипенка Максима Львовича,

«Торговий експерт» Директора супермаркета «Дари моря»

Тел.: \_

E-mail: \_

**ДЛЯ ОПУБЛІКУВАННЯ З ДНЯ НАДХОДЖЕННЯ РЕЛІЗА  
СУПЕРМАРКЕТ «ДАРИ МОРЯ» АВТОМАТИЗОВАНО**

Компанія "Дивіал 2000" 12 червня 2011 р. відкрила новий супермаркет "Дари моря". Партнером з автоматизації магазину став системний інтегратор в Україні - компанія "ІКС-Маркет".

Виходячи з поставлених завдань і враховуючи особливості об'єкта, фахівці компанії "ІКС-Маркет" розробили комплексний проект з автоматизації товароруху та обліку в магазині.

Так, робота "front-office" базується на програмному комплексі "Маркет +", а облікова програма "back-office" - на комплексі "ХІТ". Обидва програмні продукти розроблені спеціально для підприємств роздрібної торгівлі та адаптовані індивідуально до особливостей режиму роботи магазину.

Безперебійну роботу кас і вагових відділів забезпечує торговельне електронне устаткування підвищеної надійності, яке відповідає вимогам замовника. До комплексу входять POS-термінали, фіскальні реєстратори, сканери, ваговимірювальне устаткування, товарні ваги.

**Прес-реліз 2**

5-6 жовтня 2011 р. у Київському міжнародному економічному університеті відбудеться щорічна X науково-практична конференція "Маркетинг в Україні: стратегії та перспективи розвитку".

У програму конференції включено доповіді з актуальних проблем маркетингу в Україні. В роботі форуму братимуть участь провідні фахівці України, Росії, країн СНД і Західної Європи. Очікується участь представників Петербурзького державного університету, Львівського політехнічного університету, Західно-слов'янського університету (м. Прага), Міністерства економіки України, ряду науково-дослідних інститутів, а також бізнес-структур.

У межах конференції працюватимуть 5 секцій: "Маркетингові дослідження", "Логістика", "Маркетингові комунікації", "Маркетингове управління", "Маркетингова освіта".

Серія доповідей буде присвячена актуальним проблемам маркетингу в Україні та пошуку ефективного механізму їх вирішення.

Фахівці компаній ЗАТ "Чумак", ТОВ "Прайм-Продукт" та ін. представлять низку кейсів, в яких показано ефективне маркетингове рішення на конкретних ринках. Представники дослідницьких компаній обговорюватимуть сучасний стан проведення маркетингових досліджень в Україні.

#### *Зауваження до прес-реліза*

1. Відсутній заголовок, неналежне оформлення.
2. Перелік учасників занадто докладний. У разі нерівнозначності учасників їх перелік має подаватися у порядку зниження значущості. Як правило, наводяться 2-4 найвагоміші.
3. Якщо у релізі на початку наводиться перелік важливих організацій, нижче має бути визначено, з якою метою вони наведені: зроблять доповіді, приймуть участь в обговоренні певних питань, виступають спонсорами тощо.
4. У третьому абзаці наведено лише назви секцій, які працюватимуть на конференції. У наступних абзацах перелік заходів зводиться тільки до опису доповідей. Через такий стислий та стандартний опис майбутньої конференції не зрозуміло, чим вона цікава для маркетологів і що має привернути їхню увагу.
5. У релізі не підкреслені масштаби конференції та не наведена подія, яка б стала її "родзинкою".

#### *Як потрібно зробити*

Київський міжнародний економічний університет Адреса: \_

#### **Прес-реліз**

10 серпня 2011 р. За додатковою інформацією

Головному редакторові журналу звертатися до:

«Маркетинг в Україні» Конотопка Андрія,

Секретаря організаційного комітету

Тел.: \_

E-mail: \_

**ДЛЯ ОПУБЛІКУВАННЯ З ДНЯ НАДХОДЖЕННЯ РЕЛІЗА**

**У Київському міжнародному економічному університеті відбудеться X науково-практична конференція «Маркетинг в Україні: стратегії та перспективи розвитку»**

5-6 жовтня 2011 р. у Київському міжнародному економічному університеті відбудеться X науково-практична конференція "Маркетинг в Україні: стратегії та перспективи розвитку".

У роботі форуму, який проводиться в Київському міжнародному економічному університеті щорічно, братимуть участь провідні фахівці

України, Росії, країн СНД і Західної Європи. Очікується участь представників Міністерства економіки України, Західно-слов'янського університету (м. Прага), Петербурзького державного університету, ряду науково-дослідних інститутів та бізнес-структур.

У програму конференції включено понад 60 доповідей з актуальних питань маркетингу.

Серію виступів присвячено методикам проведення маркетингових досліджень, створенню ефективних маркетингових комунікацій, розробленню маркетингового механізму управління, логістиці тощо.

Так, фахівці ЗАТ "Чумак", ТОВ "Прайм-Продукт" та ін. представлять низку кейсів в яких показано ефективне маркетингове рішення на конкретних ринках. Учені Петербурзького державного університету ознайомлять з проблемами маркетингу в Росії та пошуком шляхів їх вирішення.

Представники Західно-слов'янського університету (м. Прага) говоритимуть про активне впровадження маркетингу відносин на слов'янському просторі.

По закінченні роботи конференції 6 жовтня 2010 р. відбудуться збори членів міжнародної громадської організації "Економічна спільнота" - міжнародного об'єднання вчених і представників бізнесу, які працюють у сфері маркетингу та економіки.

На зборах відбудеться вручення грошових премій за значні досягнення в економіці України.

## ЗВІТ

**Звіт** – це письмове повідомлення про виконання певної роботи (завдань, доручень за певний проміжок часу) Звіти бувають статистичні (цифрові) й текстові Статистичні звіти оформлюються на спеціально виготовлених друкарським способом бланках Текстові звіти здебільшого виконуються довільно, але існують усталені вимоги до їх оформлення

Реквізити:

1. Назва виду документа.
2. Заголовок (вказують установу, напрям діяльності, звітний період).
3. Текст, який має такі частини вступ (вказують коло завдань, які були поставлені перед установою (особою) за звітний період), основна частина (опис та аналіз виконаної роботи), висновки (пропозиції, зауваження, плани на майбутнє).
4. Підпис керівника установи або особи, відповідальної за складання звіту.
5. Дата.
6. Печатка.

Звіт повинен мати композиційну чіткість, логічну послідовність у викладі, обґрунтованість висновків і пропозицій, стислість, точність формулювань. Текст звіту великий за обсягом звіт поділяють на частини, кожна з яких має свій заголовок (наприклад: *навчально-методична діяльність, науково-дослідна діяльність, організаційно-виховна робота*).

Звіти про виконання одноразових завдань і доручень не затверджуються й адресуються керівникові, від якого отримано завдання. Текст такого звіту починають словами: Відповідно до Вашого доручення від..., За Вашим завданням.... ).

Печатка, штамп установи й підпис керівника мають бути лише у зовнішніх звітах.

### Обліково-фінансова документація

**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.

### ***Взірець розписки:***

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

**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.

### ***Взірець 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 березня 2009р.

(підпис)

В.Ф.Гостищев

Підпис Гостищева В.Ф. засвідчую.

Начальник відділу кадрів

(підпис)

Л.Д.Панова

(печатка)

06 березня 2009 р.

#### **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.

### **Взірець 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                      підпис                      (ініціал(и), прізвище)

**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.

**Взірець розпорядження:**

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

Голови Комітету      підпис

В.Т. Чумак

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Підготуйте прес-реліз до PR-акції «Молодь за професіоналізм і якісну освіту».

**Завдання 2.** Проілюструйте правило: дієприслівниковий зворот вживається тоді, коли дію, виражену в ньому, виконує той же суб'єкт, що і основну дію, виражену присудком.

**Завдання 3.** Утворіть словосполучення, поєднавши дієслово з потрібним іменником. Обґрунтуйте вибір. Утворені словосполучки введіть у речення, що можуть бути використані у тексті звіту.

*Займати, обіймати, згоджуватися, приставати, підтримувати, звільнити, усунути, присвячувати, приурочувати.*

**Контрольні запитання:**

1. Які документи належать до двідково-інформаційних?
2. Які реквізити містять протокол, витяг з протоколу?
3. Які реквізити містять доповідна й пояснювальна записки?
4. Які документи належать до обліково-фінансових?
5. На які групи поділяються довідки за змістом?
6. Що таке доручення?
7. Які ви знаєте види доручень?
8. Що таке розписка?
9. Що регламентують накази щодо особового складу?
10. Які реквізити містить наказ? З якого моменту наказ набуває чинності?

## 11. СЛУЖБОВІ ЛИСТИ ЯК ГОЛОВНИЙ ЗАСІБ ВСТАНОВЛЕННЯ ОФІЦІЙНИХ ТА СЛУЖБОВИХ КОНТАКТІВ МІЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ, ОРГАНІЗАЦІЯМИ, ФІРМАМИ ТА ЗАКЛАДАМИ

Діловий лист можна зробити  
переконливішим, якщо скористатися  
«магіями слова». Слово стає магічним,  
якщо воно несподіване для контрасту  
і зможе приємно здивувати адресата.  
Рон Теппер

### 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.

### 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.
4. Код організації установи чи підприємства. Зазначається за ЄД-РПОУ після реквізиту «Довідкові відомості про організацію».
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, номертелефайпа, 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*

### **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!*

*Глибокошановний (ім 'я та по батькові)!*

*Високошановний пане...!*

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 Високостойносте 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!  
 Високопреосвященний Владико Митрополите!  
 Ваша Святосте (до Патріарха)!*

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 обміркувати 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...  
 Дозвольте висловити свою вдячність...  
 Вдячні Вам за запрошення...  
 Дякуємо за надану змогу (пропозицію)...*

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...  
 Підтверджуємо отримання Вашої телеграми...  
 Ми отримали Вашого листа з повідомленням про... і щиро Вам вдячні...*

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)...  
 Згідно з нашою домовленістю надсилаємо Вам...  
 На Ваш запит про... даємо письмову відповідь.  
 У відповідь на Ваш запит повідомляємо...*

*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...*

*Просимо надіслати зауваження та доповнення до проекту угоди про...*

*Просимо прийняти замовлення...*

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 отримали відповіді на лист від (дата).*

*Змушені нагадати Вам, що й досі не отримали від Вас оплаченого рахунка.*

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. Усі наші намагання змусити Вас сплатити борг були марними, а тому ми подаємо позов до суду.*

До категорії складних належать листи-відмови. Якщо ви не маєте можливості відповісти позитивно, то сказати «ні» слід аргументовано, коректно, доброзичливо, адже людина поклала 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...*

*Шкода, але з огляду на ускладнення ситуації ми не можемо підтримати Вашого проекту.*

*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...*

*Дозвольте повідомити Вас, що...*

*Раді 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...*

*Щиро вдячні за...*

*Ще раз висловлюємо щирю вдячність за постійну підтримку..*

*Ще раз дякуємо і висловлюємо надію, що...*

*Дозвольте ще раз подякувати Вам за...*

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*

*Будемо раді встановленню взаємовигідних контактів із Вашою фірмою*

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  
 Гадаємо, що в майбутньому зможемо стати Вам у пригоді  
 Розраховуємо на тісне і взаємовигідне співробітництво з Вами  
 Маємо надію, що наша співпраця буде плідною  
 Сподіваємося, що майбутня співпраця буде плідною, успішною і вигідною для  
 Вас і для нас  
 Маємо надію, що Ви не відмовитеся допомогти нам  
 Сподіваємося на швидку відповідь і бажаємо успіхів  
 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  
 Маємо надію, що всі докладені зусилля не будуть марними  
 Сподіваємося, що в майбутньому нам ще раз випаде нагода зустрітися та  
 обмінятися досвідом і думками

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 вдячністю і повагою*

*З належною до Вас пошаною*

*Залишаємося з пошаною*

*Зі щирою повагою (пошаною)*

*З найщирішою до Вас повагою (пошаною)*

*З повагою вдячністю та побажанням успіхів*

*Із вдячністю і правдивою пошаною*

*Бажаємо успіхів*

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 виникало 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.

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

Текст листа друкують 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<sup>64</sup>.

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 врочистість.

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  
 Пушчанському відділенні банку «Гранд»  
 м. Києва. МФО 398170  
 Е-пошта: ипсіітсі@сіууі.кієу.іа

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)  
 Глей Тамара Сергіївна  
 331-10-12

О.Г. Панченко

До справи № 01-11  
 Відгук відправлено 29.08.2009 № 155/01-11  
 121/01-11  
 (підпис) С. В. Захаров  
 29.08.2009

УНДІМБ  
 Вх. №

2009-08-05

### **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...

Перепрощуємо 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 погоджуєтесь 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 добродії!

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...

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Подані словосполучення запишіть у формі кличного відмінка. Чому, на Вашу думку, лист прийнято розпочинати саме зі звертання?

Високоповажний міністр, шановний директор, шановний пан суддя, Ваша Святість, високодостойний пан Амбасадор, вельмишановний пан генерал, шановні панови, Ваша Високодостойність Пан Президент, Ваша Еміненція, пан вчитель, шановний лікар, вельмишановний ректор.

**Завдання 2.** Запишіть приклади іменників на означення статусу професії, звання, посади і поставте їх у формі кличного відмінка Поясніть закінчення цих іменників.

**Завдання 3.** Запишіть у формі кличного відмінка ім'я та по батькові ректора, директора, 5-8 викладачів вашого вищого навчального закладу.

### **Контрольні запитання:**

- 1 До яких документів за призначенням належать листи?
- 2 Що таке службовий лист?
- 3 Які виділяють листи за функціональними ознаками?
- 4 Які розрізняють листи за кількістю адресатів?
- 5 Назвіть реквізити листа та правила їх оформлювання.
- 6 Як слід починати лист?
- 7 Наведіть приклад найпоширеніших звертань у листах?
- 8 Як треба звертатися до Президента?
- 9 Наведіть приклади початкових фраз різних типів листів?
- 10 Як варто розпочинати лист-нагадування?
- 11 Як ви сформулюєте відмову?
- 12 Наведіть приклади завершальних речень листа
- 13 Наведіть приклади прощальних фраз листа
- 14 Що таке супровідний лист?
- 15 Запишіть типові мовні звороти, якими можна скористатися у листах-вибаченнях, подяках, вітаннях
- 16 Хто має підписувати гарантійний лист?
- 17 Яких норм слід дотримуватися в гарантійних листах?
- 18 У яких випадках пишуть лист-нагадування?
- 19 Від чого залежить зміст листа-нагадування?
- 20 Які відомості слід указувати в рекомендаційних листах?
- 21 З'ясуйте різницю між характеристикою та рекомендаційним листом.
- 22 Яких правел треба дотримуватися під час написання листа-претензії?
- 23 Як проставляють відбиток печатки на гарантійному листі?

## 12. УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ В ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

### Термін та його ознаки. Термінологія як система

Літературна мова, крім загальноповсюдженної 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 витокami 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);
- 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”.

### **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 іношомовним 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 іношомовних 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.)).

### Загальнонаукова, міжгалузева і вузькогалузева термінологія.

#### **Професіоналізми і номенклатурні назви**

Якщо проаналізувати термінологію, яка вживається фахівцями певної галузі в наукових текстах, усному професійному мовленні, уводиться 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 заміники 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).

### **Кодифікація і стандартизація термінів. Алгоритм укладання термінологічного стандарту**

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 ХІХ - на початку ХХ 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, узяті 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;

б) 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;

б) еквіваленти англійською, німецькою, російською, французькою мовами;

7) дефініція (означення);

8) формула або схема.

## БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ

**Завдання 1.** Підготуйте матеріали до словника фахової лексики (50-70 слів-термінів) Словникову статтю подавайте за принципом статті тлумачного словника термін (із позначенням наголосу), походження (у квадратних дужках), тлумачення

Взірець: ембарго [ісп. embargo - накладення арешту, заборона] - юр/

1) заборона ввезення або вивезення чого-небудь (яких-небудь товарів, цінностей);

2) затримання майна (переважно суден і вантажів), яке належить іноземній державі.

Матеріали оформіть у друкованому варіанті (Times New Roman, розмір шрифту - 14, міжрядковий інтервал - 1,5).

**Завдання 2.** Зі словника термінів вашого фаху выпишіть 10 слів з дублетним наголосом і 5 слів, наголос у яких є смислорозрізнявальним, поясніть значення цих слів.

**Завдання 3.** Доберіть по 5-10 термінів з вашого фаху, які ілюстрували б способи творення (вторинна номінація, словотвірний, синтаксичний способи, запозичення).

**Контрольні запитання:**

1. Що таке терміни? Які характерні ознаки та основні вимоги?
2. Які види термінологічної лексики виділяють?
3. Які різновиди термінів в українській мові?
4. Які є терміни за структурними моделями?
5. Якими способами українського словотворення можуть утворюватися терміни?
6. Як відбувається процес стандартизації в межах терміносистеми?
7. Яку роль відіграє синонімія в термінологічних системах?
8. Що таке багатозначність терміна?

## 13. НАУКОВИЙ СТИЛЬ І ЙОГО ЗАСОБИ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

### Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки.

Науковий стиль української мови має свої особливості. Його основна функція – інформативна; завдання – передавання інформації. Загальні ознаки – поняттєвість, об'єктивність, точність, логічність, доказовість, аргументованість, висновки; мовні ознаки – усна і писемна форми, широке використання термінів та іншомовної лексики, номенклатурних назв, символів, таблиць, діаграм, графіків, цитат, переважання складних речень; форма тексту – монологічна.

Підстилі: власне науковий, науково-навчальний, науково-популярний, науково-публіцистичний.

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

### **Особливості наукового тексту:**

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

### **Структура наукового тексту**

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

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

### **Загальні вимоги до наукового тексту**

- Текст має бути чітко структурованим, переділятися на розділи і параграфи. Потрібно прагнути того, щоб кожен розділ був самостійним науковим дослідженням з певної складової загальної проблеми, щоб кожен складову було викладено в тексті, а текст був цілісним, а не фрагментарним.
- Крім членування тексту на розділи і параграфи, він має деталізований розподіл на значеннєві частини, абзаци і речення. Варто пам'ятати, що надмірне дроблення тексту утруднює його сприйняття, тому абзаци мають бути обґрунтованими і зводитися до викладу однієї думки.

- Текст має вирізнятися композиційністю.
- Початок і кінець абзаців у науковому тексті – це найбільш інформативні місця; інші речення тільки розкривають, деталізують, обґрунтовують, конкретизують головну думку або є сполучними елементами.
- Під час викладу матеріалу необхідно уникати понять, які не можна тлумачити однозначно.
- У тексті не має бути повторів, зокрема, це стосується висновків, написання яких передбачає новий рівень систематиці й узагальнення.
- Науковий текст позбавлений авторського «Я». Перевагу варто надавати безособовим формам викладу.
- Він має вирізнятися стислістю і ясністю викладу, відповідати формулі «Думкам просторо, а словам тісно». Ця вимога передбачає запобігання повторам, багатослів'я, зайвим словам, канцеляризмом тощо.

### **Оформлювання результатів наукової діяльності**

#### **План, тези, конспект як важливий засіб організації розумової праці**

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

**План** – це короткий перелік проблем, досліджуваних у науковому тексті; порядок розміщення частин якого-небудь викладу, його композиція.

За допомогою плану узагальнюють і «згортають» інформацію наукового джерела. За ним розкривають, про що написано, яка основна думка, яким чином доведено її істинність, якого висновку доходить автор тексту.

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

За структурою план може бути простим і складним.

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

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

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

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

**Тезовий** план – сформульоване основне положення абзацу, його мікротема.

**Тези** є одним із найстійкіших жанрів. Вони мають суворо нормативну змістово-композиційну структуру, в якій виділяються: преамбула, основне теоретичне положення, завершальна теза (висновок). Чітке логічне членування

змісту тез підкреслюється рубрикацією, а в деяких випадках – і виділенням абзаців під однією рубрикою.

За змістом тези поділяють на три типи:

1. Тези визначення проблеми (короткий вступ про актуальність теми; огляд існуючих поглядів на проблему чи опис ситуації в предметній галузі; окремі власні думки на цю тему; передбачувані напрями дослідження; висновок).

2. Тези, що висвітлюють результати дослідження (короткий вступ як постановка проблеми; гіпотеза (у випадку експериментального дослідження); перелік застосованих методів; параметри вибірки; власне результати; інтерпретація і висновки).

3. Тези, що репрезентують нову методику роботи (вступ, що описує сферу застосування методики; опис існуючих методик; опис результатів застосування, методику оцінювання ефективності; висновки).

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

1. Преамбула (1-2 тези);

2. Основний тезовий виклад (3-6 тез)

3. Висновкова теза/тези (1-2)

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

Основний тезовий виклад передбачає розв'язання таких завдань:

- Сформулювати мету дослідження, схарактеризувати об'єкт і матеріал дослідження;
- Описати перебіг дослідження;
- Визначити критерії оцінювання і технологію оброблення результатів.

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

Мовностилістичне оформлення тез також має відповідати нормам наукового стилю. Це, зокрема, висока насиченість висловлювання предметно-логічним змістом, термінами і абстрактними словами, абсолютна недопустимість емоційно-експресивних означень, метафор, інверсій тощо. Тези повинні мати характер модально стверджувального судження чи висновку, а не конкретно-фактологічної констатації. Твердження у тезах мають бути короткими і місткими, обґрунтованими.

**Виписки** — це цитати (дослівне відтворення думок автора книги), або короткий, близький дослівного, виклад змісту потрібного уривку тексту. Виписувати з книги теоретичні положення, статичні, хронологічні дані можна як у процесі читання, так і по його завершенні. Цитату обов'язково брати у лапки, а на кожному виписку давати посилання на джерело. Для полегшення наступної систематизації виписок їх краще робити на окремих аркушах, каталожних картках або перфокартках.

**Конспект** - це стислий виклад змісту статті чи книжки. Від тез конспект відрізняється тим, що поряд з основними даними тексту в ньому коротко наводяться докази цих положень і висновки. Під час конспектування не слід

зловживати скороченням слів, а якщо скорочувати їх, то за загальними правилами; думки слід викладати стисло, своїми словами, виписуючи лише найголовніше і найсуттєвіше, не допускати повторень. Можна використовувати цитати, обов'язково зазначити сторінку, з якої вона виписана. Особливо важливі думки в конспекті варто підкреслювати. Бажано залишати поле для додаткових записів.

### **Види конспектів:**

- 1) **плановий** – укладається за попередньо складеним планом статті, книжки, лекції;
- 2) **текстуальний** -- основні положення твору, докази і висновки передаються словами автора, тобто цитатами;
- 3) **вільний** – це переказ основного змісту книги (статті) своїми словами;
- 4) **змішаний** – найчастіше використовуваний вид, при якому вільний переказ змісту поєднується із цитуванням.
- 5) **тематичний** – укладається на одну тему, але за декількома джерелами;
- б) **опорним** конспектом є система опорних сигналів, що мають структурний зв'язок, це наочна конструкція, яка заміщає систему значень, понять, ідей як взаємозалежних елементів.

### **Правила конспектування**

1. Запиши автора і назву статті чи книжки, яку конспектуєш. Виділи їх більшим шрифтом.
2. Під час конспектування статті запиши, в якому журналі, збірнику або в якій газеті її вміщено.
3. Складай конспект після того, як продумав план тексту.
4. Записуй тільки основне: спочатку головну думку, потім (дуже стисло) докази і приклади.
5. Намагайся, щоб записи були чіткими, змістовними і лаконічними. Для цього використовуй схеми, таблиці.
6. Для зручності користування конспектом, підкреслюй найважливіші думки, навіть окремі фрази, словосполучення, сова: до розділів і підрозділів підбирай заголовки.
7. Цитуй правильно і точно, зазначай сторінку, з якої взято цитату.
8. Роби помітку, які виявляють твоє ставлення до того, що конспектуєш. Використовуй для цього свої умовні позначки, а також подані нижче:
  - а) знак оклику на полях – дуже добре;
  - б) знак питання – здивування, незгода з автором, нерозуміння якоїсь думки.
9. Вчися конспектувати відразу начисто.

### **Анотування і реферування наукових текстів**

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

Анотації виконують дві основні функції:

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

Анотація складається з двох частин: бібліографічного опису і власне тексту.

За функціональним призначенням анотації бувають довідкові та рекомендаційні.

**Довідкова** анотація уточнює заголовок і повідомляє відомості про автора. Зміст. Жанр та інші особливості документа. Що відсутні в бібліографічному описі.

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

За обсягом та глибиною розрізняють анотації описові та реферативні.

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

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

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

**Реферат** – короткий виклад змісту книги, наукової роботи або результатів вивчення наукової проблеми в письмовому викладі або у формі публічного виступу.

Реферат – слово латинське, на українську дослівно перекладається як написання повідомлення або публічної доповіді. Найчастіше це слово вживається для визначення послідовного, переконливого й короткого викладу або написання сутності якого-небудь питання або теми науково-практичного характеру.

Виклад або опис сутності наукової праці, виконаної самим автором, називається авторефератом. Наприклад, автореферат дисертації на змагання наукового ступеня кандидата або доктори наук. Автореферат - це послідовний і короткий виклад роботи самого автора.

Написання реферату розділяється на два періоди:

1. Робота над текстом і оформленням реферату.

2. Підготовка реферату

### **1. Робота над текстом і оформленням реферату, складається з наступних етапів:**

1.1. Попередня підготовка. Вона виражається в уточненні назви реферату. Назва повинна бути короткою і виразною.

1.2. Бібліографічна робота. Сюди ж входить робота з довідковим виданнями, бібліографічними вказівниками й довідниками, енциклопедіями і різного роду оглядами, перегляд газет, журналів і інших робіт.

1.3. Первинна робота із книгами, журналами, газетними статтями й іншим інформаційним матеріалом. Первинна робота полягає в перегляді назв, змісту, вступних розділів, висновків робіт, а також у перегляді таблиць, схем і малюнків. Сюди ж входить реєстрація та відбір літератури, необхідної для написання реферату. Існують картковий і зошитовий способи реєстрації й відбору літератури для написання реферату. Краще картковий - картки при необхідності можна систематизувати, що й робиться майже всіма при написанні реферату.

1.4. Суцільне й вибіркоче читання, а також вивчення літератури і її обробка, тобто записування. Для складання реферату застосовується три види записів:

- конспект
- анотація
- цитата

1.5. Заключна робота періоду підготовки. Вона зводиться головним чином до складання плану написання реферату відповідно до підбраного й вивченого матеріалу. Тільки після складання плану й накопичення достатньої кількості даних приступають до написання й оформлення реферату.

### **2. Підготовка реферату, складається з наступних етапів:**

2.1. Написання й оформлення титульного аркуша, на якому обов'язково пишеться тема реферату, а також назва інституту (організації), рік видання, прізвище автора та керівника і інші дані. Для кожної організації повинна бути єдина форма оформлення.

2.2. Введення. У цій частині пишеться значимість теми, мети і завдання реферату. Для написання введення використовуються новітні літературні дані й результати власних досліджень.

2.3. Літературний огляд є спеціальною частиною реферату в якій приводяться всі зібрані автором літературні дані, показується ступінь вивченості порушеної теми, викладаються попередні відповіді на питання та завдання, поставлені в першій частині або введенні реферату.

2.4. Методики роботи пишуться при написанні автореферату, коли для одержання відповідей на поставлені питання приводяться власні дослідження. У методиках вказується дослідний і піддослідний матеріали, строки і умови експерименту.

2.5. Власні дослідження включають всі дані, отримані в результаті досвідів. Власні дослідження викладаються із застосуванням схем, таблиць, графіків, малюнків, фотографій.

2.6. Аналіз літературних і експериментальних даних приводиться шляхом зіставлення положень і фактів, що приводяться в рефераті в літературному огляді й власних дослідженнях.

2.7. Узагальнення. У цій частині узагальнюються літературні дані й результати власних досліджень. Узагальнення робиться у вигляді висновку, висновків, тез.

2.8. Рекомендації або практичні пропозиції. Пишуться в тому випадку, коли викладені в рефераті положення можуть бути використовуватися слухачами або читачами реферату у своєму житті й практичній діяльності.

2.9. Список використаної літератури. Це один з важливих елементів реферату, що дозволяє перевірити автора й допомагає відшукати основну літературу, у якій можна одержати відповіді на питання, що цікавлять, якщо ці питання не розкриті в рефераті, але цікавлять читача.

### **Стаття як самостійний науковий твір**

**Стаття** – невеликого розміру наукова праця, присвячена певній темі і розрахована на фахівців, які обізнані у тій темі. Друкують наукові статті у фахових часописах або в збірниках наукових праць. Наукові статті бувають повідомлювальні (інформують про нові результати дослідження), оглядові (аналіз подій, явищ тощо, зіставлення їх, виявлення найважливіших напрямів у розвитку науки), аналітичні (всебічний аналіз досить репрезентативних фактів, який виводить на розв'язання наукової проблеми), дискусійні (про спірні питання).

Необхідними елементами наукової статті мають бути:

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

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

### **Вимоги до виконання та оформлювання курсової, дипломної роботи**

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

### **Метою курсової роботи є:**

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

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

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

Основні вимоги до написання курсової роботи:

- обсяг - 20-25 сторінок тексту для студента II курсу, 30-35 сторінок для студента III курсу;
- робота повинна мати чітку структуру, список використаної сучасної літератури (20-25 джерел, переважно останніх років);
- оформлення має відповідати естетичним і мовним нормам;
- обов'язковими компонентами мають бути: визначення актуальності дослідницького завдання та розроблення навчально-методичних матеріалів;
- вона має бути зброшурована, акуратно і грамотно оформлена.

Студенти мають право обирати тему з тем, визначених кафедрою.

### **Структура курсової роботи**

1. Титульна сторінка
2. План (заголовок дається словом ЗМІСТ)
3. ВСТУП - обґрунтовується актуальність теми, її значення для теорії та практики певної науки, мета, завдання, об'єкт, предмет та методи дослідження.
4. Основна частина поділяється на теоретичний і практичний розділи.
  - Теоретичний розділ включає аналіз опрацьованої наукової літератури відповідно до завдань дослідження; певні авторські висновки з визначенням перспектив подальших дослідницьких пошуків.
  - Практичний розділ містить опис виконаного дослідницького завдання та розроблення навчально-методичних та досліджуваних матеріалів.
5. ВИСНОВКИ
6. ДОДАТКИ (за потреби).
7. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ: на усі наукові джерела, що представлені в бібліографії, повинні бути покликання в тексті курсової роботи.

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

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

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

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

### **Вимоги до написання дипломної роботи**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Рубрикація тексту роботи передбачає членування на частини та їх називання вступ, розділ, висновки Заголовки мають бути короткі та однозначні. Основні частини роботи починають писати з нової сторінки. Встановлені

вимоги до змісту, структури та обсягу слід дотримуватися під час написання та оформлення наукових робіт.

Типові помилки у написанні та оформленні роботи:

- 1 Нечітке формулювання теми дослідження
- 2 Зміст роботи не відповідає плану або не розкриває тему повністю чи в її основній частині
- 3 Мета і завдання сформульовані невиразно і не відображають сутності дослідження
4. Дослідник не опрацював всю основну і новітню літературу з цієї теми.
5. Невідповідне співвідношення між структурними компонентами роботи (вступом, основною частиною, висновками).
6. Огляд дослідження питання у наукових працях є їх анотацією, а не критичним аналізом, що не дає можливості виробити власну концепцію розуміння проблеми.
7. Кінцевий результат не відповідає меті дослідження, висновки не збігаються з поставленими завданнями.
8. У роботі недостатньо покликань на першоджерела, значна кількість перецитувань.

### **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Зрецензуйте 1-2 наукові доповіді мовнокультурологічної тематики, підготовленої й виголошеної вашими однокурсниками на загальноуніверситетській науково-практичній конференції до Дня української писемності й мови Лаконічно сформулюйте поради-рекомендації молодим науковцям.

**Завдання 2.** Підготуйте 2-3 взірці клішованих анотацій різних видів для подальшого активного користування ними в самостійній науковій роботі з анотування першоджерел.

**Завдання 3.** Проаналізуйте одну зі статей наукового часопису вашого фаху за планом: 1) композиційні частини, 2) спрямованість змісту статті (наукова, практична, науково-практична, полемічна, інформаційна), 3) мовні засоби Напишіть рецензію на цю статтю.

**Завдання 4.** У наукових статтях, уміщених у фахових виданнях вашого навчального закладу, визначте об'єкт, предмет, методи дослідження.

**Завдання 5.** Підготуйте словник бажаних і небажаних словосполучень для використання у науковій статті.

### **Контрольні запитання:**

1. Що зумовлює в науковому стилі вибір мовних засобів?
2. Поясніть відмінність плану від тез і конспекту як джерела наукової інформації
3. Сформулюйте основні вимоги до плану й конспекту джерела наукової інформації
4. Які особливості наукового стилю професійного спілкування?

5. У якій послідовності викладається матеріал у науковій праці?
6. Що таке анотація?
7. Що таке конспект та тези? Чим вони різняться?
8. Що таке наукова робота? З якою метою пишуть наукові роботи?
9. Що таке реферат? Які є види рефератів?
10. Яких вимог слід дотримуватися в оформленні бібліографії?

## 14. ОСНОВИ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПЕРЕКЛАДУ

### 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 самый цікавий (треба – найцікавіший).*

*Я считаю, что Вы правы. – Я рахую, що Ви праві (треба – Я вважаю, що Ви маєте рацію).*

**Адекватний переклад** точно передає зміст оригіналу, його стиль, при цьому відповідає всім нормам літературної мови, напр.:

*Клиент проживает по адресу... - Клиент 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)*.

### **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, консультиватися 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) перероблення основної частини, усунування 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.

#### **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 уведеного 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 (*англійський смог* може бути перекладено, напр., як *англійський зміг*), граматичних форм (*человек мог – людина міг*).

### 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 роздріджено, 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.

## **БЛОК ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМНИХ ЗАВДАНЬ**

**Завдання 1.** Пригадайте й запишіть власне українські терміни вашого майбутнього фаху, що за коренями не збігаються з російськими відповідниками.

**Завдання 2.** Випишіть терміни, рід яких під час перекладу українською мовою змінюється.

**Завдання 3.** Випишіть невідмінювані в українській мові терміни.

**Завдання 4.** Перекладіть поданий нижче текст двома способами а) власний переклад з використанням словника б) машинний переклад Порівняйте обидва варіанти. Зробіть висновки.

Вербальный имидж: – мнение, формируемое в процессе речевого общения (устного или письменного) В О Ключевский говорил «Уметь разборчиво писать первое правило вежливости» Теоретики предлагают способы формирования вербального имиджа: «разговаривать, а не говорить», «говорить то, что хотят услышать», «провоцировать улыбку», использованную речь, ободряемую обществом. Если существуют проблемы с речью, вызывающие барьеры в речевом общении (неумение ясно и четко излагать мысли в беседе), следует избегать экспромтом в устной речи, тщательно готовится к встрече с собеседником. На становление позитивного вербального имиджа влияют темп, выразительности, четкость устной речи. Опросы молодых людей, проведенные в прямом эфире телевидения, показали, что ни благоприятные внешние данные,

ни богатство не могут сделать имидж невест привлекательным, если девушки беспомощны в вербальном общении. Умение общаться рождает взаимную нежность, счастье взаимного преодоления невзгод в жизни.

**Контролі запитання:**

1. Які є види перекладу?
2. У чому полягає редагування перекладу?
3. Що таке комп'ютерний переклад?
4. Які особливості технічного перекладу?

**ПРИКЛАДИ  
ОФОРМЛЕННЯ БІБЛІОГРАФІЧНОГО ОПИСУ  
У СПИСКУ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ  
з урахуванням Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015**

<b>Характеристика джерела</b>	<b>Приклад оформлення</b>
<b>Книги: один автор</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бичківський О. О. Міжнародне приватне право: конспект лекцій. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 82 с.</li> <li>2. Бондаренко В. Г. Немеркнуча слава новітніх запорожців: історія Українського Вільного козацтва на Запоріжжі (1917-1920 рр.). Запоріжжя, 2017. 113 с.</li> <li>3. Бондаренко В. Г. Український вільнокозацький рух в Україні та на еміграції (1919-1993 рр.) : монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 600 с.</li> <li>4. Вагіна О. М. Політична етика: навч.-метод. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 102 с.</li> <li>5. Гурська Л. І. Релігієзнавство: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : ЦУЛ, 2016. 172 с.</li> </ol>
<b>Два автори</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аванесова Н. Е., Марченко О. В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом: теоретико-методичні засади : монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2015. 196 с.</li> <li>2. Батракова Т. І., Калюжна Ю. В. Банківські операції: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 130 с.</li> <li>3. Білобровко Т. І., Кожуховська Л. П. Філософія науки й управління освітою: навч.-метод. посіб. Переяслав-Хмельницький, 2015. 166 с.</li> <li>4. Богма О. С., Кисильова І. Ю. Фінанси: конспект лекцій. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 102 с.</li> </ol>
<b>Три автори</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аніловська Г. Я., Марушко Н. С., Стоколоса Т. М. Інформаційні системи і технології у фінансах: навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2015. 312 с.</li> <li>2. Городовенко В. В., Макаренков О. Л., Сантос М. М. О. Судові та правоохоронні органи України: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 206 с.</li> <li>3. Кузнецов М. А., Фоменко К. І., Кузнецов О. І. Психічні стани студентів у процесі навчально-пізнавальної діяльності : монографія. Харків: ХНПУ, 2015. 338 с.</li> </ol>
<b>Чотири і більше авторів</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Науково-практичний коментар Кримінального кодексу України : станом на 10 жовт. 2016 р. / К. І. Беліков та ін.; за заг. ред. О. М. Литвинова. Київ: ЦУЛ, 2016. 528 с.</li> <li>2. Бікулов Д. Т, Чкан А. С., Олійник О. М., Маркова С. В.</li> </ol>

	<p>Менеджмент: навч. посіб. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 360 с.</p> <p>3. Операційне числення: навч. посіб. / С. М. Гребенюк та ін. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 88 с.</p> <p>4. Основи охорони праці : підручник / О. І. Запорожець та ін. 2-ге вид. Київ: ЦУЛ, 2016. 264 с.</p>
<b>Автор(и) та редактор(и)/упорядники</b>	<p>1. Березенко В. В. PR як сфера наукового знання: монографія / за заг. наук. ред. В. М. Манакіна. Запоріжжя: ЗНУ, 2015. 362 с.</p> <p>2. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія: навч. посіб. / за ред. М. П. Бутко. Київ: ЦУЛ, 2016. 232 с.</p>
<b>Без автора</b>	<p>1. 25 років економічному факультету: історія та сьогодення (1991-2016): ювіл. вип. / під заг. ред. А. В. Череп. Запоріжжя: ЗНУ, 2016. 330 с.</p> <p>2. Криміналістика: конспект лекцій / за заг. ред. В. І. Галана; уклад. Ж. В. Удовенко. Київ: ЦУЛ, 2016. 320 с.</p> <p>3. Миротворення в умовах гібридної війни в Україні: монографія / за ред. М. А. Лепського. Запоріжжя: КСК-Альянс, 2017. 172 с.</p> <p>4. Міжнародні економічні відносини: навч. посіб. / за ред.: С. О. Якубовського, Ю. О. Ніколаєва. Одеса: ОНУ, 2015. 306 с.</p> <p>5. Науково-практичний коментар Бюджетного кодексу України / за заг. ред. Т. А. Латковської. Київ: ЦУЛ, 2017. 176 с.</p> <p>6. Службове право: витоки, сучасність та перспективи розвитку / за ред.: Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Запоріжжя, 2017. 328 с.</p>
<b>Багатотомні видання</b>	<p>1. Енциклопедія Сучасної України / редкол.: І. М. Дзюба та ін. Київ : САМ, 2016. Т. 17. 712 с.</p> <p>2. Лодий П. Д. Сочинения : в 2 т. / ред. изд.: Н. Г. Мозговая, А. Г. Волков; авт. вступ. ст. А. В. Синицына. Киев; Мелитополь: НПУ им. М. Драгоманова; МГПУ им. Б. Хмельницкого, 2015. Т. 1. 306 с.</p> <p>3. Новицкий О. М. Сочинения: в 4 т. / ред. изд.: Н. Г. Мозговая, А. Г. Волков ; авт. вступ. ст. Н. Г. Мозговая. Киев; Мелитополь: НПУ им. М. Драгоманова; МГПУ им. Б. Хмельницкого, 2017. Т. 1. 382 с.</p> <p>4. Правова система України: історія, стан та перспективи: у 5 т. / Акад. прав. наук України. Харків Право, 2009. Т. 2: Конституційні засади правової системи України і проблеми її вдосконалення / заг. ред. Ю. П. Битяк. 576 с.</p>
<b>Автореферати дисертацій</b>	<p>1. Бондар О. Г. Земля як об'єкт права власності за земельним законодавством України: автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.06. Київ, 2005. 20 с.</p> <p>2. Гнатенко Н. Г. Групи інтересів у Верховній Раді України: сутність і роль у формуванні державної політики : автореф. дис.</p>

	... канд. політ. наук: 23.00.02. Київ, 2017. 20 с.
<b>Дисертації</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Авдєєва О. С. Міжконфесійні відносини у Північному Приазов'ї (кінець XVIII - початок XX ст.): дис. ... канд. іст. наук: 07.00.01 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2016. 301 с.</li> <li>2. Левчук С. А. Матриці Гріна рівнянь і систем еліптичного типу для дослідження статичного деформування складених тіл: дис. ... канд. фіз.-мат. наук: 01.02.04. Запоріжжя, 2002. 150 с.</li> </ol>
<b>Законодавчі нормативні документи</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Конституція України: офіц. текст. Київ: КМ, 2013. 96 с.</li> <li>2. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. <i>Голос України</i>. 2017. 27 верес. (№ 178-179). С. 10–22.</li> <li>3. Повітряний кодекс України : Закон України від 19.05.2011 р. № 3393-VI. <i>Відомості Верховної Ради України</i>. 2011. № 48-49. Ст. 536.</li> <li>4. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 28.09.2017. URL: <a href="http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18">http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18</a> (дата звернення: 15.11.2017).</li> <li>5. Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017-2020 роки: Указ Президента України від 21.02.2017 р. № 43/2017. <i>Урядовий кур'єр</i>. 2017. 23 лют. (№ 35). С. 10.</li> </ol>
<b>Архівні документи</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Лист Голови Співки «Чорнобиль» Г. Ф. Лепіна на ім'я Голови Ради Міністрів УРСР В. А. Масола щодо реєстрації Статуту Співки та сторінки Статуту. 14 грудня 1989 р. <i>ЦДАГО України</i> (Центр. держ. архів громад. об'єднань України). Ф. 1. Оп. 32. Спр. 2612. Арк. 63, 64 зв., 71.</li> <li>2. Матеріали Ради Народних комісарів Української Народної Республіки. <i>ЦДАВО України</i> (Центр. держ. архів вищ. органів влади та упр. України). Ф. 1061. Оп. 1. Спр. 8–12. Копія; Ф. 1063. Оп. 3. Спр. 1–3.</li> <li>3. Наукове товариство ім. Шевченка. <i>Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника НАН України</i>. Ф. 1. Оп. 1. Спр. 78. Арк. 1–7.</li> </ol>
<b>Патенти</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Люмінісцентний матеріал: пат. 25742 Україна: МПК6 C09K11/00, G01T1/28, G21H3/00. № 200701472; заявл. 12.02.07; опубл. 27.08.07, Бюл. № 13. 4 с.</li> <li>2. Спосіб лікування синдрому дефіциту уваги та гіперактивності у дітей: пат. 76509 Україна. № 2004042416; заявл. 01.04.2004; опубл. 01.08.2006, Бюл. № 8 (кн. 1). 120 с.</li> </ol>
<b>Препринти</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Панасюк М. І., Скорбун А. Д., Сплошной Б. М. Про точність визначення активності твердих радіоактивних відходів гамма-методами. Чорнобиль : Ін-т з проблем безпеки АЕС НАН України, 2006. 7, [1] с. (Препринт. НАН України, Ін-т проблем безпеки АЕС; 06-1).</li> </ol>

	<p>2. Шиляев Б. А., Воеводин В. Н. Расчеты параметров радиационного повреждения материалов нейтронами источника ННЦ ХФТИ / ANL USA с подкритической сборкой, управляемой ускорителем электронов. Харьков : ННЦ ХФТИ, 2006. 19 с.: ил., табл. (Препринт. НАН Украины, Нац. науч. центр «Харьк. физ.-техн. ин-т»; ХФТИ2006-4).</p>
<b>Стандарти</b>	<p>1. ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. [Чинний від 2010-02-18]. Вид. офіц. Київ, 2010. 16 с. (Інформація та документація).</p> <p>2. ДСТУ ISO 6107-1:2004. Якість води. Словник термінів. Частина 1 (ISO 6107-1:1996, IDT). [Чинний від 2005-04-01]. Вид. офіц. Київ: Держспоживстандарт України, 2006. 181 с.</p> <p>3. ДСТУ 3582:2013. Бібліографічний опис. Скорочення слів і словосполучень українською мовою. Загальні вимоги та правила (ISO 4:1984, NEQ; ISO 832:1994, NEQ). [На заміну ДСТУ3582-97; чинний від 2013-08-22]. Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2014. 15 с. (Інформація та документація).</p>
<b>Каталоги</b>	<p>1. Горницкая И. П. Каталог растений для работ по фитодизайну / Донец. ботан. сад НАН Украины. Донецк: Лебедь, 2005. 228 с.</p> <p>2. Історико-правова спадщина України: кат. вист. / Харків. держ. наук. б-ка ім. В. Г. Короленка; уклад.: Л. І. Романова, О. В. Землянщина. Харків, 1996. 64 с.</p> <p>3. Пам'ятки історії та мистецтва Львівської області: кат.-довід. / авт.-упоряд.: М. Зобків та ін.; Упр. культури Львів. облдержадмін., Львів. іст. музей. Львів: Новий час, 2003. 160 с.</p>
<b>Бібліографічні покажчики</b>	<p>1. Боротьба з корупцією: нагальна проблема сучасності: бібліогр. покажч. Вип. 2 / уклад.: О. В. Левчук, відп. за вип. Н. М. Чала; Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 60 с.</p> <p>2. Микола Лукаш: біобібліогр. покажч. / уклад. В. Савчин. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. 356 с. (Українська біобібліографія; ч. 10).</p> <p>3. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича в незалежній Україні : бібліогр. покажч. / уклад.: Н. М. Загородна та ін.; наук. ред. Т. В. Марусик; відп. за вип. М. Б. Зушман. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2015. 512 с. (До 140-річчя від дня заснування).</p> <p>4. Лисодед О. В. Бібліографічний довідник з кримінології (1992-2002) / ред. О. Г. Кальман. Харків: Одісей, 2003. 128 с.</p>
Частина видання: книги	<p>1. Баймуратов М. А. Имплементация норм международного права и роль Конституционного Суда Украины в толковании международных договоров / М. А. Баймуратов. <i>Михайло Баймуратов: право як буття вченого</i>: зб. наук. пр. до 55-річчя</p>

	<p>проф. М. О. Баймуратова / упоряд. та відп. ред. Ю. О. Волошин. К., 2009. С. 477–493.</p> <p>2. Гетьман А. П. Екологічна політика держави: конституційно-правовий аспект. <i>Тридцять лет с экологическим правом: избранные труды</i>. Харьков, 2013. С. 205–212.</p> <p>3. Коломоєць Т. О. Адміністративна деліктологія та адміністративна деліктність. <i>Адміністративне право України: підручник / за заг. ред. Т. О. Коломоєць</i>. Київ, 2009. С. 195–197.</p> <p>4. Алексєєв В. М. Правовий статус людини та його реалізація у взаємовідносинах держави та суспільства в державному управлінні в Україні. <i>Теоретичні засади взаємовідносин держави та суспільства в управлінні</i>: монографія. Чернівці, 2012. С. 151–169.</p>
Частина видання: матеріалів конференцій (тези, доповіді)	<p>1. Антонович М. Жертви геноцидів першої половини ХХ століття: порівняльно-правовий аналіз. <i>Голодомор 1932-1933 років: втрати української нації</i>: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 4 жовт. 2016 р. Київ, 2017. С. 133–136.</p> <p>2. Анциперова І. І. Історико-правовий аспект акту про бюджет. <i>Дослідження проблем права в Україні очима молодих вчених</i>: тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 24 квіт. 2014 р.). Запоріжжя, 2014. С. 134–137.</p> <p>3. Кононенко Н. Методология толерантности в системе общественных отношений. <i>Формирование толерантного сознания в обществе</i>: материалы VII междунар. антитеррорист. форума (Братислава, 18 нояб. 2010 г.). Киев, 2011. С. 145–150.</p>
Частина видання: довідкового видання	<p>1. Кучеренко І. М. Право державної власності. <i>Великий енциклопедичний юридичний словник</i> / ред. Ю. С. Шемшученко. Київ, 2007. С. 673.</p> <p>2. Пирожкова Ю. В. Благодійна організація. <i>Адміністративне право України: словник термінів</i> / за ред.: Т. О. Коломоєць, В. К. Колпакова. Київ, 2014. С. 54–55.</p> <p>3. Сірій М. І. Судова влада. <i>Юридична енциклопедія</i>. Київ, 2003. Т. 5. С. 699.</p>
Частина видання: продовжуваного видання	<p>1. Коломоєць Т. О. Оцінні поняття в адміністративному законодавстві України: реалії та перспективи формулювання їх застосування. <i>Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки</i>. Запоріжжя, 2017. № 1. С. 36–46.</p> <p>2. Левчук С. А., Хмельницький А. А. Дослідження статичного деформування складених циліндричних оболонок за допомогою матриць типу Гріна. <i>Вісник Запорізького національного університету. Фізико-математичні науки</i>. Запоріжжя, 2015. № 3. С. 153–159.</p> <p>3. Левчук С. А., Рак Л. О., Хмельницький А. А. Моделювання статичного деформування складеної конструкції з двох пластин</p>

	за допомогою матриць типу Гріна. <i>Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій</i> . Дніпропетровськ, 2012. Вип. 19. С. 212–218.
Частина видання: періодичного видання(журналу, газети)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кулініч О. О. Право на освіту в системі конституційних прав людини і громадянина та його гарантії. <i>Часопис Київського університету права</i>. 2007. № 4. С. 88–92.</li> <li>2. Коломоець Т., Колпаков В. Сучасна парадигма адміністративного права: генеза і поняття. <i>Право України</i>. 2017. № 5. С. 71–79.</li> <li>3. Коваль Л. Плюси і мінуси дистанційної роботи. <i>Урядовий кур'єр</i>. 2017. 1 листоп. (№ 205). С. 5.</li> <li>4. Bletskan D. I., Glukhov K. E., Frolova V. V. Electronic structure of 2H-SnSe<sub>2</sub>: ab initio modeling and comparison with experiment. <i>Semiconductor Physics Quantum Electronics &amp; Optoelectronics</i>. 2016. Vol. 19, No 1. P. 98–108.</li> </ol>
Електронні ресурси	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Влада очима історії : фотовиставка. URL: <a href="http://www.kmu.gov.ua/control/uk/photogallery/gallery?galleryId=15725757&amp;">http://www.kmu.gov.ua/control/uk/photogallery/gallery?galleryId=15725757&amp;</a> (дата звернення: 15.11.2017).</li> <li>2. Шарая А. А. Принципи державної служби за законодавством України. <i>Юридичний науковий електронний журнал</i>. 2017. № 5. С. 115–118. URL: <a href="http://lsey.org.ua/5_2017/32.pdf">http://lsey.org.ua/5_2017/32.pdf</a>.</li> <li>3. Ганзенко О. О. Основні напрями подолання правового нігілізму в Україні. <i>Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки</i>. Запоріжжя, 2015. № 3. – С. 20–27. URL: <a href="http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/vznu/juridichni/VestUr2015v3/5.pdf">http://ebooks.znu.edu.ua/files/Fakhovivydannya/vznu/juridichni/VestUr2015v3/5.pdf</a>. (дата звернення: 15.11.2017).</li> <li>4. Яцків Я. С., Маліцький Б. А., Бублик С. Г. Трансформація наукової системи України протягом 90-х років ХХ століття: період переходу до ринку. <i>Наука та інновації</i>. 2016. Т. 12, № 6. С. 6–14. DOI: <a href="https://doi.org/10.15407/scin12.06.006">https://doi.org/10.15407/scin12.06.006</a></li> </ol>

## Додаток 2

### Мовні кліше для створення наукових текстів

Мовні кліше – це готові обороти, які дозволяють економно висловити думку і сприяють швидкості передачі інформації.

Існують різні думки щодо того, добре використовувати мовні кліше або погано. Наша позиція полягає в тому, що у вживанні кліше немає нічого поганого. Вони гарні тим, що дозволяють молодому досліднику зрозуміти, які основні обороти існують в науковій мові, потренуватися на них красиво і грамотно вибудувувати свої тексти, і надалі виробити свій власний стиль письма.

Також існують і інші аргументи на користь використання мовних кліше, наприклад, мовні кліше:

- відповідають нашим психологічним стереотипам;
- вони легко відтворюються у вигляді готових мовних формул;
- автоматизують процес відтворення інформації;
- полегшують процеси сприйняття і комунікації.

Також мовні кліше економлять зусилля, розумову енергію і час як для того, хто пише текст, і для того, хто цей текст потім читає.

Проте слід зазначити, що не всі дослідники однаково добре ставляться до різних мовних кліше. Це може відноситися до вашого наукового керівника, редактору журналу, у якому ви плануєте публікуватися, внутрішніх та зовнішніх рецензентів. Тому намагайтеся створювати свій власний список мовних кліше, які вам подобаються та є прийнятними для осіб, які приймають рішення щодо ваших текстів. А почніть цей список з переліку мовних кліше, які ми відібрали для вас з найкращих посібників з наукового стилю письма.

### **МОВНІ КЛІШЕ ДЛЯ ФОРМУЛЮВАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ТЕМИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

- *Проблема / назване явище заслуговує на особливу увагу серед науковців...Проблема актуальною на сучасному етапі розвитку науки...*
- *Проблема відноситься до найактуальніших...*
- *Проблема давно є на часі...*
- *Проблема є актуальною...*
- *Проблема є дискусійною...*
- *Проблема є не досить розробленою...*
- *Проблема є мало розробленою / недослідженою...*
- *Проблема є цілком на часі...*
- *Проблема заслуговує на особливу увагу...*
- *Проблема не була об'єктом спеціального вивчення...*
- *Проблема перебуває у центрі уваги...*
- *Проблема посідає важливе місце...*
- *Проблема фрагментарно висвітлювалася в..*
- *Проблема цілком є не вирішеною...*
- *Уважного ставлення дослідників останнім часом вимагає питання...*

### **МОВНІ КЛІШЕ ДЛЯ ОПИСУ ІСТОРІЇ ТА СУЧАСНОГО СТАНУ ПРОБЛЕМИ**

- *Прийнято вважати, що...*
- *Загальновідомо, що...*
- *На думку (кого?)...*
- *Згідно з поглядами (кого?)...*
- *Як вважають (вважає)...*
- *Наявні погляди щодо цього питання можна класифікувати так...*
- *Дослідженням цієї проблеми у різні часи / періоди займалися...*
- *Цих поглядів дотримуються (дотримується)...*

- *Гіпотезу / припущення про ... висунув / запропонував...*
- *Початок тенденції саме такого вивчення поклав...*
- *Нову концепцію (ідею, теорію, гіпотезу) розробили...*

#### **МОВНІ КЛІШЕ ДЛЯ ФОРМУЛЮВАННЯ МЕТИ**

- *Метою є встановити (встановлення)...*
- *Метою є визначити (визначення)...*
- *Мета статті полягає у порівнянні...*
- *У статті вивчаються / виявляються / з'ясовуються...*
- *Мета статті – проаналізувати / описати / схарактеризувати / виявити / порівняти / узагальнити / систематизувати...*
- *Метою роботи є дослідження...*

#### **МОВНІ КЛІШЕ ДЛЯ ПЕРЕХОДУ ДО ЗАВДАНЬ**

- *Поставлена / сформульована мета вимагає / передбачає розв'язання цілої низки конкретних завдань, а саме:...*
- *Для реалізації мети поставлено такі завдання...*
- *Мета зумовила конкретні завдання, а саме:...*

#### **МОВНІ КЛІШЕ ДЛЯ ФОРМУЛЮВАННЯ ЗАВДАНЬ**

- *проаналізувати (методику, закономірності, тенденції, проблеми, роль, можливості, реалії та перспективи)...*
- *виявити закономірності...*
- *дослідити особливості...*
- *встановити (закономірності, тенденції, основні закони, принципи, системні ознаки, параметри)...*
- *класифікувати...*
- *описати (особливості, проблеми, параметри, ознаки, структуру, співвіднесеність, зв'язок, аспекти, засади, тенденції)...*
- *обґрунтувати (теорію, тезу, погляди науковців на..., концепцію, перспективи, систему, шляхи розв'язання проблеми)...*
- *узагальнити (досвід, висновки, результати попередніх досліджень, результати експерименту, експериментальні дані, статистичні дані, матеріали дослідження)...*
- *розглянути (проблеми, особливості, параметри, ознаки, структуру, зв'язок, сутність, основні принципи, засади, характер, аспекти, механізми)...*
- *з'ясувати (причини, сутність, особливості, умови, характер, природу й структуру, місце й роль, основні принципи, параметри, закономірності)...*
- *порівняти (позиції, результати, погляди, параметри, різні підходи, наукові концепції, якості, ознаки, функції, дефініції)...*
- *охарактеризувати (сутність, сучасний стан, значення, механізм, основні напрямки, особливості, передумови, якості, причини, принципи)...*
- *відстежити (процес, логіку, факти, причини, можливості, умови)...*  
*запропонувати (нові підходи, шляхи розв'язання проблеми, класифікацію, рекомендації, нові методики дослідження)...*  
*сформулювати (закони,*

*принципи, завдання, правила, висновки, рекомендації щодо, позицію щодо)...*

- *навести (теорію, загальну характеристику, вагомий статистичний матеріал, відомості, характеристики, класифікації, типології)*

### **ПЕРЕХІД ДО ОСНОВНОГО ВИКЛАДУ МАТЕРІАЛУ**

- *Є підстави вважати...*
- *Перевіriamo висунуте припущення...*
- *Однією з найважливіших особливостей досліджуваного об'єкта є... Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє проілюструвати певні спостереження...*
- *Матеріали здійсненого обстеження дозволяють згрупувати / узагальнити / уточнити / конкретизувати / класифікувати / провести нову таксономію...*
- *Вдалося зафіксувати / з'ясувати / помітити певні закономірності...*

### **ЛОГІЧНІ ПЕРЕХОДИ ВІД ОДНОГО АСПЕКТУ ДО ІНШОГО**

- *Як було сказано (показано, зауважено, зазначено, встановлено, виявлено, з'ясовано)...*
- *Як свідчать дані (результати)...*
- *Як уже вказувалося / підкреслювалося вище / раніше...*
- *Вище йшлося про...*
- *Згідно з цим...*
- *Відповідно до цього...*
- *У зв'язку з цим...*
- *У зв'язку з викладеним вище...*
- *Далі з'ясуємо...*
- *У такий же спосіб знаходить свій вияв...*

### **ДОПОВНЕННЯ АБО УТОЧНЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ**

- *також...*
- *при чому...*
- *при тому...*
- *разом з тим...*
- *крім того...*
- *більше того...*
- *до речі...*
- *між іншим...*
- *головним чином...*
- *особливо...*
- *точніше...*
- *маємо на увазі...*
- *по суті...*
- *втім...*
- *(у)все-таки...*
- *тим більше, що...*

- у тому числі...
- тобто...
- а саме...

### **ПОРІВНЯННЯ АБО ПРОТИСТАВЛЕННЯ**

- однак...
- проте...
- але...
- так само...
- так само, як і...
- не лише..., але й...
- порівняно з...
- на противагу (чому?)...
- навпаки...
- аналогічно (до чого?)...
- таким же чином...
- з одного боку..., з іншого боку...
- у той же час, як...
- разом із тим...
- тим більше, що...

### **ВСЕБІЧНИЙ РОЗГЛЯД ОБ'ЄКТА, ОСОБЛИВО З ПОГЛЯДУ ТИПОВОСТІ, КОНКРЕТНОСТІ, СУТНОСТІ**

- у цьому розумінні...
- взагалі...
- зокрема...
- як правило...
- в основному...
- практично...
- по суті...
- з одного боку...
- іншого боку...
- крім того...
- окрім...
- у контексті...
- за концепцією...
- між іншим...
- більше того...

### **ВИОКРЕМЛЕННЯ ПЕВНОГО АСПЕКТУ ІНФОРМАЦІЇ**

- головне при цьому...
- зупинимося на головному...
- необхідно зазначити, що...
- маємо підкреслити / зауважити, що...
- слід мати на увазі / враховувати, що...
- характерно, що...

### **АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЇ – ВИСЛОВЛЕННЯ ОБ'ЄКТИВНОЇ ОЦІНКИ**

- *що...*
- *безперечно, що...*
- *безсумнівно, що...*
- *очевидно, що...*
- *насправді...*
- *безсумнівно, але...*
- *швидше за все...*
- *досвід (розрахунки, аналіз) підтвердив...*
- *як відомо...*
- *загальновідомо, що...*
- *згідно з поглядами...*
- *дослідження показало, що...*

### **АНАЛІЗ ІНФОРМАЦІЇ – ВИСЛОВЛЕННЯ СУБ'ЄКТИВНОЇ ОЦІНКИ**

- *вважаємо, що...*
- *здається, що...*
- *на наш погляд...*
- *за нашим переконанням...*
- *уявляється вірогідним / правомірним...*
- *викликає сумнів...*
- *точка зору автора, що збігається з нашою, ...*
- *вірогідно...*
- *ймовірно...*

### **ВИСЛОВЛЮВАННЯ ВПЕВНЕНОСТІ**

- *Є впевненість у тому, що...*
- *Переконливим є погляд знаних авторитетів у цій галузі на (що?)...*
- *Не можна не зважати на те, що...*
- *Доведено, що...*
- *Є очевидним, що...*
- *Ці факти переконують у (чому?)...*
- *Автор переконливо доводить, що...*
- *Результати дослідження підтверджують справедливість (чого?)...*
- *Можна з упевненістю сказати, що...*
- *У цьому аспекті варто взяти до уваги...*

### **ВИСЛОВЛЕННЯ КРИТИКИ, НЕЗГОДИ, СПРОСТУВАННЯ**

- *Не можна погодитися...*
- *Навряд чи можна погодитися...*
- *Є підстави дорікати в неточності...*
- *Є серйозні заперечення щодо...*
- *Необґрунтовано стверджується...*
- *Є дискусійним питання...*
- *Низка сумнівів та зауважень виникає при...*
- *Певний сумнів викликають наведені приклади / статистичні дані / припущення щодо...*

## УЗАГАЛЬНЕННЯ В ОСНОВНОМУ ЗМІСТІ

- *відтак...*
- *отже,...*
- *у підсумку...*
- *в/у результаті...*
- *усе це свідчить про те, що...*
- *є очевидним, що...*
- *це дозволяє зробити висновок...*
- *це свідчить про...*
- *нарешті...*
- *сформулюємо висновок...*
- *одним словом...*
- *підбиваючи підсумки, ...*
- *резюмуючи, ...*

## ІЛЮСТРАЦІЇ ДО ТЕОРЕТИЧНИХ ВИКЛАДОК

- *наприклад,...*
- *як приклад...*
- *прикладом може бути / слугувати...*
- *наведемо приклад...*
- *проілюструємо викладене вище яскравими прикладами...*
- *розглянемо приклад...*
- *проаналізуємо типові приклади...*
- *унаочнимо...*

## ВИСНОВКИ

- *Отже, проведене дослідження (виконаний аналіз) підтверджує, що...*
- *Отже, є всі підстави зробити такий висновок: ...*
- *Результати здійсненого аналізу дозволяють зробити висновок про...*
- *Відтак, можна впевнено стверджувати, що...*
- *Сформулюємо основні висновки...*
- *Здійснене дослідження дає можливість / дозволяє зробити такі висновки: ...*
- *Проведене дослідження дало можливість сформулювати такі висновки: ...*
- *В ході експерименту розв'язано поставлені завдання й підтверджено основні положення запропонованої гіпотези, а саме: ...*

## ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗРОБОК

- *У перспективі планується дослідження співвідношення...*
- *Перспективним видається більш детальне вивчення явища ... у порівняльному аспекті*
- *Перспективи подальшого вивчення заявленої проблеми вбачаємо у дослідженні...*
- *Подальше дослідження цього аспекту полягає в...*

- *У межах отриманих результатів можна намітити перспективу подальшого студіювання в цьому напрямі...*

### **ЦИТУВАННЯ**

- *(Дослідник) так визначає завдання...*
- *В ... аспекті висвітлюють проблему вітчизняні вчені...*
- *В аналогічному напрямку активно працюють (дослідники)*
- *Використовуємо методiku, запропоновану дослідником...*
- *Вітчизняна ... представлена працями дослідників)*
- *Дані запозичено зі статті...*
- *Детальніше дивіться про це у працях...*
- *До проблеми (якої?) зверталось чимало авторів: ...*
- *До цієї проблеми зверталися вчені...*
- *Дослідник ... пропонує/стверджує, що...*
- *Дослідник ... зазначає/нагадує, що...*
- *Дослідник ... вбачає, що...*
- *На переконання (дослідника),...*
- *Один із підходів представлено у працях...*
- *Пишучи про..., (дослідник) висловив гіпотезу...*
- *Проблемі ... приділили увагу...*

## ЛІТЕРАТУРА

- Антисуржик: Вчимося ввічливо поводитися і правильно говорити/ За заг.ред. О.Сербенської. Львів, 1994.
- Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. К., 1994.
- Богдан С.К. Мовний етикет українців. К., 1998.
- Зубков М.Г. Мова ділових паперів: Комплексний довідник / Худож. оформлювач В.А.Носань. Харків: Фоліо; Майдан, 1999. 288с.
- Зубков М. Сучасне українське ділове мовлення. Х.: Торсінг, 2001. 384 с.
- Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне "я".К., 2001.
- Караванський С. Секрети української мови. К., 1994.
- Культура мови на щодень /За ред. Єрмоленко С.Я. К., 1997. Вип. №1.
- Культура української мовлення / За ред. В.Русанівського. К., 1990.
- Мацько Л.І., Кравець Л.В. Культура української фахової мови: Навч. Посіб. К.: ВЦ «Академія», 2007. 360 с.
- Непийвода Н.Ф. Сам собі редактор: Порадник з української мови. К.,1996.
- Паламар Л.М. Мова ділових паперів: практ. посіб. /Л.М.Паламар,Г.М.Кацавець. К.Либідь, 1997. 296 с.
- Паламар Л.М. Українське ділове мовлення: Навч. посібник. / Л.М.Паламар, Г.М.Кацавець. К.Либідь, 1998. 296 с.
- Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. посіб. К.; Кондор, 2007. 356 с.
- Ю.Пономарів О. Культура слова. К., 1999.
- Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2006. 291 с.
- Семенов О.М. Культура наукової української мови: навч. посіб. / О.М.Семенов. 2-ге вид., стереотип. К.: ВЦ «Академія», 2012. 216 с.
- Селігей П. Науковий жаргон: основні ознаки та причини його появи. К., 2003.
- 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)
- Учіться висловлюватися / П.І.Білоусенко, Ю.О.Арешенков, Г.М.Віняр та ін.. К.: Рад. Школа, 1990. 125 с.
- Шевчук С.В. Українське ділове мовлення: навч. посібник: К.: Літера ЛТД, 2002. 480 с.
- Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. К.: Алерта, 2010. 696 с.
- Широков В.а., Манако В.В. Організація ресурсів національної словникової бази // Мовознавство. 2001. №5. С.3-13
- Ющук І.П. Мова наша українська. К.: Видавничий центр «Просвіта». 2001.145 с.

## СЛОВНИКИ

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

## Інтернет-ресурси

1. Українська мова в інтернеті. <http://www.novamova.com.ua>
2. уроки державної мови. <http://mova.kreschatik.kiev.ua>
3. Я розмовляю українською! <http://www.arkas-proswita.iatp.org.ua>
4. Українська мова. Енциклопедія. <http://litopys.narod.ru/ukrmova/um113.htm>
5. Мова ділових паперів. <http://bpapers.iatp.org.ua/?chapter=Style>
6. Урядовий портал: узагальнені форми і зразки документів, інструкції з діловодства відповідних установ. <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category>
7. Класифікація нормативних документів України. <http://dokument.org.ua/bocs/class.php>
8. Logos Group of Companies. Міжнародні документи. [http://www.amlogos.com/ukrainiar/international\\_about.shtml](http://www.amlogos.com/ukrainiar/international_about.shtml)

**Навчальне видання**

**О.М.Максимець**  
**«УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ**  
**СПРЯМУВАННЯМ)»**

**Навчальний посібник**

Підписано до друку 12.05.2020 р., Формат 60\*84/16

Папір офсетний. Гарнітура TimesNewRoman.

Друк цифровий. Умовні друковані аркуші 12,65

**Наклад 300 примірників. Замовлення №**

Видано та надруковано ФО-П Однорог Т.В.

72313, м. Мелітополь, вул. Героїв Сталінграда, 3а

Тел. (067) 61 20 700

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до  
Державного реєстру видавців, виробників і розповсюджувачів  
видавничої продукції від 29.01.2013 р. серія ДК № 4477